

**О.О.Ядревский**

**ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ  
ОБОЗНАЧЕНИЯ КАК  
ОБЪЕКТЫ  
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ  
СОБСТВЕННОСТИ**

## ВВЕДЕНИЕ

Понятие «географическое обозначение» можно рассматривать, во-первых, как любое обозначение, представляющее собой либо содержащее наименование географического объекта, либо иным образом создающее ассоциацию с географическим объектом; во-вторых, как обозначение, указывающее на географическое место происхождения товара. И в одном, и в другом случае правовая охрана таких обозначений может осуществляться при помощи объектов интеллектуальной собственности. В то же время, правовое регулирование данного вопроса отличается крайним многообразием в различных правовых системах, а также государствах и межгосударственных образованиях. Правовая охрана таких обозначений приобретает в последние годы все большую актуальность, что находит свое отражение в научных работах и публикациях исследователей.

Если говорить об исследованиях, проводимых западными специалистами в данной области, то здесь основное внимание уделяется Соглашению Всемирной торговой организации по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности 1994 г. (далее – Соглашение ТРИПС), закрепившем понятие «географическое указание» как объект интеллектуальной собственности, отражающий существенную связь свойств товара с местом его происхождения, рассматриваются предпосылки его принятия, сфера деятельности, соотношение с другими международными договорами, актами Европейского союза (далее – ЕС), а также национальным законодательством отдельных государств. Отдельными исследователями подробно рассматривается история развития правовой охраны географических указаний, отмечается их особое значение как первых средств индивидуализации товара, исторически первых типов товарных знаков [1, с. 11]. Утверждается, что современная система охраны географических указаний сложилась, прежде всего, благодаря принципам либерализма и свободной конкуренции, которые стали закрепляться в законодательстве с конца 19 в. [2, с. 125].

Определяется роль в развитии правового регулирования рассматриваемого объекта таких крупных соглашений как Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 г. (далее – Парижская конвенция) – в части защиты от использования ложных указаний происхождения, Мадридское соглашение о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указателей источника на товарах 1891 г (далее – Мадридское соглашение) – в части защиты от использования указаний происхождения, вводящих в заблуждение, Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации

1958 г. (далее – Лиссабонское соглашение) – в части защиты от смешения географических указаний с особыми свойствами.

Рассматриваемые исследования выделяют основные способы охраны географических указаний: нормы о запрете недобросовестной конкуренции, нормы о защите прав потребителей, законодательство о товарных, коллективных и сертификационных знаках, специальное законодательство о географических указаниях [3, с. 5-6].

Вместе с тем, указывается на наличие двух подходов оптимальной охраны географических указаний: в рамках законодательства *sui generis*, либо в рамках законодательства о товарных знаках [4, с.18].

В то же время, высказываются опасения относительно того, что оформившаяся в 1990-е годы система охраны товарных знаков и географических указаний может приводить к пренебрежению защитой свободной конкуренции и возможности предоставления соответствующей охраны новым субъектам [5, с. 23]. Так, одним из наиболее проблемных вопросов в данной области является соотношение товарного знака, представляющего собой либо содержащего географическое обозначение, и географического указания. В то же время, действующий в данном вопросе принцип «первый во времени – первый в праве» считается наиболее подходящим, поскольку способен создать «справедливый механизм баланса между коллидирующими правами интеллектуальной собственности» [3, с. 38].

Что касается исследований, проводившихся на территории бывшего СССР, то следует отметить следующее. В советское время правовой охране географических обозначений, в том числе географических указаний, уделялось незначительное внимание. Это объяснялось, прежде всего, отсутствием законодательного регулирования данных вопросов. Отдельные публикации, касающиеся правовой охраны географических обозначений (напр., труд Г.И.Тыцкой, И.Э.Мамиофы, В.Я.Мотылевой, 1985 г.) посвящены рассмотрению законодательства капиталистических государств и международных договоров, без применения соответствующих результатов к нормам права СССР [6].

С 90-х гг. в Российской Федерации начинают проводиться более глубокие исследования указанной проблематики. Так, вопросам правовой охраны географических указаний посвящены многочисленные работы А.Н.Григорьева. Автор обосновывается необходимость правового регулирования использования указаний происхождения товара нормами гражданского права, конкретизируются критерии охраноспособности указания происхождения товара, аргументируется необходимость их регистрации. Автор высказывает идею о том, что термин «указания

происхождения» распространяется лишь на товары с особыми, обусловленными местом происхождения, свойствами. Указано на необходимость создания государственной системы контроля за качеством товара, обозначенного охраняемым наименованием места происхождения товара. При регистрации наименования места происхождения товара, по мнению А.Н.Григорьева, необходимо представление доказательств того, что товар полностью произведен и переработан в указанном месте. Предложена методика оценки возможности регистрации в качестве товарного знака географического обозначения [7, с. 10-11].

Центральное место в работах С.А.Горленко в рассматриваемый период уделено такому объекту как наименование места происхождения товара. Подробно рассматривается история развития охраны этого объекта, современное ее состояние в Российской Федерации, а также существующие проблемные аспекты. Особое внимание уделено необходимости создания действенной системы контроля за свойствами товара, а также совершенствования механизма получения заключения компетентного органа о производстве заявителем товаров с особыми свойствами, обусловленными исключительно или главным образом местом его происхождения [8].

В 2000-е годы количество исследований по рассматриваемым вопросам увеличилось. Так, Е.А.Данилиной и Э.П. Гавриловым предпринята попытка выделить наиболее существенные проблемы в правовой охране наименования места происхождения товара. Авторы отмечают, что «в перечне объектов интеллектуальной собственности, распределенных по их экономической (народнохозяйственной) значимости, где перечисление начинается с наиболее важных, наименования мест происхождения товаров до недавнего времени прочно занимали не очень почетное последнее место, доля его с топологиями интегральных микросхем. Это иллюстрирует степень отставания [российской] экономики от развитых стран мира: самый культурно значимый и по сути практически бесценный объект (наименование места происхождения товара) и самый высокотехнологичный объект (топология интегральной микросхемы) оказались аутсайдерами регистрации прав промышленной собственности» [9].

В числе наиболее существенных проблем правовой охраны наименования места происхождения товара авторы называют: вопрос возможности распространения правовой охраны наименований мест происхождения товаров на сферу услуг, активное параллельное получение наряду со свидетельствами на право использования наименования места происхождения товара различных охраняемых документов: как свидетельств на товарные знаки, включающие наименования, так и патентов на изобретения и промышленные образцы; необходимость идентичности особых свойств

товара, индивидуализируемого при помощи наименования места происхождения товара. Исследуются также вопросы содержания исключительного права на наименование места происхождения товара. Выделяются публично-правовые элементы наименования места происхождения товара, в частности, необходимость получения заключения компетентного органа. В то же время, несмотря на выявление проблемных аспектов, авторы во многих случаях не предлагают конкретных путей их решения, приглашая к дискуссии заинтересованных лиц.

Вопросы правовой охраны наименования места происхождения товара исследует также В.Е.Китайский, который обосновывает нецелесообразность прекращения действия регистрации наименования места происхождения товара в случае прекращения действия всех свидетельств на право использования наименования места происхождения товара. Кроме того, автор выступает резко против рассмотренной выше практики разрешения споров между товарным знаком, состоящим или содержащим географическое обозначение, и наименованием места происхождения товара, исходя из принципа «первый во времени – первый в праве» [10, с. 23].

В Российской Федерации подготовлен ряд кандидатских диссертаций, посвященных правовой охране средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения (Соколова М.Н.), наименований места происхождения товара (Салтыков М.А.) [11, 12]. Кроме того, защищается ряд диссертаций, посвященных вопросам правовой охраны национальных географических указаний (Г.А.Тахиров (Таджикистан), М.И.Архипова (Украина), Н.В.Чанг (Вьетнам)) [13, 14, 15].

Отличительными чертами большинства данных работ являются попытки четкого определения понятий «географическое указание», «указание происхождения товара», «наименование места происхождения товара», предложения о необходимости использования опыта правового регулирования данных объектов в странах ЕС.

Следует отметить, что в последнее время на уровне Роспатента высказываются точки зрения о необходимости включения географического указания по смыслу Соглашения ТРИПС в состав охраняемых объектов промышленной собственности с осуществлением его регистрации [16, с.17].

Что касается вопросов правовой охраны товарных знаков, представляющих собой либо содержащих обозначения географического места происхождения товара, то они также рассматриваются в многочисленных статьях российских научных и практических работников.

Так, в упоминаемом диссертационном исследовании М.Н.Соколовой предпринята попытка сформировать классификацию обозначения географического места происхождения товара, которым может быть

предоставлена правовая охрана в качестве товарных знаков, для использования ее в практической деятельности. В диссертациях Н.Ю. Медведева и П.В. Садовского анализируется практика Роспатента по данному вопросу, признается необходимость совершенствования правового регулирования данных отношений [17, 18]. Довольно подробно вопросы связи и отличия товарного знака от обозначений географического места происхождения товара рассматриваются в трудах А.П. Рабец, В.М. Мельникова [19, 20]. В то же время, практических предложений по более четкому регулированию данных аспектов в указанных работах содержится немного.

Понятие «различительная способность» применительно к данному вопросу анализируется в работах М.Н.Зубковой, В.Ю.Джермакяна [21, 22]. Характерен интерес к этой проблеме практических работников, в частности, здесь можно отметить статьи М.Я.Эпштейна и И.В. Рогаль [23, 24].

Вместе с тем, некоторые вопросы не нашли освещения и в русскоязычных исследованиях. В частности, это касается возможности регистрации коллективного знака, представляющего собой обозначение географического места происхождения товара, что распространено в ЕС. Также недостаточно внимания уделено вопросам соотношения товарного знака, представляющего собой либо содержащего обозначения географического места происхождения товара, и наименования места происхождения товара, что, как было отмечено выше, является серьезным предметом исследований среди западных специалистов.

В связи с изложенным, представляется необходимым провести анализ указанных трудов по некоторым вопросам в области правовой охраны географических обозначений в качестве объектов интеллектуальной собственности. В данной работе первоначально будет рассмотрено историческое развитие такой охраны. В дальнейшем более подробное внимание будет посвящено отдельным объектам, при помощи которых осуществляется указанная охрана. При этом будут проанализированы позиции некоторых немецких, российских и иных специалистов в данной сфере.

# ГЛАВА 1.

## ИСТОРИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ УКАЗАНИЙ

Еще в допромышленную эру возникли и развились небольшие производства продуктов (прежде всего, вина и сыров), для более полной характеристики свойств которых было принято указывать, из какой местности они происходят.

Так, к IV веку до нашей эры относятся обозначения вин из Греции – коринфские, корсирские, родосские вина. Кроме того, с глубокой древности известны сицилийский мед, десемийский уксус; к периоду царствования Августа в Римской империи получает известность фалернское вино, египетские финики, галльский окорок и т.д. [8, с. 4 - 5].

В начале VIII века нашей эры появились старейшие винодельческие области Франции: Бордо, Бургундия, позже Шампань. К Средним векам относится и возникновение регионов сыроварения Камамбер и Рокфор (Франция), Эмменталер (Швейцария), Парма (Пармезан) (Италия). Кроме сельскохозяйственной продукции, известность получили и другие виды товаров, происходящих из определенной местности: табак Гавана, чай Дарджелинг, Шеффилдская сталь и т.д. Благодаря своим особенностям и качеству узнаваемыми становятся шотландский виски, кубинский ром, баварское пиво, цейлонский чай, бразильский кофе, парижские духи, ковры Индии, Персии и т.д. [25, с. 24].

Преимущество использования обозначения географического места происхождения товара перед другими обозначениями объяснялось тем, что продукты из конкретных регионов обладали особыми свойствами, которые отсутствовали у аналогичных продуктов из других мест. Эти свойства приписывались климату, почвам, а также секретам производства и особым знаниям и навыкам людей в той или иной местности, которые передавались из поколения в поколение. С течением времени некоторые из таких продуктов стали известны и популярны далеко за пределами своих стран и регионов.

Таким образом, географические указания, которые можно определить как обозначения географического места происхождения продукта со свойствами, определяемыми в существенной мере его географическим происхождением, можно назвать самыми первыми средствами индивидуализации, поскольку широкое их использование началось раньше, чем использование фирменного наименования или товарного знака [26, с. 388].

По-видимому, широкое использование географических указаний для индивидуализации товаров конкретных производителей при отсутствии массового производства обусловили широко распространенную в зарубежной литературе точку зрения, что географические указания можно рассматривать как самую раннюю разновидность товарных знаков [32, с. 303]. При этом, видимо, товарные знаки здесь следует понимать в широком смысле слова, как отличительное обозначение того или иного товара, а не в современном правовом значении данного термина.

Уже в Средние века в Европе начинают разрабатываться первые правовые акты, касающиеся географических указаний. Примером здесь может являться Хартия югославского короля Стефана I, изданная в 1222 году, которая регулировала продажу вина [3, с. 3]. В 1411 г. французский король Карл VI удостоил жителей местечка Рокфор монопольного права изготавливать сыр в местных пещерах. Этим указом запрещалось называть Рокфором другие подобные сыры [4, с. 166]. Некоторые производители товаров получают монопольное право использования географического указания на своей продукции посредством получения привилегий от верховной власти. Такие обозначения часто используются в качестве так называемого «знака гильдии», который индивидуализирует товары объединения производителей. Многие из этих знаков распространены и сегодня, например, обозначение стекла «Murano», происходящего с одноименного острова возле Венеции (Италия) [3, с. 3].

Кроме «прямых» географических указаний, т.е. тех, которые непосредственно указывают на географическое место производства товара, начинают появляться и так называемые «косвенные» географические указания, которые тоже получают юридическую защиту. Так, в 15 веке клинковые ножи из Золингена (Германия) стали маркироваться изображением волка. Это изображение впоследствии стали называть Золингенским волком. И хотя оно прямо не содержало обозначения географического места происхождения товара, однако таким знаком могли пользоваться только производители клинковых ножей из Золингена, тогда как производители из иных регионов не вправе были проставлять данное обозначение [2, с. 16].

Вместе с тем, выдача привилегий служила основной целью утвердить монополию того или иного цеха или ремесленника. В то же время эффективных средств борьбы с недобросовестной конкуренцией, которая уже в это время начинает распространяться в сфере маркировки товаров географическими указаниями, не существовало. Законы, содержащие положения о запрете ложных указаний при маркировке товара, начинают появляться в Западной Европе лишь в 19 веке. Однако они не касались

конкретно географических указаний, а содержали лишь положения о ложных обозначениях в целом. В качестве примера можно привести Закон Пруссии о защите обозначений товаров от 4 июля 1840 г., который содержал запрет на использование ложного имени или названия фирмы вместе с указанием места жительства этого лица или места нахождения фабрики [2, с. 18].

Таким образом, на первом этапе правовая охрана географических обозначений осуществлялась лишь фрагментарно в некоторых странах. При этом такая охрана касалась, главным образом, утверждения монопольного положения того или иного производителя товаров.

Развитие промышленного производства в Европе, увеличение количества субъектов производственного процесса, часто в рамках одного географического объекта, а также усиление их специализации приводят к стремлению индивидуализировать товар конкретного производителя. Следствием этого является законодательное оформление такого средства индивидуализации как товарный знак. В 1857 г. во Франции принимается закон о товарных знаках. До 1900 г. еще 7 стран приняли национальные нормативные акты, посвященные вопросам правовой охраны товарных знаков [28]. В целях получения правовой охраны товарных знаков за рубежом 14 апреля 1891 г. было заключено Мадридское соглашение о международной регистрации знаков [29].

Таким образом, постепенно происходит эволюция средств индивидуализации от более общих, таких как географические указания, к более конкретным. Как справедливо отмечено в монографии немецкого исследователя О. Шпулера, товарные знаки становятся средством индивидуализации не производителя товара и не места его происхождения, а производственного происхождения товара [5, с. 43]. Оно включает в себя наряду с производителем и местом производства товара также много дополнительных факторов, таких как технология производства, система контроля качества и т.д. Основным критерием охраноспособности товарного знака становится различительная способность и отсутствие потребности в свободном использовании. Поскольку географическое указание, обладая определенной различительной способностью (ограниченной территорией географического объекта), все же не может быть «монополизировано» отдельным производителем или даже группой производителей, то в указанных законах о товарных знаках начинают закрепляться ограничения, согласно которым обозначение места происхождения товара не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака.

В 1883 г. было подписано самое первое и до настоящего времени крупнейшее международное соглашение в области охраны промышленной собственности – Парижская конвенция по охране промышленной

собственности (далее – Парижская конвенция). Статья 10 Парижской конвенции в первоначальной редакции предусматривала арест продукта при ввозе, запрет на импорт или арест на территории страны в случае использования на нем ложного указания происхождения (прямого либо косвенного), однако лишь в том случае, если такое указание использовалось с товарным знаком поддельного характера либо с целью обмана [30].

В 1886 г. на Римской конференции делегаты попытались усилить положения статьи 10 Парижской конвенции путем запрещения использования любых ложных указаний происхождения, а также наделением национальных судов стран Союза правом определять, какое из указаний происхождения стало родовым или описательным на их территории. Однако эти предложения, хоть и были приняты, но не были ратифицированы государствами-членами Союза. Указанные вопросы вновь были поставлены на Мадридской конференции 1890 г. Ее итогом стало заключение в 1891 году Мадридского соглашения о пресечении ложных указаний происхождения на товарах (далее – Мадридское соглашение) [31]. Это соглашение было, в свою очередь, первым международным документом, который своим предметом определял указания происхождения. Соглашение расширило их правовую охрану, так как для признания указания происхождения ложным отпала необходимость его использования вместе с товарным знаком или умыслом на мошенничество. Положения Соглашения распространялись на любые товары, которые перемещались между двумя Договаривающимися сторонами Соглашения независимо от того, где неправомерное указание было добавлено, а также независимо от гражданства ответчика.

На Вашингтонской дипломатической конференции в 1911 г. указание происхождения было включено в статью 1(2) Парижской конвенции в качестве самостоятельного объекта промышленной собственности. Вместе с тем, в отличие от других объектов промышленной собственности, например, товарных знаков или изобретений, Парижская конвенция не предусматривала необходимости регистрации указаний происхождения для предоставления правовой охраны, наличие владельца либо конкретно определенного круга владельцев и т.д. Их охрана преследовала целью лишь предотвратить использование ложных указаний происхождения товара, т.е. в большей степени была направлена на защиту прав потребителей и в гораздо меньшей степени – конкретных производителей.

Отметим, что в 1958 г. в Мадридское соглашение были внесены дополнения, которые закрепили запрет использования также указаний происхождения, формально являющихся истинными, но способных ввести в заблуждение (в качестве примера можно привести названия небольших

американских городов, аналогичных названиям европейских столиц – Париж, Лондон и т.д.).

Вместе с тем, следует отметить, что в Мадридском соглашении в настоящее время участвует лишь 36 государств, причины чего будут рассмотрены далее.

Таким образом, к началу 20 века на международном уровне оформился первый объект промышленной собственности, с помощью которого охранялись географические обозначения, – указание происхождения. Следовательно, можно говорить о начале второго этапа в области правовой охраны географических обозначений.

Вместе с тем, существовавшая ограниченность правовой охраны указания происхождения не устраивала некоторые европейские страны с богатыми традициями виноделия и производства сельскохозяйственной продукции (Франция, Италия, Испания, Португалия), так как использование широко известного указания происхождения такой продукции даже без цели обмана или введения в заблуждение, а например, с добавлением слов «тип», «род», «вид» могло привести к «размыванию» обозначения и превращению его в родовое понятие, что препятствовало возможности его правовой охраны. В то же время, зарегистрировать такое обозначение в качестве товарного знака также представлялось затруднительным вследствие отмеченных выше ограничений [8, с. 6]. Кроме того, товар мог происходить из указанной местности, однако не обладать особыми свойствами, обусловленными местом его происхождения.

Все это привело к зарождению нового объекта промышленной собственности, который именуется чаще всего как наименование места происхождения товара. Первый закон об охране наименования места происхождения был принят 6 мая 1919 года во Франции. Он применялся долгое время лишь в отношении вин и спиртных напитков, но позднее был распространен и на другие товары (молочные продукты, домашняя птица, продукты растительного происхождения). В соответствии с данным законом, наименование места происхождения определялось как название страны, района или местности, которое служит для обозначения товара, происходящего из данной страны, района или местности, и качество и особенности которого определяются исключительно или главным образом географической средой, включая природные условия и человеческие факторы.

По примеру Франции такая же или подобная система была введена также и в других странах, главным образом в отношении вин и спиртных напитков (Закон Италии от 10 апреля 1954 года № 125 «Об использовании

типичных наименований сыров», Закон Италии от 7 декабря 1951 года № 1618 по охране наименований отдельных видов вин) [32, 33].

В 1925 г., на Гаагской дипломатической конференции по пересмотру Парижской конвенции наименования места происхождения товара были включены в нее качестве объекта промышленной собственности.

С этого времени можно говорить о начале третьего этапа правовой охраны географических обозначений.

Главным отличием наименования места происхождения товара от указания происхождения являлось то, что первый объект мог применяться лишь на товарах с особыми свойствами, обусловленными исключительно или главным образом географической средой, тогда как для указаний происхождения такое требование отсутствовало. Это отличие обусловило, во-первых, необходимость подтверждения таких свойств посредством регистрации наименования места происхождения товара, а во-вторых, объем правовой охраны. Основной целью предоставления правовой охраны данному объекту явилось стремление защитить производителей таких уникальных, специфических товаров от «размывания» обозначения и превращения его в родовое понятие.

С развитием правовой охраны наименования места происхождения товара на международном уровне начала проводиться работа по созданию специального международного соглашения, которое явилось бы, с одной стороны, базой для создания в других государствах национальных законодательств в области охраны наименования места происхождения товара, с другой – было бы направлено на гармонизацию национальных положений об охране географических указаний в целом и наименования места происхождения товара в частности. Такое соглашение было подписано в городе Лиссабоне 31 октября 1958 года и получило название Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации (далее – Лиссабонское соглашение). В нем впервые на международном уровне было дано полное и четкое определение наименования места происхождения товара. Это определение с некоторыми модификациями было воспринято многими национальными законами. Вместе с тем, довольно строгие условия предоставления правовой охраны наименования места происхождения товара в соответствии с Лиссабонским соглашением явились причиной того, что оно не обрело большой популярности в мире. На сегодняшний день в Лиссабонском соглашении участвует 28 государств [34].

Дальнейшее развитие на региональном уровне система охраны географических обозначений получает в рамках Европейского экономического сообщества (далее – ЕЭС), когда перед государствами-

участниками встает проблема использования тождественных наименований, традиционно охранявшихся в двух и даже более странах ЕЭС. До 1992 г. в рамках ЕЭС не было единого подхода относительно защиты географических указаний, кроме положений о защите против ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения и запрещения недобросовестной конкуренции. 14 июля 1992 года принимается Регламент ЕЭС № 2081/92 «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных продуктов и продовольственных товаров» (далее – Регламент № 2081/92), который вступил в силу 24 июля 1993 года. Этот документ утвердил первую крупную региональную систему охраны географических обозначений. Причем основным новшеством явилось то, что наряду с уже существовавшим термином «охраняемое наименование места происхождения» (protected designation of origin (PDO)) был введен новый охраняемый объект, получивший название «охраняемое географическое указание» (protected geographical indication (PGI)). Оба термина используются лишь в отношении сельскохозяйственных продуктов и продовольственных товаров и определяются как название географического объекта (региона, определенной местности, страны), которое используется для обозначения сельскохозяйственного продукта или продукта питания с особым качеством или свойствами, которые обусловлены преимущественно или исключительно географическими факторами, включая природное и человеческое воздействие. Вместе с тем, для предоставления правовой охраны наименованию места происхождения указанные продукты должны быть произведены, переработаны, или изготовлены в пределах этого географического объекта, тогда как для регистрации географического указания достаточно, чтобы лишь одна из стадий производственного процесса осуществлялась в пределах этого географического объекта. В то же время объем правовой охраны двух данных объектов является одинаковым [35].

Указанный Регламент заменен 20 марта 2006 г. Регламентом Совета ЕС «О правовой охране географических указаний и обозначений происхождения сельскохозяйственных и пищевых продуктов» № 510/2006 (далее – Регламент № 510/2006), который также использует указанную выше терминологию. Вместе с тем, данным Регламентом введен еще один объект – «гарантированное соблюдение традиционного рецепта», определение которого отличается от двух указанных выше терминов отсутствием указания на географическую обусловленность продукта [36]. В настоящее время по указанному вопросу действует Регламент ЕС № 1151/2012 Европейского парламента и Совета от 21 ноября 2012 г. (далее – Регламент № 1151/2012) [37].

Вместе с тем, даже в рамках Европейского союза в настоящее время не все национальные законодательства предусматривают охрану указанных видов географических обозначений. Здесь можно говорить о существовании двух систем национального законодательства: немецкой, согласно которой охраняются «простые» географические указания (т.е. указания происхождения) и французской, которая предоставляет правовую охрану «квалифицированным» географическим указаниям (т.е. охраняемым наименованиям мест происхождения и географическим указаниям) и которая положена в основу указанных выше Регламентов [38, с. 122].

Следует, однако, отметить, что рассмотренная выше эволюция правовой охраны географических обозначений относится к странам романо-германской правовой семьи (Франция, Испания, Германия, Италия). В то же время в странах так называемого «общего права» (в частности, в США) до настоящего времени не выделяется какого-либо специального правового регулирования для таких обозначений. В этой сфере действует лишь законодательство о противодействии недобросовестной конкуренции (против так называемых актов «passing off»), которые сочетаются с регистрацией географических обозначений в рамках законодательства о товарных знаках. В связи с тем, что, как было указано выше, законодательство о товарных знаках часто содержит ограничения на регистрацию обозначения географического места происхождения товара в качестве товарного знака, в этих странах широко используется система сертификационных знаков. Сертификационный знак представляет собой обозначение (словесное, изобразительное и т.д.), право использования которого предоставляется определенным государственным органом лишь тем производителям, которые соответствуют определенным требованиям. Такие требования отражены в спецификации к сертификационному знаку и могут заключаться в необходимости производства товара в пределах конкретного географического объекта. В отличие от товарных знаков, сертификационные знаки могут проставляться любым изготовителем определенного вида товара, если он произведен в соответствующей местности (например, сертификационный знак «FJ» для фруктовых соков, произведенных во Флориде) [6, с. 69].

Таким образом, к концу XX века в мире сформировалось несколько основных систем охраны географических обозначений:

1. «Немецкая». Основным средством охраны географических обозначений является охрана указаний происхождения.
2. «Французская». Наряду с указаниями происхождения правовая охрана предоставляется наименованию места происхождения товара для обозначения товаров с особыми свойствами.

Поскольку «немецкая» система характерна больше для стран Северной Европы, а «французская» – Южной Европы, в рамках ЕЭС предпринята попытка объединить указанные системы в рамках Регламента № 2081/92.

3. «Американская» (данное название введено в связи с тем, что большинство товаров из стран данной системы, на которых применяются географические обозначения, происходят из США). Географические обозначения охраняются в рамках законодательства о противодействии недобросовестной конкуренции и законодательства о товарных знаках. Широкое распространение имеет система сертификационных знаков.

В связи с такой разницей в правовом регулировании географических обозначений с 1974 г. ВОИС предпринимаются попытки заключения международного соглашения в данной области, которое позволило бы унифицировать различные системы правовой охраны. Центральным объектом регулирования данного соглашения должно было стать понятие «географическое указание», которое рассматривается как любое обозначение действительного места производства товара, независимо от того, связаны ли характеристики этого товара с его географическим происхождением. К сожалению, до настоящего момента такое соглашение не заключено.

Вместе с тем, в 1994 г. происходит новое важное событие в области охраны географических обозначений. В рамках формирующейся Всемирной торговой организации заключено одно из базовых ее соглашений – Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС), которое определило минимальные стандарты охраны основных объектов интеллектуальной собственности. Отдельная глава ТРИПС посвящена вопросам регулирования нового объекта – географического указания, которое определено в статье 22 как обозначение, отражающее значительную степень связи качества, репутации или иных характеристик продукта с его географическим происхождением. В отношении таких обозначений ТРИПС предусмотрены положения о запрете введения потребителей в заблуждение в отношении истинного места происхождения товара. Особо отмечено, что такое указание может отражать истинное место происхождения товара, но давать ложное представление для общественности о том, что товар происходит из другого места [39].

В сентябре 2008 года Ассамблея Лиссабонского союза учредила Рабочую группу по развитию Лиссабонской системы, ответственной за изучение возможных путей совершенствования процедур в рамках Лиссабонской системы, чтобы сделать его более привлекательным для пользователей и потенциальных новых членов, сохраняя принципы и цели Лиссабонского соглашения. [40].

Дипломатическая конференция по принятию пересмотренного Лиссабонского соглашения проходила с 11 по 21 мая 2015 г. А 20 мая 2015 г. на Дипломатической конференции ВОИС 11 государствами был подписан Женевский акт о наименованиях мест происхождения и географических указаниях (далее – Женевский акт), который представляет собой измененное Лиссабонское соглашение [41].

В соответствии со ст. 2 Женевского акта под наименованием места происхождения понимается наименование, охраняемое в Договаривающейся стороне происхождения и являющееся названием географического района, или иное наименование, известное как указание на такой район, или содержащее такое название или такое иное наименование, которое служит для обозначения товара как происходящего из этого географического района, когда качество или свойства товара обусловлены исключительно или главным образом географической средой, включая природные и людские факторы, и которое создало этому товару его репутацию.

Как видим, в сравнении с действующей редакцией Лиссабонского соглашения определение наименования места происхождения товара является более широким, т.к. позволяет предоставлять правовую охрану не только прямому, но и косвенному обозначению.

В то же время, географическое указание ст. 2 Женевского акта определяет как указание, охраняемое в Договаривающейся стороне происхождения и являющееся названием географического района или иное указание, известное как указание на такой район, или содержащее такое название или такое иное указание, которое идентифицирует товар как происходящий из этого географического района, когда определенное качество, репутация или иное свойство товара обусловлены главным образом его географическим происхождением [41].

Таким образом, в эволюции правовой охраны географических обозначений отчетливо выделяются четыре основных этапа: на первом из них (с XIV в. до начала XX в.) правовая охрана отдельных географических указаний начинает закрепляться в законодательстве некоторых государств с основной целью утверждения монополии производителя продукции, при этом их правовая охрана в качестве объектов права интеллектуальной собственности отсутствует; на втором этапе (начало XX в. – середина XX в.) в рамках понятия «указание происхождения товара» как объекта права интеллектуальной собственности в международных и национальных правовых актах вводится запрет ложных и, в дальнейшем, вводящих в заблуждение географических обозначений; на третьем этапе (середина XX в. – 90-е гг. XX в.) в отдельных государствах, а затем и на международном уровне, закрепляются особые объекты права интеллектуальной

собственности для обозначения специфических товаров, свойства которых проистекают из места их происхождения, что приводит к оформлению трех систем правовой охраны географических обозначений (правовая охрана единого объекта права интеллектуальной собственности – указания происхождения товара; правовая охрана особых объектов интеллектуальной собственности для обозначения товаров со свойствами, обусловленными их географическим происхождением; использование других объектов интеллектуальной собственности для правовой охраны географических обозначений); наконец, на четвертом этапе (90-е гг. XX в. – по настоящее время) на международном уровне закрепляется понятие «географическое указание» для обозначения товаров, свойства которых в значительной мере определены их географическим происхождением с установлением минимального уровня их правовой охраны и закреплением положений о них в национальных законодательствах. Указанная эволюция отражает процесс понимания вначале на национальном, а затем и на международном уровне сущности и необходимости охраны географических обозначений.

## ГЛАВА 2.

### УСЛОВИЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГЕОГРАФИЧЕСКИМ ОБОЗНАЧЕНИЯМ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ В КАЧЕСТВЕ ОБЪЕКТОВ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ

#### *Указание происхождения товара*

Как уже было отмечено выше, правовая охрана данного объекта предусмотрена Парижской конвенцией. В настоящее время число участников Парижской конвенции составляет 176 государств, следовательно, это самое распространенное средство правовой охраны географических обозначений.

Вместе с тем, ни в самой Парижской конвенции, ни в авторитетном комментарии к ней Г. Боденхаузена не указывается, ко всем ли указаниям на место действительного происхождения товара применяются ее положения [42].

По данному вопросу существует две основные точки зрения. Согласно первой из них, указание происхождения есть не более чем информация о действительном месте производства товара, независимо от того, связаны ли какие-либо его свойства с географическим происхождением [5, с. 3, 14, с. 14]. Такой же подход доминирует в авторитетных публикациях ВОИС [43, с. 237], кроме того, его придерживается известный российский цивилист А.П. Сергеев [44, с. 385]. Между тем, отмечается, что согласно традиционно применяемой терминологии термин «указание происхождения» включает все наименования места происхождения товара, однако в своем общем употреблении он стал скорее обозначением, применяемым для тех указаний происхождения, которые не считаются наименованиями места происхождения товара [43, с. 237].

Вторая точка зрения заключается в том, что указание происхождения относится лишь к товару, свойства которого в той или иной мере обусловлены местом его происхождения, о чем известно потребителям. В частности, такой точки зрения придерживается А. Григорьев. Он обосновывает ее тем, что первой и фундаментальной предпосылкой к охране географических обозначений является необходимость охраны обозначения, воспринимаемого в целом как указание на географическое происхождение товара, которое в случае использования его в отношении товара, происходящего из другого места, будет вводить потребителя в заблуждение относительно места происхождения. По его мнению, «в действительности мы можем говорить об указании происхождения товара, как правовой категории, только тогда, когда имеется сложившаяся репутация этого товара применительно к данному географическому месту. Как показывает практика, один лишь факт, что предприятие выбрало конкретное географическое место

для своей деятельности (производства или оказания услуг), еще не делает это географическое имя указанием происхождения товара» [45, с. 17].

Это положение применяется в частности, в практике охраны указаний происхождения в Германии, где определяющее значение для признания обозначения географическим имеет восприятие его таковым среднестатистическим потребителем. Если обозначение является малоизвестным и не воспринимается потребителем как географическое, то к нему не применяются положения о защите от ложных географических указаний [46].

С этой точкой зрения можно согласиться в том плане, что запрет ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения товара, исходя из сути самого данного понятия, направлен в первую очередь на защиту интересов потребителей. Однако если потребители не ассоциируют с таким указанием никаких свойств, пусть даже и общего характера (например, высокое качество любых немецких товаров) то и говорить о нарушении их прав не приходится.

Вместе с тем, далее А.Григорьев делает следующее заключение. «Географическое наименование может стать указанием происхождения или даже наименованием места происхождения только в процессе деятельности предприятия и только тогда, когда у потребителя выработается четкая взаимосвязь между местом производства или реализации товара и его свойствами. В противном случае географическое наименование способно только выделять товар, а не место его происхождения» [47, с. 18].

При этом возникает следующий вопрос: как определить момент, с которого у потребителя такая взаимосвязь выработается? Вполне возможна ситуация, когда товар производится на территории малоизвестного географического объекта, и при этом его свойства в определенной степени обусловлены местом происхождения (например, вновь открытый источник минеральной воды). Если такому наименованию не будет предоставляться правовая охрана в рамках запрета указания ложных обозначений, то это может привести к значительному ущербу, прежде всего, у подлинных производителей такого товара, поскольку в случае неправомерного использования такого обозначения у потребителей со временем начнет вырабатываться ложное отношение к месту производства товара.

В то же время, что касается введения потребителя в заблуждение (Мадридское соглашение), то здесь необходима известность географического объекта, поскольку при формально истинном указании на место происхождения у потребителя могут возникнуть ошибочные представления о его происхождении, что приведет в дальнейшем к ошибочному представлению о свойствах товара.

Таким образом, полагаем, что правовая охрана указаний происхождения направлена, прежде всего, на защиту товаров, свойства которых в определенной степени обусловлены местом их происхождения. При этом неважно, имеется ли у потребителей соответствующая взаимосвязь между происхождением товара и его свойствами (субъективный критерий), главное, чтобы такая взаимосвязь существовала объективно (объективный критерий). В то же время, этот вывод распространяется лишь в отношении запрета ложных указаний происхождения товара. Что же касается указаний, способных ввести в заблуждение, то они относятся лишь к товарам, где в сознании потребителей имеется подобная взаимосвязь. Таким образом, в этом случае присутствует как объективный, так и субъективный критерии. Как уже было отмечено выше, положения о запрете вводящих в заблуждение указаний происхождения закреплены в Мадридском соглашении. Вместе с тем, в сравнении с Парижской конвенцией, количество участников Мадридского соглашения невелико. Причины кроются главным образом в том, что соглашения такого рода имеют трудности в плане установления и определения конкретной зоны, которая подходила бы для географического обозначения, а также трудности в определении того, когда данное обозначение стало настолько распространенным, что превратилось в родовое и описательное. Вместе с тем, в Мадридском соглашении участвуют такие крупные европейские государства как Германия, Франция, Великобритания, Италия, Швеция, Швейцария [31].

В то же время, в международных, региональных и национальных законодательствах, а также в публикациях на сегодняшний день понятие «указание происхождения товара» заменяется термином «географическое указание» по смыслу Соглашения ТРИПС.

#### *Географическое указание*

Понятие «географическое указание», определение которого в Соглашении ТРИПС указано выше, используется лишь для товаров с определенным качеством, репутацией либо иными свойствами, которые имеют значительную связь с географическим происхождением. При этом правовая охрана предоставляется как прямым, так и косвенным обозначениям. Из содержания п. 2 ст. 22 Соглашения ТРИПС можно сделать вывод, что такая охрана предоставляется как против всех действий, являющихся актами недобросовестной конкуренции, так и против всякого использования, которое может ввести потребителей в заблуждение относительно географического происхождения продукта.

Отсюда следует, что географическое указание по смыслу Соглашения ТРИПС является объектом права промышленной собственности, а для

большинства товаров правовой режим охраны географических указаний сходен с соответствующим правовым режимом в отношении указаний происхождения товара по Парижской конвенции и Мадридскому соглашению. И в одном и в другом случаях обязательным является лишь объективный критерий, т.е. обусловленность характеристик товара его географическим происхождением, а для обозначений, способных ввести в заблуждение – также и субъективный критерий. Вместе с тем, необходимо отметить, что определение географического указания в Соглашении ТРИПС содержит понятие «значительной степени» обусловленности свойств товара географическим происхождением, что отсутствует для указаний происхождения товара. Так, на официальном сайте ВОИС в разделе «Географические указания. Часто задаваемые вопросы» отмечается, что, в отличие от географических указаний по смыслу Соглашения ТРИПС, указание происхождения товара «не подразумевает наличия особых качеств, репутации или характеристик продукта, которые были бы в значительной степени обусловлены местом его происхождения» [48]. В то же время, как было отмечено нами ранее, и для указания происхождения товара необходимым является наличие объективного критерия, однако характеристики товара могут быть связаны с его географическим происхождением лишь в самом общем виде.

Кроме того, понятие «географическое происхождение» трактуется некоторыми авторами лишь как обусловленность свойств товара природными условиями [1].

Таким образом, в связи с изложенным полагаем, что понятие «географическое указание» по смыслу Соглашения ТРИПС является несколько более узким, чем понятие «указание происхождения товара» по Парижской конвенции.

Кроме того, ст. 23 Соглашения ТРИПС предусматривает дополнительный объем правовой охраны географических указаний для вин и крепких спиртных напитков. Объем их правовой охраны приближается к такому объекту как «наименование места происхождения товара». Так, кроме общих запретов, характерных для всех географических указаний, запрещаются т.наз. делокализирующие оговорки («тип», «вид», «род» и т.д.). Вместе с тем, запрет используется лишь по отношению к товарам, не происходящим с территории обозначаемого географического объекта, и лишь в отношении однородных товаров, т.е. вин и крепких спиртных напитков соответственно.

В то же время, Соглашение ТРИПС не предусматривает необходимости обязательной регистрации географических указаний. Это отличает их от аналогичного термина, закрепленного в Регламенте 1151/2012, несмотря на

схожесть определений. В связи с этим трудно согласиться с Н.В.Чангом, который отождествляет указанные понятия [15, с. 17]. То же можно сказать и о понятии «географическое указание» по смыслу Женевского акта, которое требует регистрации для предоставления правовой охраны и которое будет подробнее рассмотрено далее.

Полагаем, что введение понятия «географическое указание» в Соглашение ТРИПС обусловлено необходимостью, несмотря на отмеченные различия в правовом режиме таких обозначений в разных государствах, ввести некий минимальный уровень их правовой охраны.

#### *Наименование места происхождения товара*

В соответствии со статьей 2(1) действующей редакции Лиссабонского соглашения под наименованием места происхождения товара понимается географическое название страны, региона или местности, которое служит для обозначения продукта, который происходит из данной страны, региона или местности, и качество и характеристики которого определяются исключительно или главным образом географической средой, включая природные и человеческие факторы [49].

Следует отметить, что данное определение подвергалось критике в зарубежной литературе, главным образом в связи с наличием в нем понятия «географическая среда». В определении наименования места происхождения товара и обосновании к Лиссабонскому соглашению нет ясности относительно того, должно ли быть доказано наличие как природных, так и человеческих факторов одновременно или для удовлетворения требований понятия достаточно доказательства только социального фактора. Свойства промышленных товаров или товаров кустарного производства могут и не быть обусловлены природными условиями места происхождения. По этому вопросу О.В.Ионовой дается ссылка на мнение некоторых иностранных обозревателей (Р.К.Beier), согласно которому существует опасение, что иностранные власти и суды могут отказать в охране наименования места происхождения товара для некоторых товаров на том основании, что нет необходимой связи между свойствами товара и природными условиями места происхождения. Кроме того, приводится в пример решение французского суда, которым отказано в охране наименованию «Moutarde de Dijon» (горчица из Дижона) на том основании, что сырье для изготовления горчицы может быть получено не только в Дижоне и нет качественной связи между свойствами горчицы и природными условиями Дижона [50, с. 14].

Кроме того, высказывается мнение, что качественная связь между товаром и географической средой, «которая могла существовать в начале изготовления промышленного изделия, может впоследствии быть

«растянутой» до такой точки, что ее существование трудно доказать». Также в свете миграционных процессов «традиции в производстве и квалифицированном персонале могут быть смещены из одного географического района в другой» [43, с. 246]. Это положение и является одной из основных причин небольшой популярности Лиссабонского соглашения в мире и необходимости принятия Женевского акта.

Есть, однако, и другие точки зрения на данный вопрос. Так, в теории нередко выделяют «естественные» наименования места происхождения товара, в случае, когда свойства товаров обусловлены природными факторами; наименования места происхождения товара, где свойства товаров обусловлены лишь людскими факторами (не имеется специального названия, однако отмечается, что такие наименования места происхождения товара могут быть нестабильными, временными и при определенных условиях превращаться в видовые обозначения); «классические» наименования места происхождения товара, когда свойства товаров обусловлены как природными, так и людскими факторами) [26, с. 402]. Следовательно, можно говорить о расширительном толковании данного понятия.

Полагаем, что данная точка зрения требует более внимательного рассмотрения. Здесь необходимо обратиться к нормам ЕС. Как уже было отмечено выше, действующий в настоящий момент Регламент ЕС № 1151/2012 выделяет два вида охраняемых географических обозначений для сельскохозяйственной продукции и продовольственных товаров: охраняемое наименование места происхождения (PDO) и охраняемое географическое указание (PGI). Первый объект предусматривает необходимость осуществления всех стадий производственного процесса на территории указанного географического объекта, тогда как для второго достаточно лишь, чтобы хотя бы одна из стадий осуществлялась на этой территории. При этом объем правовой охраны является одинаковым.

По мнению В.Штоппеля, понятийная путаница обусловлена различной философией государств-членов ЕЭС. Наименование места происхождения соответствует в большей степени подходам южно-европейских стран – Испании и Италии, которые соотносят с каким-либо продуктом географические данные в том случае, если его качество непосредственно приобретено в конкретной местности. Например, это характерно для фруктов, которые там выращиваются и собираются, молока и молочных продуктов, свойства которых зависят от особенностей питания животных в конкретном регионе, а также вина. В отличие от этого географическое указание больше отвечает северно-европейскому подходу, согласно которому качество определяется ноу-хау и опытом производителя, даже если сырье происходит из другой местности [51, с. 139].

Так, в качестве примеров охраняемых немецких PDO можно привести мясо люнебургских степных овец (Lüneburger Heidschnucke), сыр алльгойский эмменталер (Allgäuer Emmentaler) [52]. В то же время, круг охраняемых PGI намного шире и включает в себя, в частности, баварское и дортмундское пиво (Bayerisches Bier, Dortmunder Bier), шварцвальдская шинка (Schwarzwälder Schinken), любекский марципан (Lübecker Marzipan) [53].

Таким образом, указанная выше точка зрения относительно понятия наименования места происхождения товара объединяет в себе черты PDO и PGI. Вместе с тем, она не ограничивает возможность регистрации наименования места происхождения товара лишь сферой сельскохозяйственных и продовольственных товаров.

Такое, более широкое, определение наименования места происхождения товара характерно, в частности, для законодательства Российской Федерации. В соответствии со ст. 1516 российского Гражданского кодекса «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 факторами» [54].

Можно заметить, что данное определение, по аналогии с Женевским актом, расширяет перечень обозначений, которые могут быть зарегистрированы в качестве наименования места происхождения товара. Так, кроме обозначения, представляющего собой наименование географического объекта, правовая охрана может быть предоставлена обозначениям, содержащим наименование географического объекта, производным от наименования географического объекта, а также не содержащим наименования объекта, но позволяющим идентифицировать товар как происходящий с территории определенного географического объекта.

Следует отметить, что данное определение закреплено в разделе VII Приложения 26 – Протокола об охране и защите прав на объекты интеллектуальной собственности – к Договору о евразийском экономическом союзе (ЕАЭС), который вступил в силу 1 января 2015 года. [55]. В настоящий момент в ЕАЭС входят Армения, Беларусь, Казахстан, Киргизия и Россия.

В то же время, особенностью наименования места происхождения товара является необходимость известности такого обозначения, что предусмотрено и Лиссабонским соглашением, согласно статье 2 (2) которого страной происхождения является страна либо район или местность этой страны, название которых составляет наименование места происхождения товара, создавшего данному товару его репутацию.

В развитие этого положения следует отметить следующее. Во-первых, А.П. Сергеев говорит о том, что обозначение должно ассоциироваться у потребителей с определенным местом происхождения. «Если подобных ассоциаций не возникает, обозначение, даже включающее название географического объекта, в качестве наименования места происхождения товара заявляться не может» [56, с. 607]. Кроме того, названия географических объектов связываются публикой с определенными свойствами товара, который производится в данной местности. При этом, как указано в труде В.А. Дозорцева, «особые свойства должны носить стабильный, устойчивый и известный характер» [57, с. 273]

В то же время, этот вопрос четко не решен ни в белорусском, ни в российском законодательстве. В практике Роспатента были случаи отказа в регистрации в качестве наименования места происхождения товара обозначения в связи с отсутствием известности, в частности, такому обозначению, как «Ессентуки Целебная» [58]. Однако в связи с отсутствием единообразного применения данного положения оно подвергается критике. В частности, М.А. Салтыков полагает необходимым упразднить требование известности объекта, а термин «наименование места происхождения товара» заменить термином «географическое указание» [12, с. 8].

Л.Л.Кирий и С.А.Горленко по данному вопросу обосновывают необходимость введения наряду с наименованием места происхождения товара также и географического указания как самостоятельного объекта интеллектуальной собственности (аналогично Женевскому акту) [59]. Об этом же в своей диссертационной работе пишет украинский исследователь О.О.Ковальчук [60, с. 6].

Вместе с тем, на наш взгляд, введение дополнительного объекта «географическое указание» с предоставлением ему правовой охраны в порядке регистрации наряду с наименованием места происхождения товара при существующем его определении приведет к «пересечению» критериев предоставления каждому из объектов правовой охраны, а наличие признаков «исключительно», «главным образом», «существенно», четко не определенных на законодательном уровне, вызовет дополнительные сложности в процедуре регистрации таких обозначений. Кроме того, можно привести в пример практику Украины по данному вопросу. Несмотря на

наличие в законодательстве двух объектов, аналогичных по определению наименованию места происхождения товара и географическому указанию и охраняемых в порядке регистрации, на практике в Украине из 42 квалифицированных обозначений происхождения товара зарегистрировано только 1 географическое указание, относящееся к Грузии – водка из выжимок винограда «Chacha» [61].

К тому же, в ст. 9 Женевского акта указывается, что от Договаривающихся сторон, которые не проводят различия в своем национальном или региональном законодательстве между наименованием места происхождения и географическим указанием, не требуется вводить такое различие в их национальное или региональное законодательство, при условии, что это законодательство рассматривает зарегистрированные наименования места происхождения как зарегистрированные географические указания.

В связи с изложенным, полагаем, что для целей единообразия терминологии понятие «географическое указание» по смыслу Регламента № 1151/2012 и Женевского акта может быть включено в понятие «наименование места происхождения товара» в своем наиболее общем смысле, которое используется в государствах ЕАЭС, исходя из одинакового объема правовой охраны и во избежание терминологической путаницы. Вместе с тем, в данном определении предлагается требование об обязательной известности обозначения исключить.

### *Товарные знаки*

Охрана географических обозначений при помощи товарных знаков, как индивидуальных, так и коллективных, а также сертификационных знаков, напомним, распространена в государствах общего права. Вместе с тем, такой способ охраны возможен и в странах романо-германской системы права, несмотря на общие положения законодательства о запрете регистрации в качестве товарных знаков обозначений географического места происхождения товаров.

Так, во многих зарубежных странах распространена практика регистрации коллективных знаков для индивидуализации обозначения географического места происхождения товара. В частности, такая практика применяется в ЕС как на уровне самого Союза, так и на уровне отдельных государств. Так, регламент ЕС № 207/2009 от 26 февраля 2009 г. «О товарном знаке Сообщества» в статье 66 (2) предусматривает, что коллективные знаки могут состоять из географических обозначений, что является исключением из общего правила о невозможности регистрации обозначений географического места происхождения товара в качестве товарных знаков.

При этом особенностью таких коллективных знаков является то, что их регистрация не дает владельцу запретить использовать такие географические обозначения третьим лицам, в случае, если это использование является правомерным, т.е. производимый данными лицами товар происходит с территории данного географического объекта [62].

Аналогичная норма содержится в параграфе 99 Закона о товарных знаках Федеративной Республики Германия. В качестве коллективных знаков в Германии зарегистрированы, к примеру, названия таких продуктов питания как «Dresdner Christstollen» («Дрезденские рождественские кексы») и «Nürnberger Lebkuchen» («Нюрнбергские имбирные пряники») [63].

В качестве наиболее характерного примера правового регулирования в рамках законодательства о сертификационных знаках обычно приводится бельгийский закон, установивший право короля назначить один или более уполномоченных органов для подтверждения соответствия товаров, маркированных тем или иным географическим обозначением, требованиям, установленным в ордонансе о признании данного географического обозначения в качестве охраняемого объекта. Такое подтверждение осуществляется путем выдачи соответствующего сертификата заинтересованному производителю товара. При этом король также устанавливает условия, которым должны отвечать эти органы, гарантии, которые они должны предоставить для получения разрешения на сертификацию, а также размеры пошлин, которые они могут получить за выдачу сертификатов происхождения [26, с. 399].

Использование индивидуальных товарных знаков также возможно, однако лишь в том случае, если данное обозначение ассоциируется не с географическим местом, а с конкретным производственным происхождением продукта, т.е. приобрело так называемое «вторичное значение» [38, с. 15]. Это вытекает из положения пункта С (1) статьи 6-quinques Парижской конвенции, согласно которому «чтобы определить, может ли быть знак предметом охраны, необходимо учитывать все фактические обстоятельства, особенно продолжительность применения знака» [30]. Речь в данном случае ведется о приобретении знаком различительной способности.

На этом вопросе необходимо остановиться подробнее. Легальное определение различительной способности в международных документах отсутствует. Вместе с тем, под различительной способностью принято понимать некоторую совокупность внешних признаков знака, которая позволяет его легко распознать, запоминать, узнавать при маркировке товаров [23, с. 26]. По мнению Н.Ю. Медведева, «обозначение считается приобретшим различительную способность в результате использования, если значительной частью потребителей оно воспринимается как средство

индивидуализации товара или услуги. При этом не требуется, чтобы потребитель связывал данное обозначение с конкретным производителем» [17, с. 8]. М.Н. Зубкова дает такое определение различительной способности: «Различительная способность – это способность знака придавать продукции (услугам) черты индивидуальности, неповторимости и оригинальности, делать продукцию (услуги) для потребителей узнаваемой и запоминаемой в числе прочей однородной продукции (услуг)» [21, с. 15].

Различительная способность должна быть как абсолютной – товарный знак должен индивидуализировать товар данного производителя сам по себе, независимо от наличия других товарных знаков либо заявок на товарные знаки, так и относительной – товарный знак не должен быть тождественным либо сходным до степени смешения с другим товарным знаком. Абсолютные основания для отказа без сопоставления с другими объектами прав третьих лиц позволяют оценить существо (так называемую «внутреннюю ценность») заявленного на регистрацию обозначения, его способность выполнять функции товарного знака, и, в первую очередь, основную – индивидуализирующую функцию. «Относительные» основания для отказа должны дать ответ на вопрос: не будет ли заявленное обозначение в случае его регистрации в качестве товарного знака нарушать права третьих лиц на другие объекты, в том числе на зарегистрированные товарные знаки? В этом случае оценка обозначения осуществляется на основании сопоставления с другими объектами прав третьих лиц. [64, с. 48].

Вместе с тем, для регистрации товарного знака кроме различительной способности обозначения необходимо, чтобы отсутствовала потребность в его свободном использовании.

Для возможности регистрации географического обозначения в качестве товарного знака (его охраняемого элемента) такое обозначение должно представлять собой либо иным образом отражать истинное место происхождения товара. В противном случае такой товарный знак не может быть зарегистрирован. Вместе с тем, обозначения, которые, хотя и включают в себя наименование географического объекта, по сути, не могут восприниматься как товарные знаки с обозначением географического места происхождения товара, в силу нереальности их связи с географическим объектом, выступают как фантазийные. Такие обозначения могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в том случае, когда они в сознании потребителя вообще не воспринимаются как обозначение места происхождения товара либо традиции обозначения в данной сфере предусматривают использование географических обозначений в качестве средства индивидуализации, а в обиходе продукт и географический объект не увязываются друг с другом [51, с. 144].

Приобретение товарным знаком различительной способности будет иметь место, когда использование предприятием обозначения географического места происхождения товара при маркировке своего товара сформирует с течением времени такую связь между соответствующей репутацией товара и данным обозначением, что в сознании потребителей наличие такого географического обозначения на определенных видах товаров будет вызывать ассоциацию не столько с географическим местом, а непосредственно с самим товаром.

Следует отметить, что в Российской Федерации по данному вопросу действует Приказ Роспатента от 23 марта 2001 г. № 39 «Об утверждении рекомендаций по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений», раздел 2.4. которого посвящен особенностям экспертизы обозначений, состоящих из географических названий или включающих их. В соответствии с данным Приказом выделяется два вида таких обозначений:

1. обозначения, которые заявляются в отношении товаров, характеристики которых связаны с географическим происхождением. В этом случае географическое название указывает на место производства или сбыта товара, нахождение изготовителя товара и географическое происхождение товара (т.е. в данном случае речь идет об указании происхождения товара);

2. обозначения, которые заявляются в отношении товаров, характеристики которых не связаны с географическим происхождением. В этом случае географическое название указывает только на место производства или сбыта товара и нахождения изготовителя.

Если речь идет о первом виде обозначений, то, согласно данному Приказу, ему нецелесообразно предоставлять правовую охрану даже в том случае, если заявитель представит убедительные доказательства того, что потребителем обозначение воспринимается как товарный знак изготовителя.

Такой подход объясняется тем, что географическое название, указывающее на географическое происхождение товара, должно быть свободным для использования разными производителями, изготавливающими товары, качество, репутация и другие характеристики которых связаны с особенностями места производства товара, его природными условиями. В качестве примера приводится обозначение «КАСПИЙ» для товара «черная икра». Даже если заявитель докажет, что обозначение воспринимается потребителем как товарный знак производителя, все равно различные производители черной икры в этом регионе должны иметь возможность использовать это указывающее на место производства товара «икра» обозначение для характеристики производимой ими черной икры, имеющей репутацию, связанную с Каспийским морем.

Если же речь идет о втором виде обозначений, то, в зависимости от объема сведений, содержащихся в источниках информации, эти обозначения могут быть условно разделены на две группы:

- являющиеся известными географическими названиями, которые могут быть восприняты как место нахождения производителя;
- являющиеся малоизвестными названиями, которые вряд ли могут быть восприняты как место нахождения производителя.

Если обозначение относится к первой группе, то ему нецелесообразно предоставлять правовую охрану, за исключением того случая, когда заявителем представлены материалы, подтверждающие то, что потребителем заявленное обозначение воспринималось до даты подачи заявки как обозначение товаров производителя.

Если же обозначение принадлежит ко второй группе, ему может быть предоставлена правовая охрана [65].

Еще одна классификация географических обозначений, которые могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков (их охраняемых элементов), отражена в авторитетном издании ВОИС «Введение в интеллектуальную собственность».

Согласно данной классификации, дистинктивными, т.е. обладающими различительной способностью, являются:

- а) малоизвестные обозначения;
- б) ссылки на районы, в которых никто не ожидал бы производства тех или иных товаров;
- в) известные обозначения, если в той же самой области деятельности нет ни одного другого промышленника или торговца и нет никакого потенциала для обоснования там конкурентов в будущем;
- г) обозначение, которое за счет длительного и интенсивного использования ассоциируется с определенным предприятием до такой степени, что оно становится дистинктивным как товарный знак для него, даже если конкуренты уже существуют или утверждают себя в будущем [41, с. 186].

Таким образом, если проанализировать указанные две классификации, то можно выделить два основных признака, которые определяют возможность регистрации обозначений географического места происхождения товара в качестве товарного знака:

1. объективный – характеристики товара связаны с его географическим происхождением;
2. субъективный – обозначение ассоциируется у значительной части потребителей как географическое.

В связи с этим, можно выделить 3 различных сочетания данных признаков:

1. Независимо от наличия субъективного признака присутствует объективный признак. В данном случае в регистрации такого обозначения следует отказать, поскольку есть необходимость в его свободном использовании.

2. Субъективный признак присутствует, объективный признак отсутствует. Регистрация возможна в двух случаях:

а) если в данной местности отсутствует производство однородных товаров и отсутствует потенциал для производства в будущем таких товаров;

б) если обозначение приобрело т. наз. «вторичное значение».

По мнению М.Н. Соколовой, факт отсутствия производства однородных товаров и потенциала для производства в будущем таких товаров должен подтверждать уполномоченный территориальный орган, в качестве которого может выступать, например, орган исполнительной власти административно-территориальной единицы [11, с. 19].

3. Отсутствуют субъективный и объективный признаки. Речь идет о малоизвестных географических обозначениях, при этом характеристики товара не связаны с его географическим происхождением. Обозначение может быть зарегистрировано в качестве товарного знака.

Указанный тезис нашел отражение также в публикациях российских специалистов в сфере интеллектуальной собственности, которые ссылаются на практику регистрации товарных знаков в патентном ведомстве Российской Федерации [24, с. 29].

Таким образом, условием предоставления географическому обозначению правовой охраны в качестве указания происхождения товара является обусловленность свойств товара в любой степени его географическим происхождением (объективный критерий). При этом для охраны указания происхождения товара необязательно, чтобы данное обозначение являлось известным для потребителей.

Условием правовой охраны обозначения в качестве географического указания по смыслу Соглашения ТРИПС является обусловленность свойств товара в существенной степени его происхождением. При этом для правовой охраны такого обозначения не требуется его регистрация, в чем данный термин отличается от понятия «географическое указание» по смыслу Регламента 1151/2012 и Женевского акта.

В то же время, для того, чтобы обозначение получило правовую охрану в качестве наименования места происхождения товара, свойства товара должны быть обусловлены местом его происхождения исключительно или главным образом. При этом наименование места происхождения товара

можно рассматривать в узком значении, которое закреплено в действующей редакции Лиссабонского соглашения и предполагает довольно жесткую связь свойств товара с географической средой, а также в более широком значении, которое объединяет понятия «наименование места происхождения» (PDO) и «географическое указание» (PGI) из Регламента 1151/2012 и предоставляет возможность регистрации в качестве наименования места происхождения товара более обширному перечню обозначений. Первое определение является классическим, второе используется, в частности, в законодательстве государств-членов ЕАЭС. При этом на наш взгляд, его определение требует исключения требования об известности обозначения.

Обозначение географического места происхождения товара может получить правовую охрану посредством регистрации коллективного либо сертификационного знака. Регистрация индивидуального знака возможна в случае, когда заявляемое обозначение приобрело различительный характер (т. наз. «вторичное значение»). Для выявления этого необходимо определить сочетание объективного (наличие определенных свойств, обусловленных местом происхождения товара) и субъективного (восприятие обозначения в качестве географического) критериев. В случае наличия объективного критерия регистрация такого обозначения в качестве товарного знака исключается.

### ГЛАВА 3

## ОСОБЕННОСТИ СУБЪЕКТНОГО СОСТАВА И ПРАВ НА ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ

Как уже отмечалось ранее, специфика обозначений географического места происхождения товара заключается в том, что право на их использование, по общему правилу, должно быть свободным для использования всеми лицами, производящими товары на территории обозначаемого географического объекта. Это обуславливает определенную специфику прав на использование указания происхождения товара, географического указания и наименования места происхождения товара.

Так, одной из важнейших характеристик объекта интеллектуальной собственности является исключительное право. При этом содержание исключительного права обычно включает в себя предоставленные его владельцу полномочия единолично использовать определенный объект интеллектуальной собственности, разрешать и запрещать использование объекта третьими лицами (не состоящими в правоотношении с владельцем права).

Если же речь идет об указании происхождения товара, либо о географическом указании по смыслу Соглашения ТРИПС, то суть их правовой охраны состоит в недопущении использования ложных (фальшивых) указаний, а также вводящих потребителя в заблуждение в отношении действительного места происхождения товара, что не относится к содержанию исключительного права.

В отношении же наименования места происхождения товара у лица, обладающего правом пользования им, по общему правилу есть полномочия только использовать его, причем не единолично, поскольку право пользования наименованием места происхождения товара может быть предоставлено нескольким лицам; а также запрещать использование, но не любому другому лицу, а лишь тем лицам, которые не правомочны на это. В то же время, уступка права пользования наименованием места происхождения товара и предоставление права пользования им на основании лицензии не допускаются, что говорит об отсутствии также права распоряжения.

В связи с этим существуют разные точки зрения на содержание права пользования наименованием места происхождения товара.

Так, довольно распространена точка зрения, что право пользования наименованием места происхождения товара не является исключительным [66, с. 295]. В то же время, по мнению С.П. Гришаева, исключительным право на использование наименования места происхождения товара является

в том смысле, что лицо, не зарегистрированное в качестве обладателя права на использование наименования места происхождения товара и не имеющее соответствующего свидетельства, не вправе использовать такое зарегистрированное обозначение, даже если при этом указывается подлинное место происхождения товара. Так, если в продаже появятся духи, местом происхождения которых будет указан город Париж, такое наименование может ввести в заблуждение, если речь идёт не о французской столице, с которой у потребителя связаны ассоциации применительно к высокому качеству духов, а о небольшом городке в США (как известно, многие населённые пункты США носят названия известных европейских городов) [67, с. 234].

Следует обратить внимание, что в данном случае автор использует термин наименование места происхождения товара, вместе с тем, исходя из содержания охраны, речь должна идти об указании происхождения товара.

Похожей точки зрения придерживается Э.П. Гаврилов [68, с. 154].

По мнению Н.М. Фроловой, указанное право является «усеченным», «ослабленным» исключительным правом [69, с. 79]. В другом издании этим же автором предлагается название «ограниченные исключительные права» [70, с. 309].

Существуют и другие точки зрения на данное право. Так, Н.В.Чанг считает его правом особого рода или *sui generis*, которому нет аналогов в сфере исключительных прав [15, с. 20]. Как коллективное право использования наименования места происхождения товара рассматривается другими российскими специалистами [50, с. 5; 26]. Вместе с тем, часто таким правом обладает единственный субъект. Зыков С.В. относит это право к «нетипичным», поскольку подрываются принципы абсолютности, оборотоспособности, а также срочности действия прав, характерные для исключительного права [71, с. 67].

Сказанное выше справедливо и для географического указания по смыслу Регламента 1151/2012 и Женевского акта. Так, с точки зрения немецкого юриста Ф.Шварца, которую он высказывает в своей работе «Охрана географических указаний», географическому указанию недостает функции индивидуальной исключительности, характерной для нематериальных объектов, так как оно, как правило, принадлежит нескольким производителям. Географические указания являются коллективными обозначениями и не предоставляют единоличного исключительного права, так как оно не предоставляется в отношении других производителей из этого региона. На основе анализа разных точек зрения автор приходит к мнению, что в данном случае можно говорить о

нематериальном имущественном праве с ограниченной функцией исключительности [72, с. 3-4].

Несмотря на такое разнообразие существующих мнений, можно выделить два бесспорных момента в отношении права пользования наименованием места происхождения товара:

1. указанное право нельзя признать исключительным правом в его классическом смысле в связи с существованием двух названных выше изъятий;

2. указанное право нельзя полностью отделять от категории «исключительное право», поскольку оно содержит черты исключительного права.

Исходя из изложенного, следует согласиться с трактовкой данного права как «усеченного», либо «ограниченного» исключительного права, что позволит в большей мере отразить его сущность.

Вместе с тем, можно предположить и существование такого права, которое обозначается в некоторых публикациях как «право на наименование места происхождения товара». «Обнаружить» наличие данного права можно в ситуации, когда все свидетельства, выданные на право пользования наименованием места происхождения товара, прекращают свое действие. При этом законодательства многих государств, в частности, ст. 1536 Гражданского кодекса Российской Федерации, не содержат положений о прекращении правовой охраны самого наименования места происхождения товара. По данному вопросу Л.Л. Кирий отмечает, что многие зарегистрированные в России наименования места происхождения товара не имеют пользователей, то есть по истечении 10 лет после регистрации обладатели свидетельств не продлевают срок действия исключительного права на наименование. В качестве примера приводятся такие наименования как «Жостово», «Федоскино», «Красносельская скань», «Рязанские узоры» и т.д. [16, с. 19]. Следовательно, в данной ситуации отсутствует право пользования наименованием места происхождения товара, однако само наименование при этом продолжает охраняться как объект интеллектуальной собственности, что подразумевает наличие и некоего права на него.

По данному вопросу существует несколько точек зрения. Так, В.В. Колесникова различает право пользования наименованием места происхождения товара, которое она определяет как исключительное с ограниченным характером, и право на наименование места происхождения товара, которое рассматривается ею как абсолютное и принадлежащее государству [73, с. 21]. Такого же мнения придерживается А.П. Рабец [19, с. 113].

Н.В.Чанг, хотя прямо и не называет это право, однако высказывает точку зрения, что пользователи наименования места происхождения товара имеют только разрешение от соответствующего государственного органа использовать географическое обозначение, если их товар отличается особыми качествами и производится в месте, которое дало свое название географическому обозначению, помещенному на их товаре [15, с. 19].

На практике данный подход реализован в законодательстве Мексики, где закреплено положение, согласно которому владельцем всех мексиканских наименований места происхождения товара является правительство этой страны. А разрешение на их использование заинтересованным лицам от имени правительства выдает Секретариат торговли и промышленного развития [74].

Этот подход можно расширить и в отношении географических указаний, которые являются более общим понятием. Так, предложения о признании государства собственником национальных географических указаний высказывали в своей диссертации М.И.Архипова [14, с. 17] и О.О.Ковальчук [75, с. 15]. Г.М. Дмитриченко указывает, что в основе регистрации географических указаний (по украинскому законодательству) лежит публичный интерес, а право на зарегистрированное географическое указание не есть собственно право частное [76, с. 11]. Вместе с тем, автор предлагает закрепить положения о принадлежности географических указаний украинскому народу [76, с. 14].

Еще одним подходом к данному вопросу является мнение о том, что право на наименование места происхождения товара является правом коллективным и принадлежит всем производителям товара, обладающим правом пользования им [77, с. 158]. Вместе с тем, в таком случае неохваченной остается наиболее распространенная ситуация, когда право пользования наименованием места происхождения товара принадлежит единственному лицу, производителю товара с определенными свойствами.

Наконец, существует третья точка зрения, согласно которой право на наименование места происхождения товара вообще не имеет индивидуально-определенного владельца – субъекта, наделенного монопольным правом на этот объект промышленной собственности [78]. Однако наличие объекта и субъективного права на него должно предусматривать и наличие определенного субъекта, поскольку в противном случае нет смысла говорить о некоем праве.

Полагаем, что исходя из самой сущности наименования места происхождения товара как обозначения определенного географического объекта, который является достоянием того или иного государства (нескольких государств, если речь идет об интернациональном

наименовании), можно сделать вывод, что право на наименование места происхождения товара целесообразнее признать за государством (несколькими государствами) в качестве абсолютного права. Это же применимо и для географических указаний. В то же время процедуру предоставления права пользования наименованием можно считать предоставлением от имени государства разрешения на его использование.

Этот вопрос имеет не только теоретическое, но и существенное практическое значение. Так, в соответствии со ст. 5 Лиссабонского соглашения регистрация наименования места происхождения товара осуществляется от имени любых физических лиц, а также юридических лиц в широком смысле слова («legal entities»), государственных либо частных, которые, согласно их национальному законодательству, имеют право использовать такие наименования.

В связи с этим, во многих законодательствах заявителем может быть лишь производитель товара с особыми свойствами, которому в случае регистрации наименования места происхождения товара предоставляется рассмотренное выше ограниченное исключительное право пользования наименованием.

В Европейском союзе существует тесная связь между производителями товара, которые должны создать объединение (в форме ассоциации или консорциума) для регистрации и защиты географических указаний или наименований места происхождения товара как на территории ЕС, так и за рубежом. Таким образом, круг лиц, которые могут зарегистрировать наименования места происхождения товара, на уровне ЕС существенно ограничен.

Вместе с тем, можно выделить две группы субъектов права пользования наименованием места происхождения товара:

1. субъекты, зарегистрировавшие наименование места происхождения товара и получившие право пользования им (так называемые «первичные» пользователи);
2. субъекты, получившие право пользования уже зарегистрированным наименованием места происхождения товара (так называемые «вторичные» пользователи).

Данная классификация распространена и в научной литературе по вопросам правовой охраны средств индивидуализации, и в частности, наименования места происхождения товара. Так, О.А. Городов называет первую группу субъектами «первой очереди», а вторую – субъектами «последующих очередей» [79, с.47].

При этом важным является то, что никаких различий между «первичными» и «вторичными» пользователями в содержании права

пользования наименованием места происхождения товара нет. В то же время, наличие зарегистрированного наименования упрощает возможность получения права пользования им.

В то же время, в некоторых зарубежных странах круг субъектов, которые вправе подать заявку на регистрацию наименования места происхождения товара, значительно шире, нежели в белорусском либо российском законодательстве.

Так, в соответствии с Законом Украины от 16 июня 1999 года «Об охране прав на указание происхождения товара» правом на регистрацию квалифицированного указания происхождения товара имеют:

- лицо или группа лиц, которые в заявленном географическом месте производят товар, особые свойства, определенное качество, репутация или другие характеристики которого связаны с этим географическим местом

- ассоциации потребителей;

- учреждения, которые имеют непосредственное отношение к производству или изучению соответствующих продуктов, изделий, технологических процессов или географических мест.

Вместе с тем, право использования такого указания имеют, при условии регистрации этого права, производители, которые в географическом месте, указанном в реестре, производят товар с указанными выше характеристиками [80].

В соответствии с Законом Грузии «О наименованиях мест происхождения и географических указаниях товаров», вступившим в силу 1 ноября 1999 г., заявителем наименования места происхождения товара может быть физическое или юридическое лицо, орган государственной власти или юридическое лицо публичного права, а также добровольное объединение предпринимателей любой организационно-правовой формы. При этом данные субъекты могут как регистрировать данные объекты и приобретать право на их использование, так и совершать только одно из двух данных действий [81].

Таким образом, анализ рассмотренных выше положений законодательства позволяет сделать вывод, что заявка на регистрацию наименования места происхождения товара может быть подана не только его производителями, но и иными субъектами, в частности, государственными организациями и учреждениями, которые связаны каким-либо образом с производством либо изучением соответствующих товаров, и которые реализуют полномочия государства как владельца права на наименование места происхождения товара.

Полагаем, что такие нормы о субъектном составе в большей мере соответствуют сути наименования места происхождения товара как достояния того или иного государства.

По своему правовому режиму с наименованием места происхождения товара сближается также коллективный знак. Особенность этого правового режима заключается в том, что и в случае регистрации коллективного знака пользователям принадлежит более узкое («усеченное») исключительное право пользования обозначением [82, с. 16]. Во-первых, пользователь не вправе уступать такое обозначение либо передавать право пользования им по лицензионному договору, а во-вторых, пользователь не вправе запрещать пользоваться данными объектами любым другим управомоченным на это лицам.

В то же время, отличия между данными объектами заключаются прежде всего в том, что для регистрации коллективного знака не требуется подтверждения со стороны государства особых свойств товара, что имеет место при регистрации наименования места происхождения товара. Кроме того, по общему правилу, контроль за использованием наименования места происхождения товара производится уполномоченными на это государственными органами, тогда как в случае регистрации коллективного знака контроль осуществляется самим объединением, т.е. владельцем коллективного знака.

Субъектом права на коллективный знак является объединение юридических лиц, которое на практике чаще всего представляет собой ассоциацию или союз. Субъектами же права на товарный знак чаще всего являются юридические лица и граждане.

Вместе с тем, по мнению М.Н.Соколовой «право распоряжения «географическим» товарным знаком его владельцем имеет ограничения: владелец «географического» товарного знака может отчуждать такой товарный знак или предоставлять лицензию на его использование другому хозяйствующему субъекту, который располагается в данном географическом объекте или в непосредственной близости от него (в соответствии с объективными причинами, существовавшими при предоставлении исключительного права такому обозначению)». В связи с этим автор делает вывод, что положение владельца такого товарного знака менее сильное по сравнению с владельцами других товарных знаков [11, с. 22].

Полагаем, что это утверждение верно лишь отчасти. Как уже было рассмотрено в предыдущей главе, товарному знаку, представляющему собой либо содержащему обозначение географического места происхождения товара, правовая охрана может быть предоставлена в трех случаях. При этом лишь один из этих случаев предусматривает ассоциацию потребителей с

географическим местом – если в данной местности отсутствует производство однородных товаров и отсутствует потенциал для производства в будущем таких товаров. Два же других случая говорят либо о малоизвестном обозначении, либо об обозначении, которое приобрело т.наз. «вторичное значение».

*Разрешение конфликтов между наименованием места происхождения товара и товарными знаками*

Большой научный и практический интерес представляет вопрос о столкновении товарного знака с наименованием места происхождения товара. Ещё недавно в мировой практике использовался принцип приоритета наименования места происхождения товара над товарным знаком, закрепленный в Лиссабонском соглашении. Так, в частности, в исковом производстве между компанией «Pilsen» (истец) и итальянской фирмой «Industrie Poretti SpA» (ответчик) Верховный суд Италии установил, что «если ответчик использует обозначение, которое сходно с наименованием места происхождения товара, зарегистрированным на имя истца, и которое является единственным элементом товарного знака истца, то при оценке этих действий следует руководствоваться нормами закона о наименованиях места происхождения товара, а не закона о товарных знаках [20, с. 246].

Наиболее известным примером столкновения товарного знака с наименованием места происхождения товара является спор владельца товарного знака “Budweiser” американским производителем пива компанией “Anheuser-Bush” и чешской пивоваренной компанией “Budejovicky Budvar”, имевшей право пользования наименованием места происхождения товара “Cesky Budejovicky Budvar”. Переводы указанных обозначений на немецкий и английский языки содержат слово “Budweiser”. Оба обозначения, соответственно, используются в отношении одного и того же товара – пива. Борьба проходила в судах более чем 100 стран мира, причем успех сопутствовал попеременно то одной, то другой стороне. Считается, что именно компания “Anheuser-Bush” побудила США начать в ВТО процесс по оценке легальности европейской системы особой охраны наименований мест происхождения товаров, заявив, что товарные знаки имеют приоритет перед наименованиями мест происхождения товаров. ВТО постановила, что страны-члены могут вводить ограниченные исключения из прав, предоставляемых товарным знакам, и приняло решение не в пользу США, указав, что обе системы охраны данных объектов могут сосуществовать. [83, с. 24].

Следует отметить, однако, что Соглашение ТРИПС в пункте 1 статьи 16 содержит положение об исключительном праве владельца товарного знака

не разрешать третьим лицам без его согласия использование идентичных или подобных обозначений для однородных товаров, когда такое использование могло бы привести к появлению вероятности смешения. При этом отмечается, что данные права не наносят ущерба каким-либо существующим правам, возникшим ранее.

В то же время, как было отмечено выше, согласно статье 24 ТРИПС предусматривается усиление охраны отдельных географических указаний (для вин и крепких спиртных напитков). В пункте 5 статьи 24 Соглашения ТРИПС указывается, что если заявка на регистрацию товарного знака или его регистрация осуществлялись добросовестно, то меры по охране таких указаний не ущемляют приемлемости товарного знака для регистрации или ее действительности.

15 марта 2005 года было вынесено решение Совета ВТО по урегулированию споров (WT/DS174/R), в основу которого были положены нормы ст. 16 Соглашения ТРИПС. Это решение привело к коренному пересмотру принятой в Европейском сообществе системы охраны наименования места происхождения товара и нашло свое воплощение вначале в Регламенте № 510/2006, а затем и в Регламенте №1151/2012 [84].

В соответствии со статьей 6 (4) Реглаamenta №1151/2012 охраняемое наименование места происхождения и охраняемое географическое указание не могут быть зарегистрированы, если по причине репутации и известности товарного знака, а также длительности времени, в течение которого он был использован, данная регистрация может ввести потребителя в заблуждение относительно истинного происхождения товара.

Таким образом, приоритет между товарными знаками и наименованиями места происхождения товара определяется по дате их регистрации (“first in time, first in right”). Кроме того, необходимо наличие определенной репутации и известности товарного знака.

Следует отметить, что абзац второй пункта 2 статьи 1535 Гражданского кодекса Российской Федерации, наряду с аналогичными общими основаниями содержит и специальное основание для признания недействительной регистрации наименования места происхождения товара. Так, если использование наименования места происхождения товара способно ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя в связи с наличием товарного знака, имеющего более ранний приоритет, предоставление правовой охраны указанному наименованию может быть оспорено и признано недействительным в течение пяти лет с даты публикации сведений о государственной регистрации наименования места происхождения товара в официальном бюллетене.

Пункт 2 статьи 39 Закона Республики Казахстан от 26 июля 1999 года «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» содержит похожую формулировку. Вместе с тем противопоставляемый товарный знак должен иметь широкую известность в Республике Казахстан, приобретенную в результате активного использования [85].

В то же время, действующая в российском ГК формулировка вызывает критику у ряда исследователей. В частности, отмечается, что она использует более узкое понятие «введение в заблуждение» в сравнении с установленным Соглашением ТРИПС термином «вероятность смешения», а также ведет речь об уже зарегистрированном наименовании места происхождения товара, исключая заявку на регистрацию наименования места происхождения товара [86].

Изложенное выше позволяет сделать следующие выводы. Права на использование указания происхождения товара, географического указания и наименования места происхождения товара имеют свою специфику в отличие от других объектов промышленной собственности. Что же касается права использования наименования места происхождения товара, то анализ различных точек зрения по данному вопросу позволяет сделать вывод, что указанное право нельзя назвать в полной мере исключительным в его классическом смысле, но, вместе с тем, оно содержит определенные черты исключительного права.

Наряду с правом использования наименования места происхождения товара можно выделить также право на наименование места происхождения товара, а также право на географическое указание, которые целесообразно признать за государством в качестве абсолютного права.

Правовой режим коллективного знака сближается по своему характеру с правом использования наименования места происхождения товара. Вместе с тем, отличия заключаются в том, что для регистрации коллективного знака не требуется подтверждения государством особых свойств товара и осуществления контроля за их наличием.

В некоторых случаях право распоряжения товарным знаком, представляющим собой либо содержащим в качестве охраняемого элемента географическое обозначение, может быть ограничено в связи с возможностью введения потребителей в заблуждение относительно места происхождения (производства) товара.

В случае столкновения товарного знака и наименования места происхождения товара в настоящий момент приоритет определяется по дате

регистрации соответствующих объектов, однако лишь в случае наличия определенной репутации и известности товарного знака.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Географические обозначения справедливо можно назвать исторически первыми средствами индивидуализации товара, которые стали использоваться еще до нашей эры и служили показателем того, что товар обладает теми или иными свойствами, обуславливаемыми географическим происхождением. Вместе с тем, на первом этапе их правовая охрана носила фрагментарный характер и не способствовала предотвращению недобросовестной конкуренции в данной области.

В связи с эволюцией средств индивидуализации от общих к более частным появляются первые законодательные акты об охране товарных знаков, в то время как какие-либо географические обозначения не рассматриваются в качестве самостоятельного объекта промышленной собственности. В Парижской конвенции 1883 г. упоминается понятие «указание происхождения» в связи с запретом использования ложных указаний происхождения. Вскоре после этого указания происхождения впервые выступили в качестве предмета международного договора – Мадридского соглашения 1891 г. В 1911 г. указание происхождения включается в перечень охраняемых Парижской конвенцией объектов промышленной собственности. Это свидетельствует о начале второго этапа в охране географических обозначений.

С 20-х гг. 20 века во Франции и других странах преимущественно Южной Европы, а также некоторых иных государствах законодательное закрепление получает новый объект промышленной собственности – наименование места происхождения товара, представляющий собой обозначение товаров, особые свойства которых обусловлены исключительно или главным образом географической средой. В 1925 г. наименование места происхождения товара включается в перечень объектов промышленной собственности в Парижской конвенции, что явилось началом третьего этапа в охране географических обозначений. Развитие его правовой охраны приводит в 1957 г. к заключению Лиссабонского соглашения, которое создало международную систему регистрации наименований мест происхождения товаров, которая, однако, не получила большого распространения в мире.

С углублением процессов интеграции европейских государств появляется необходимость в единых подходах к данному вопросу и создании региональной системы правовой охраны географических обозначений, что нашло свое отражение в Регламенте 2081/92. Данный документ наряду с охраняемым наименованием места происхождения ввел правовую охрану

еще одного объекта – охраняемое географическое указание, с менее жесткими критериями охраны.

В США и других странах «общего» права указанные выше термины законодательно не отражены, а охрана географическим обозначениям предоставляется преимущественно в рамках сертификационных, а также коллективных знаков.

В настоящее время в мире можно выделить три основные системы предоставления правовой охраны географическим обозначениям: «немецкую» (охрана осуществляется преимущественно посредством указаний происхождения), «французскую» (наряду с указаниями происхождения охраняются наименования места происхождения товара), «американскую» (охрана осуществляется на основании законодательства о противодействии недобросовестной конкуренции и законодательства о товарных и сертификационных знаках).

Многообразие форм правовой охраны географических обозначений обуславливает стремление ВОИС с середины 70-х гг. выработать международный договор, который бы определял единые критерии их охраны. Вместе с тем, до настоящего времени такой договор не заключен. Однако в рамках ВТО в Соглашении ТРИПС предпринята попытка определить минимальные стандарты в охране географических обозначений в рамках термина «географическое указание», который содержательно отличается от аналогичного термина из Регламента 1151/2012. В то же время, закрепление такого термина в рамках международного соглашения свидетельствует о начале четвертого этапа охраны географических обозначений.

20 мая 2015 г. на Дипломатической конференции ВОИС 11 государствами подписан Женевский акт, представляющий собой измененное Лиссабонское соглашение, которым наряду с наименованиями места происхождения товара предоставлена правовая охрана в порядке регистрации также географическим указаниям.

Таким образом, в настоящий момент наиболее широко в мире охраняются указания происхождения, при этом объем их правовой охраны заключается в запрете использования ложных, а также вводящих в заблуждение указаний. Анализ различных точек зрения позволяет сделать вывод, что к указаниям происхождения относятся географические обозначения для товаров, свойства которых в определенной степени обусловлены их географическим происхождением (объективный критерий). При этом не имеет значения, ассоциируется ли у потребителя данное обозначение в качестве географического (субъективный критерий). В то же время, субъективный критерий необходим для правовой охраны указаний

происхождения от вводящих в заблуждение обозначений по Мадридскому соглашению.

Объем охраны указаний происхождения совпадает с объемом охраны географических указаний по смыслу Соглашения ТРИПС, за исключением вин и крепких спиртных напитков, для которых установлен правовой режим аналогичный наименованиям места происхождения товара. В то же время, объективный критерий для географических указаний должен быть выражен в существенной степени (т.е. свойства товара должны иметь значительную связь с географическим происхождением). Вместе с тем, Соглашением ТРИПС не предусмотрена обязательная регистрация географических указаний, что отличает их от аналогичного термина в Женевском акте.

В отношении наименования места происхождения товара необходимо отметить, что первоначальное его определение, закрепленное в действующей редакции Лиссабонского соглашения, предполагает связь товара с таким понятием «географическая среда», что создает весьма жесткие рамки его охраны. Вместе с тем, в теории, а также законодательствах некоторых государств и международных актах (Договор о ЕАЭС) предусмотрено более широкое определение наименования места происхождения товара, которое объединяет понятия «наименование места происхождения» и «географическое указание» из Женевского акта и предоставляет возможность регистрации в качестве наименования места происхождения товара более обширному перечню обозначений. В то же время, указанное определение предусматривает в качестве обязательного критерия известность обозначения. Поскольку в российской практике и в практике иных государств с подобным определением не установлены единообразные требования к подтверждению такой известности, а понятие «географическое указание» такого критерия не предусматривает, предлагается исключить данное требование.

Правовая охрана географического обозначения может осуществляться посредством регистрации коллективного либо сертификационного знака. Регистрация индивидуального знака возможна в случае, когда заявляемое географическое обозначение носит фантазийный характер и не воспринимается как обозначение места происхождения товара, либо пробрело т. наз. «вторичное значение» в процессе использования. С целью определения приобретения такого значения необходимо установить наличие объективного и субъективного критериев, различные сочетания которых обуславливают возможность предоставления обозначению правовой охраны в качестве товарного знака. В любом случае, при наличии объективного критерия регистрация такого обозначения исключается.

В отношении содержания прав на указание происхождения товара и географическое указание по смыслу Соглашения ТРИПС нужно особо отметить, что они не относятся к исключительному праву, так как суть их правовой охраны состоит в недопущении использования ложных либо вводящих в заблуждение указаний.

Что же касается права использования наименования места происхождения товара, то здесь существуют различные точки зрения. В то же время, общим является то, что указанное право нельзя назвать в полной мере исключительным в его классическом смысле, но, вместе с тем, оно содержит определенные черты исключительного права. То же относится и к географическому указанию по смыслу Женевского акта.

Наряду с правом пользования наименованием места происхождения товара можно выделить также право на наименование места происхождения товара. Анализ данного права показывает, что в связи с особой значимостью данного объекта его целесообразно признать за государством в качестве абсолютного права.

С правом использования наименования места происхождения товара сближается по своему характеру правовой режим коллективного знака. Вместе с тем, для регистрации коллективного знака не требуется подтверждения государством особых свойств товара. При использовании коллективного знака государство не осуществляет контроль за их наличием.

Географическое обозначение, зарегистрированное в качестве товарного знака, может в некоторых случаях обуславливать ограничение в возможности распоряжения таким товарным знаком в связи с возможностью введения потребителей в заблуждение.

Актуальной является проблема столкновения товарного знака и наименования места происхождения товара. Вместе с тем, согласно действующим в настоящий момент международным документам (в частности, Соглашению ТРИПС) приоритет определяется по дате регистрации соответствующих объектов. В то же время, товарный знак должен иметь определенную репутацию и известность.

Полагаем, что в ближайшее время вопросы правовой охраны географических обозначений будут продолжать являться актуальным направлением исследований.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Geographical Indications. A Review of Proposals at the TRIPS Council: Extending Article 23 to Products other than Wines and Spirites / By Dr. Dwijen Rangnekar // Intellectual Property Rigths ann Sustainable Development, June 2003. – 52 p.
2. Kickler, H. Die Geschichte des Schutzes geographischer Herkunftsangaben in Deutschland / H. Kickler // Mohr Siebeck Tübingen, 2012. – 503 с.
3. Лакерт, К. Географические указания: прошлое, настоящее и будущее / Clark Lackert // Nims, Howes, Collison, Hansen&Lackert. June 2000
4. O'Connor, B. The Law of Geographical Indications / Bernard O'Connor – Cameron May, 2004. – 500 с.
5. Spuhler, O. Das System des internationalen und supranationalen Schutzes von Marken und geographischen Herkunftsangaben / von Oliver Spuhler. – Berlin: Duncker und Humboldt, 2000. – 381 с.
6. Тыцкая, Г.И. Правовая охрана товарных знаков, фирменных наименований, указаний и наименований места происхождения товаров в капиталичтических и развивающихся странах / Г.И. Тыцкая, И.Э. Маамиофа, В.Я. Мотылева. – М. : ВНИИПИ, 1985. – 71 с.
7. Григорьев, А.Н. Географические указания : проблемы правовой охраны на национальном и международном уровнях : автореф. дис. ... к-та юрид. наук: 12.00.03 / А.Н. Григорьев.– М., 1995. – 23 с.
8. Горленко, С.А. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров / С.А. Горленко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНИЦ Роспатента, 2004. – 116 с.
9. Гаврилов, Э.П. Практика охраны наименований мест происхождения товаров: что изменилось? / Э.П. Гаврилов, Е.А. Данилина // Патенты и лицензии – 2006. - № 1-2.
10. Китайский, В.Е. Наименования мест происхождения товаров: дискуссия продолжается / В.Е. Китайский // Патенты и лицензии – 2006. - № 3. С. 20–24
11. Соколова, М.Н. Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения: автореф. дис. ... к-та юрид. наук: 12.00.03 / М.Н.Соколова. – М., 2002. – 28 с.
12. Салтыков, М.А. Правовая охрана наименования места происхождения товара как одного из объектов интеллектуальных прав: автореф. дис. ... к-та юрид. наук: 12.00.03 / М.А. Салтыков.– М., 2012. – 26 с.

13. Тахиров, Г.А. Совершенствование правовой охраны географических указаний в Республике Таджикистан : автореф. дис. ... к-та юрид. наук: 12.00.03 / Г.А. Тахиров.– М., 2004. – 24 с.

14. Архипова, М.И. Цивільно-правова охорона географічних зазначень в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 «цивільне право та цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право / М.І.Архипова. – Київ. – 2006. – 21с.

15. Чанг, Н.В. Географические указания как объекты правовой охраны во Вьетнаме и в России: автореф. дис. ... к-та юрид. наук: 12.00.03 / В.Ч. Нгуен.– М., 2003. – 33 с.

16. Кирий, Л.Л. Географические указания как средство экономического развития регионов / Л.Л.Кирий // Патенты и лицензии – 2013. – № 7. – С. 15-20.

17. Медведев, Н.Ю. Охраноспособность товарных знаков по законодательству Российской Федерации: автореф. дис. ... к-та юрид. наук: 12.00.03 / Н.Ю.Медведев. –М., 2008. – 23 с.

18. Садовский П.В. Коллизии прав на товарные знаки с правами на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации: : автореф. дис. ... к-та юрид. наук: 12.00.03 / П.В.Садовский. – М.: РГИИС, 2007. – 22 с.

19. Рабец, А.П. Правовая охрана товарных знаков в России =Legal protection of trademarks in Russia / А.П.Рабец. – СПб. Юрид. центр пресс, 2003. – 338 с.

20. Мельников, В.М. Товарные знаки за рубежом в канун XXI века / В.М. Мельников. – М. : ИНИЦ Роспатента, 2002. – 300 с.

21. Зубкова, М.Н. Правовой режим товарного знака: соотношение частных и публичных интересов: автореф. дис. ... к-та юрид. наук: 12.00.03 / М.Н.Зубкова. – Волгоград, 2004. – 19 с.

22. Джермакян, В.Ю. Приобретение различительной способности товарными знаками / В.Ю. Джермакян // Патентный поверенный. – 2009. – № 3. – С. 17–21.

23. Эпштейн, М.Я. Трактовка поняття различительной способности товарных знаков в судебной практике / М.Я. Эпштейн // Патенты и лицензии. – 2009. - № 3. – С. 25-31.

24. Рогаль, И.В. Географические указания в товарных знаках и наименованиях мест происхождения товаров / И.В. Рогаль // Патенты и лицензии – 2005. – № 11. – С. 27-34.

25. Бахренькова, К. Географические указания на службе мировой торговли / К. Бахренькова // Интеллектуальная собственность в Беларуси. – 2006. – № 4. – С. 24–29.

26. Право интеллектуальной собственности: учеб. / И.А. Близнец [и др.]; под ред. И.А. Близнеца. – М. : Проспект, 2010. – 960 с.

27. O'Connor, T. The EC Need not be Isolated on GIs / T. O'Connor // E.I.P.R. – 2007. – Vol. 29. – № 8. – P. 303–306.

28. WIPO Intellectual Property Law and Treaties Database (WIPO Lex) // Всемирная организация интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.wipo.int/wipolex/en/>. – Дата доступа: 05.10.2017.

29. Мадридское соглашение о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 года, пересм. в Стокгольме 14 июля 1967 г. и измен. 28 сентября 1979 г. // Всемирная организация интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.wipo.int/treaties/ru/registration/madrid/>. – Дата доступа: 05.10.2017.

30. Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 года, пересм. 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 Лиссабоне 31 октября 1958 г. и в Стокгольме 14 июля 1967 г. и измененная 2 октября 1979 г. // Всемирная организация интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.wipo.int/treaties/ru/ip/paris/>. – Дата доступа: 05.10.2017.

31. Мадридское соглашение о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах от 14 апреля 1891 года, пересм. в Вашингтоне 2 июня 1911 года, в Гааге 6 ноября 1925 года, в Лондоне 2 июня 1934 года и в Лиссабоне 31 октября 1958 года / Всемирная организация интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.wipo.int/treaties/en/ip/madrid/>. – Дата доступа: 05.10.2017.

32. Italy : Law № 125 of April 10, 1954, on the Protection of Appellations of Origin and Typical Appellations of Cheeses / WIPO Intellectual Property Law and Treaties Database (WIPO Lex) // Всемирная организация интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=2551>. – Дата доступа: 05.10.2017.

33. Italy : Law No. 1618 of December 7, 1951 Transitional Provisions for the Implementation of Law No. 1068 of November 4, 1950, Establishing Standards for the Area of Production & Characteristics of the Typical Wine Known as Moscato di Pantelleria and of Law No. 1069 of November 4, 1950, Establishing Standards for the Area of Production & Characteristics of the Typical Wines Known as Marsala / WIPO Intellectual Property Law and Treaties Database (WIPO Lex) // Всемирная организация интеллектуальной собственности

[Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.wipo.int/wipolex/en/>. – Дата доступа: 05.10.2017.

34. Лиссабонская система // Всемирная организация интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.wipo.int/treaties/ru/registration/lisbon/>. – Дата доступа: 05.10.2017.

35. Verordnung (EWG) Nr. 2081/92 des Rates vom 14. Juli 1992 zum Schutz von geographischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel // EUR-Lex [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992R2081:DE:HTML>. – Дата доступа: 05.10.2017.

36. Verordnung (EG) Nr. 510/2006 des Rates vom 20. März 2006 zum Schutz von geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel // EUR-Lex [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX%3A32006R0510>. – Дата доступа: 05.10.2017.

37. Verordnung (EU) № 1151/2012 des Europäischen Parlament und des Rates vom 21. November 2012 über Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel // EUR-Lex [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?qid=1428350790903&uri=CELEX:32012R1151> – Дата доступа: 05.10.2017.

38. Obergefell; E.I. „Markenqualität aus deutschen Landen“ – geographische Herkunftsangabe oder gemeinschaftswidriges Gütezeichen / Dr. E.I. Obergefell, Dr. W. Hertel // The European Legal Forum. – 2003. – №3. S. 121–127.

39. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС/TRIPS), заключено в г. Марракеше 15.04.1994 // СПС КонсультантПлюс [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр». – М., 2017.

40. Diplomatic Conference for the Adoption of a new Act of the Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration // World Intellectual Property Organization [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: [http://www.wipo.int/meetings/diplomatic\\_conferences/2015/en/](http://www.wipo.int/meetings/diplomatic_conferences/2015/en/) . Дата доступа: 05.10.2017.

41. Женевский акт Лиссабонского соглашения о наименованиях мест происхождения и географических указаниях (принят 20 мая 2015 г.) // Всемирная организация интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: [http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file\\_id=376775](http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file_id=376775) . – Дата доступа: 05.10.2017.

42. Боденхаузен, Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности / Г. Боденхаузен // М.: Прогресс, 1977. – 377 с.
43. Введение в интеллектуальную собственность // Всемирная организация интеллектуальной собственности. 652 с.
44. Мэггс, П.Б., Сергеев А.П. Интеллектуальная собственность. – М.: Юристъ, 2000 г. – 400 с.
45. Григорьев А.Н. Критерии охраны географических указаний / А.Н. Григорьев // Интеллектуальная собственность. – 1995. - № 5-6. - С. 15-19.
46. Brethauer, C. Der Schutz der geographischen Herkunftsangaben / C. Brethauer // Rechtsanwalt Göttingen [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://www.markenrecht.justlaw.de/geographische-herkunftsangaben.htm> – Дата доступа: 05.10.2017.
47. Григорьев А. Н. Соотношение товарного знака и географического указания. Патенты и лицензии. 1994 г., № 7, стр. 17 — 21.
48. Часто задаваемые вопросы: географические указания. // WIPO. Всемирная организация интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: [http://www.wipo.int/geo\\_indications/ru/faq\\_geographicalindications.html](http://www.wipo.int/geo_indications/ru/faq_geographicalindications.html) Дата доступа: 05.10.2017.
49. Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации от 31 октября 1958 года, пересм. в Стокгольме 14 июля 1967 года и измененное 28 сентября 1979 года // Всемирная организация интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: [http://www.wipo.int/lisbon/en/legal\\_texts/lisbon\\_agreement.html](http://www.wipo.int/lisbon/en/legal_texts/lisbon_agreement.html). – Дата доступа: 05.10.2017.
50. Ионова, О.В. Международные соглашения по охране наименований места происхождения и указаний происхождения товаров / Гос. патентное ведомство СССР. – М. : ВНИИПИ, 1992. – 40 с.
51. Штоппель, В. Охрана географических указаний происхождения и наименований мест происхождения товара / В. Штоппель // Вопросы охраны интеллектуальной собственности и противодействия монополистической деятельности. – Минск : Амалфея, 2011. – С. 136–155.
52. DOOR. Agriculture and Rural Development // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: [http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?&recordStart=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone\\_\\_mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone\\_\\_mask=&filterMax.milestone=&filter.country=DE&filter.category=&filter.type=PDO&filter.status=](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?&recordStart=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone__mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone__mask=&filterMax.milestone=&filter.country=DE&filter.category=&filter.type=PDO&filter.status=) . – Дата доступа: 05.10.2017.

53. DOOR. Agriculture and Rural Development // [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: [http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html;jsessionid=pL0hLqqLXhNmFQyF11b24mY3t9dJQPflg3xbL2YphGT4k6zdWn34!-370879141?&recordStart=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filter.Min.milestone\\_\\_mask=&filter.Min.milestone=&filter.Max.milestone\\_\\_mask=&filter.Max.milestone=&filter.country=DE&filter.category=&filter.type=PGI&filter.status=REGISTERED](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html;jsessionid=pL0hLqqLXhNmFQyF11b24mY3t9dJQPflg3xbL2YphGT4k6zdWn34!-370879141?&recordStart=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filter.Min.milestone__mask=&filter.Min.milestone=&filter.Max.milestone__mask=&filter.Max.milestone=&filter.country=DE&filter.category=&filter.type=PGI&filter.status=REGISTERED). – Дата доступа: 05.10.2017.

54. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 08.12.2011) // СПС КонсультантПлюс [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр». – М., 2017.

55. Договор о евразийском экономическом союзе (вместе с Приложениями 1-33) (Подписан в г. Астане 29.05.2014) // СПС КонсультантПлюс [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр». – М., 2017.

56. Сергеев, А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации / А.П. Сергеев // 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, 2003. – 752 с.

57. Дозорцев, В.А. Объекты исключительных прав / В.А. Дозорцев // Интеллектуальные права. Понятие, система, задачи кодификации // В. А. Дозорцев; Исследовательский центр частного права. – М.: Статут, 2003. – 416 с.

58. Заключение коллегии Палаты по патентным спорам от 11.03.2013 : приложение к решению Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 08.05.2013 по заявке № 2012703911 // СПС КонсультантПлюс [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр». – М., 2017.

59. Горленко, С.А. Кирий, Л.Л. Совершенствование законодательства в области наименований мест происхождения товаров и географических указаний / С.А. Горленко, Л.Л. Кирий // Патенты и лицензии. – 2013. – № 12. – С. 13 – 19.

60. Ковальчук, О.О. Право інтелектуальної власності на географічне зазначення в Україні та країнах Європейського Союзу : цивільно-правовий аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 «цивільне право та цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право / О.О. Ковальчук. – Київ. – 2014. – 19 с.

61. Реестр № 39 // Офіційний веб-портал Державної служби інтелектуальної власності України [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: [http://sips.gov.ua/i\\_upload/file/39.pdf](http://sips.gov.ua/i_upload/file/39.pdf) – Дата доступа: 05.10.2017.

62. Verordnung (EG) Nr. 207/2009 des Rates vom 26. Februar 2009 über die Gemeinschaftsmarke // EUR-Lex [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://eur-lex.europa.eu/legal->

content/DE/TXT/?qid=1410977305309&uri=CELEX:02009R0207-20130701 –  
Дата доступа: 05.10.2017.

63. Geografische Herkunftsbezeichnungen als Marketingtool // SKW Schwarz [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: [https://www.skwschwarz.de/aktuelles/artikel/artikel-detail/news/geographical-indications-of-origin-as-a-marketing-tool/\\_/detail/News/](https://www.skwschwarz.de/aktuelles/artikel/artikel-detail/news/geographical-indications-of-origin-as-a-marketing-tool/_/detail/News/). Дата доступа: 05.10.2017.

64. Горленко, С.А., Корчагин, Д.А. Товарный знак: основания для отказа в регистрации / С.А. Горленко, Д.А. Корчагин // Патенты и лицензии. – 2004. - № 2. – С. 44-50.

65. Об утверждении рекомендаций по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений: Приказ Роспатента, 23 марта 2001 г. № 39 // СГС КонсультантПлюс [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр». – М., 2017.

66. Гражданское право. В 3 т. Т. 3 : учебник / Е.Н.Абрамова, Н.Н.Аверченко, Ю.В.Байгушева; под ред. А.П.Сергеева. – М. : Проспект, 2010. –880 с.

67. Гришаев, С.П. Интеллектуальная собственность: учеб. пособие / С.П.Гришаев. – М.: Юристъ. – 2004. – 240 с.

68. Гаврилов Э.П., Данилина Е.А. Комментарий к Закону Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» / Э.П. Гаврилов, Е.А. Данилина. – Изд-во «Экзамен», М.: 2004.

69. Фролова, Н.М. Наименование мест происхождения товаров как объект правовой охраны // Сборник научных трудов памяти В.А. Рясенцева. - М., 1995. С. 75-89.

70. Гражданское право : учебник : в 3 т. Т.3 /В.В. Безбах, Д.А.Белова [и др.] ; отв. ред. В.П.Мозолин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Проспект, 2014. – 704 с.

71. Зыков, С.В. Нетипичные исключительные права / С.В. Зыков // Цивилист. 2011. – № 3. С. 66 – 68

72. Schwarz, F. Der Schutz geographischer Herkunftsangaben / F.Schwarz. – GRIN Verlag, 2003.

73. Колесникова, В.В. Средства индивидуализации участников гражданского оборота и производимых ими товаров (работа, услуг) как объекты права интеллектуальной собственности: автореф. дис. ... к-та юрид. наук: 12.00.03 / В.В. Колесникова.– Астана, 2007. – 30 с.

74. Ley de la Propiedad Industrial (modificada hasta el 9 de abril de 2012) / WIPO Intellectual Property Law and Treaties Database (WIPO Lex) // Всемирная организация интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа:

[http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file\\_id=264465](http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=264465). – Дата доступа: 05.10.2017.

75. Ковальчук, О.О. Право інтелектуальної власності на географічне зазначення в Україні та країнах Європейського Союзу : цивільно-правовий аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 «цивільне право та цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право / О.О. Ковальчук. – Київ. – 2014. – 19 с.

76. Дмитриченко, Г.М. Правовий режим географічного зазначення в Україні як об'єкта промислової власності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 «цивільне право та цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право / Г.М. Дмитриченко. – Київ. – 2014. – 18 с.

77. Горленко С.А., Еременко В.И. Комментарий к Закону Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» // Комментарий к законодательству об охране интеллектуальной собственности / Под общ. ред. В.И. Еременко. М., 1997.

78. Дозорцев, В.А. Субъекты исключительных прав / В.А. Дозорцев // Интеллектуальные права: Понятие. Система. Задачи кодификации : сб. статей / Исслед. центр частного права. – М.: «Статут», 2003. – 416 с.

79. Городов, О.А. Право на средства индивидуализации (товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, коммерческие обозначения) / О.А. Городов. – М.: Wolters Kluwer Russia, 2006. – 427 с.

80. Про охорону прав на зазначення походження товарів: Закон України, 16 июня 1999 г. // Законодавство України [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/752-14/print1218034688041545>. – Дата доступа: 05.10.2017.

81. Law on Appellations of Origin and Geographical Indications of Goods: Law of Georgia, дата, номер [Электронный ресурс] // Sakpatent – 2017. – Режим доступа: <http://www.sakpatenti.gov.ge/en/page/61/>. – Дата доступа: 05.10.2017.

82. Уваркин, Г. Система средств индивидуализации: этапы становления и современность / Г.Уваркин // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2008. – № 8. – С. 13–18.

83. Stern, St. Are GIs IP? // E.I.P.R. – 2007. – Vol. 29. – № 2. – P. 39–42

84. WT/DS174/R European communities – protection of trademarks and geographical indications for agricultural products and foodstuffs / World trade organization [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/dispu\\_e/174r\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/174r_e.pdf) – Дата доступа: 05.10.2017.

85. О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров: Закон Респ. Казахстан, 26 июля 1999 г., № 456 / National Patent Office Republik of Kazakhstan [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа : [http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z990000456\\_](http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z990000456_). – Дата доступа: 05.10.2017.

86. Беркхарт, Г. Товарные знаки и наименования мест происхождения товаров в четвертой части ГК / Г. Беркхарт // Патенты и лицензии – 2007. – № 3.