

УДК 34

Студент: Куваева А.О.

Научный руководитель:

Профессор д.ю.н.Мансуров Г.З.

Российская Академия народного хозяйства

и государственной службы

при Президенте РФ.

Уральский институт управления.

ТЕМА НАУЧНОЙ СТАТЬИ:

«ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ УКАЗАНИЕ КАК НОВОЕ СРЕДСТВО

ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ»

Аннотация:

В данной статье рассмотрено новое средство индивидуализации, такое как географическое указание, его введение в часть IV Гражданского кодекса РФ. Выявлены схожие и отличительные черты с наименованием места происхождения товара. Проанализированы перспективы правоприменения данного средства индивидуализации, влияние на интеллектуальную собственность в целом.

Ключевые слова:

Интеллектуальная собственность/ средства индивидуализации товаров/ географическое указание/ наименование места происхождения товара/ географическая территория

Student: Kuvaeva A.O.

Scientific adviser:

Professor, Doctor of Laws Mansurov G.Z.

Russian Academy of National Economy

and public service

under the President of the Russian Federation.

Ural Institute of Management.

**TOPIC OF THE SCIENTIFIC ARTICLE:
"GEOGRAPHICAL INDICATION AS A NEW MEANS OF
INDIVIDUALIZATION"**

Annotation:

This article discusses a new means of individualization, such as a geographical indication, its introduction into Part IV of the Civil Code of the Russian Federation. Identified similarities and distinctive features with the appellation of origin. The prospects for the enforcement of this means of individualization, the impact on intellectual property in general are analyzed.

Keywords:

Intellectual property / means of individualization of goods / geographical indication / appellation of origin of goods / geographical area

Введение

В настоящее время статья 1225 Гражданского кодекса Российской Федерации закрепляет перечень охраняемых результатов интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации.

Так, в июле 2020 г. были внесены изменения в ГК РФ. В соответствии с Федеральным законом от 26.07.2020 № 230-ФЗ «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и статьи 1, в российское законодательство было введено новое средство индивидуализации товаров — географическое указание.

На первый взгляд, можно сказать, что рассматриваемое нами средство индивидуализации схоже с указываемом в статье «наименованием места происхождения товара», однако, включение географического указания в список статьи 1225 ГК РФ обусловлено во многом отличительными

особенностями и характеристиками данного средства индивидуализации, которые будут рассмотрены в данной статье.

Актуальность рассматриваемой темы заключается в необходимости выявления данного средства индивидуализации законодателем в целом. Влияния данного нововведения, включенного в законодательство на институт интеллектуальной собственности.

Согласно п.1. ст. 1516 ГК РФ в новой редакции под географическим указанием следует понимать обозначение, используемое на товарах, которые имеют определенное географическое происхождение и обладают свойствами, репутацией или характерными особенностями, обусловленными преимущественно местом своего происхождения. Географическому указанию предоставляется правовая охрана при условии, что на территории соответствующего географического объекта осуществляется хотя бы одна из стадий производства товара, оказывающая существенное влияние на формирование его характеристик.

Таким образом, из вышеуказанного определения мы видим, что важной отличительной особенностью является именно осуществление хотя бы одной из стадий производства товара на определенной территории, что и позволит его идентифицировать.

Также стоит отметить, что хоть и в законодательстве Российской Федерации понятие «географическое указание» является довольно таки новым, для многих стран в том числе в международных соглашениях (например, в Женевском акте Лиссабонского соглашения о наименованиях мест происхождения и географических указаниях от 20.05.2015), заключенных между ними данное определение существовало еще и раньше.

Глава 1. Общая характеристика географического указания как средства индивидуализации. Как его появление в законе отразится на институте интеллектуальной собственности в целом

Географическое указание является объектом интеллектуальных прав, средством индивидуализации.

Определение географического указания закреплено в Гражданском кодексе Российской Федерации.

Так, географическое указание представляет собой обозначение, идентифицирующее происходящий с территории географического объекта товар, определенное качество, репутация или другие характеристики которого в значительной степени связаны с его географическим происхождением (характеристики товара).

Географическое указание нашло свое отражение в законодательстве достаточно недавно. Закон №230-ФЗ вводит в ГК РФ в качестве самостоятельного, защищенного средства индивидуализации товара его как новый объект интеллектуальных прав. В повседневной жизни географическое указание чаще называют региональными брендами.

Закон имеет достаточно большое значение для регионов, так большинство из них имеют свою историческую, культурную и природную уникальность, особые традиции. Принятие решения на государственном уровне по введению правовой охраны географических указаний является важным, необходимым и своевременным шагом на пути к импортозамещению, развитию региональных брендов, экономической поддержки регионов.

Необходимость в принятии поправок о включении географических указаний в средства индивидуализации заключается в потребности правовой охраны и продвижения региональных брендов, а также производителей уникальной продукции, не имеющей аналогов. Таким образом, данная законодательная мера может помочь региональным производителям успешнее продвигать производимую ими продукцию на внутреннем и

внешнем рынках, а в случае возникновения спорных ситуаций ссылаться на наличие географического указания.

В России действует исключительное право на географическое указание или наименование места происхождения товара. Государственная регистрация является основанием для признания и охраны.

Введение нового средства индивидуализации товаров не могло не вызвать споров в экспертном сообществе относительно влияния и полезности данного средства на российский бизнес в целом.

Так, можно выделить следующие основные положительные моменты введения понятия «географическое указание», а именно: процесс регистрации данного средства индивидуализации товаров заметно проще, чем процесс регистрации наименования места происхождения товаров. Следует отметить, что многие начинающие предприниматели заинтересованы в более упрощенном процессе регистрации средств индивидуализации товара, что является особым преимуществом.

Для того чтобы зарегистрировать географическое указание, потребуется меньшее количество документов, а также важным и самым ключевым моментом будет являть то, что нет строгой привязки к региону во всем производственном цикле. Достаточно только того, чтобы лишь один из этапов производства осуществлялся в конкретном регионе (в пример можно привести производство морса, на основе воды из источников конкретной республики края, области.) Регистрация географического указания окажет положительное влияние на повышение узнаваемости производимого товара. Это способствует формированию новых брендов, в том числе и региональных, а, следовательно, и улучшает общую экономическую ситуацию в регионах, где будут регистрироваться географические указания. Так многие региональные производители перейдут к регистрации географических указаний и тем самым повысят известность своих брендов на внутреннем и внешнем рынках.

Нужно отметить позитивные последствия повышения популярности и востребованности товаров таких региональных производителей. Во-первых, в регионах появятся новые рабочие места, что решит многие социальные проблемы. Во-вторых, повышение узнаваемости региона скажется на уровне и качестве привлечения внешних и внутренних инвестиций в данный регион. В-третьих, узнаваемость товара будет способствовать росту спроса на него среди российских и зарубежных покупателей. В-четвертых, спрос на продукцию из определенных регионов косвенно повлияет и на усиление туристического интереса к данным регионам, что позволит увеличить потоки российских и иностранных туристов. В-пятых, само собой, популяризация товаров посредством регистрации географического указания станет стимулом для роста предпринимательской активности населения, в первую очередь — для появления новых субъектов малого и среднего предпринимательства в российских регионах.

Но следует также отметить и отрицательные моменты нововведения, с которыми могут столкнуться как предприниматели, так и потребители.

Как уже было указано, географическое указание является регистрируемым средством индивидуализации товара, как и наименование места происхождения товара. Однако если в случае наименования места происхождения товара требуется, чтобы весь цикл проходил на одной определенной территории, то применительно к географическим указаниям таких требований нет. Таким образом, на рынке могут конкурировать товары с географическими указаниями и с наименованием места происхождения товаров, и производители товаров с зарегистрированными наименованиями мест происхождения товаров окажутся не в очень выгодном положении. Регистрацию наименования места происхождения товара пройти сложнее, и товар производителя с зарегистрированным наименованием места происхождения товара может быть намного качественнее. Но потребитель в

таких нюансах не разбирающийся может отдать предпочтение товару с географическим указанием.

Также сами потребители начнут заблуждаться в товарах, не различая географическое указание и наименование места происхождения товара. При этом они могут быть разочарованы качеством товара с географическим указанием, и тогда сам факт его наличия сыграет скорее отрицательную роль для рекламы конкретного бренда. Однако такое предположение справедливо лишь в отношении недобросовестных предпринимателей, заведомо производящих товары низкого качества.

Глава 2. Отличие географического указания от наименования места происхождения товара

Рассматривая такие средства индивидуализации как географическое указание и наименование места происхождения товара на первый взгляд можно сделать вывод, что данные обозначения по своей природе являются идентичными и имеют общие критерии, такие как:

- наличие связи обозначения с территорией определенного географического объекта;
- возможность предоставления исключительного права на уже зарегистрированное обозначение любому лицу, выполняющему соответствующие требования;
- закрепление права на подачу заявки на регистрацию обозначения за одним или несколькими гражданами, юридическими лицами, а также ассоциацией (союзом) или иным объединением лиц;
- недопустимость распоряжения исключительным правом, в том числе путем его отчуждения или предоставления другому лицу права использования НМПТ или географического указания, а также перехода исключительного права без заключения договора;

- действие исключительного права в течение 10 лет со дня подачи заявки на регистрацию с возможностью продления;
- особая маркировка (по образцу стран, в которых существует аналогичная практика охраны географического указания или наименования места происхождения товара).

Данные два средства индивидуализации имеют следующие отличительные черты:

1.Наименование места происхождения товара представляет собой словесное обозначение, оно обязательно включает наименование географического (территориального) субъекта, который стал широко известен благодаря товару, а его природные или людские характеристики обуславливают особые свойства продукции.

Географическое указание – представляет собой любое обозначение, позволяющее идентифицировать товар как происходящий из определенной территории, (словесное, изобразительное, эмблема, маркировка), которое должно связывать товар и регион происхождения (географический субъект)

2.Одним из ключевых требований к наименованию места происхождения товара является известность обозначения, которая возникла задолго до подачи заявки на государственную регистрацию такого обозначения в качестве наименования места происхождения товара в результате его использования в отношении конкретного товара.

Отсутствие известности обозначения в отношении товара не является препятствием для регистрации географического указания.

3.Наименование места происхождения товара регистрируется в отношении товара, обладающего особыми свойствами, которые исключительно определяются характерными для данного географического объекта

природными условиями и (или) людскими факторами. Сопровождаемый товар является своего рода единственным, неповторимым, не имеющим себе подобного.

Географическое указание регистрируется в отношении товара, обладающего определенным качеством, репутацией или другими характеристиками, которые в значительной степени связаны с его географическим происхождением. Наличие особых свойств подтверждать не требуется.

4. В случае географического указания на территории географического объекта должна осуществляться хотя бы одна из стадий производства товара, оказывающая существенное влияние на формирование характеристик товара.

Что касаемо наименования места происхождения товара, то на территории географического объекта должны осуществляться все стадии производства товара, оказывающие существенное влияние на формирование особых свойств товара.

5. Для регистрации наименования места происхождения товара требуется заключение уполномоченного федерального или регионального органа о том, что в границах данного географического объекта заявитель производит товар, отвечающий требованиям абзаца 1 второго пункта 1 статьи 1516 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Для регистрации географического указания заявитель сам собирает и представляет в Роспатент документы, подтверждающие, что он производит товар, обладающий определенным качеством, репутацией или другими характеристиками товара, которые в значительной степени определяются его географическим происхождением.

Заключение

Рассмотрев в данной статье такое нововведение как «географическое указание», проанализировав его характеристики, влияние на рынок, сходство и различие с таким средством индивидуализации как наименование места происхождения товара, следует отметить, что географическое указание составляет некоторую конкуренцию наименованию места происхождения товара. Ключевым отличием будет являться то, что процедура его регистрации гораздо легче и проще.

Потребители все чаще обращают внимание на географическое происхождение продуктов, и многим из них важны особые характеристики продуктов, которые они приобретают.

Таким образом, географическое указание выполняет роль отличительного фактора продукта на рынке, что позволяет потребителям различать продукты, имеющие определенные характеристики, обусловленные географическим местом происхождения и остальные продукты, которые не обладают такими характеристиками. Из этого можно сделать вывод, что географическое указание может служить ключевым элементом при формировании коллективных брендов продуктов, качество которых определяется их местом происхождения.

Также следует отметить, что принятие данного нововведения позволит производителям в более упрощенной форме получить право на использование средства индивидуализации товара, происходящего на определенной территории, в связи с тем, что будет отсутствовать необходимость предоставления заключения компетентного органа, подтверждающего наличие у производимого товара особых свойств. Так, как уже было ранее отмечено, достаточно того, чтобы производимый товар обладал определенным качеством, репутацией и хотя бы одна из стадий его производства осуществлялась в границах географического объекта, с территории которого будет происходить товар.

Возможность предоставления правовой охраны географического указания будет способствовать привлечению в регион товаропроизводителей (у них будет возможность получить исключительное право, подтвержденное свидетельством как следствие, на законном основании использовать указанное географическое указание).

Следует отметить тот факт, что введение географического указания в перечень охраняемых средств индивидуализации не следует рассматривать как основание для исключения наименования места происхождения товара из охраняемых объектов интеллектуальных прав, поскольку данный объект, как справедливо отмечают разработчики анализируемого законопроекта в пояснительной записке, является востребованным для производителей традиционных товаров, в том числе народных художественных промыслов. Кроме того, введение охраны географического указания наряду с охраной наименования места происхождения товара соответствует современным мировым тенденциям. В частности, потребность в охране двух видов объектов интеллектуальной собственности, географического указания и наименования места происхождения товара, уже давно предусмотрена многими международными документами, включая Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности (1883 г.), Женевский акт Лиссабонского соглашения о наименованиях мест происхождения и географических указаниях (1958 г.)

В целом же можно предположить, что географическое указание со временем станет более популярным, нежели наименование места происхождения товара, средством индивидуализации товара, причем его популярность возрастет как среди отечественных, так и среди иностранных производителей товаров. Следовательно, можно предсказать позитивную роль нового средства индивидуализации товаров в развитии отечественного предпринимательства и российской экономики в целом.

Библиографический список

1. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)" от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 30.12.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 17.01.2021).
2. Статья: Шанс региональных брендов. Географическое указание - новый объект интеллектуальных прав (Фомина Л.) ("Финансовая газета", 2019, N 34).
3. Статья: Правовые итоги - 2019 (Крашенинников П., Головко Л., Бевзенко Р., Есаков Г., Степанов Д., Старилов Ю., Гальперин М., Асоксов А., Новоселова Л., Калятин В., Нестеренко А., Цыганков Д., Брызгалин А., Рассказова Н., Малешин Д., Церковников М., Наумов В.) ("Закон", 2020, N 1).
4. Статья: Объекты интеллектуальной собственности, получающие охрану в XXI веке (Матвеев А.Г., Синельникова В.Н.) ("Вестник Пермского университета. Юридические науки", 2019, N 2)