

УДК 347.783.55

СУЩНОСТЬ ОСНОВНЫХ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ, ОТРАЖАЮЩИХ ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПРОИСХОЖДЕНИЕ ТОВАРА

О. О. ЯДРЕВСКИЙ¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Рассматривается правовая охрана объектов интеллектуальной собственности, которые отражают географическое место происхождения товара. Они включают указание происхождения товара, географическое указание и наименование места происхождения товара. На основании изучения международных актов и позиций ученых устанавливаются различные точки зрения по вопросу сущности правовой охраны указания происхождения товара. По результатам их сопоставления впервые выделяются критерии, различные сочетания которых обуславливают возможность охраны обозначения в качестве указания происхождения товара, а также географического указания и наименования места происхождения товара. На основании исследования национальных законодательств зарубежных стран производится классификация основных систем правовой охраны обозначений географического места происхождения товара. Проведенный анализ позволяет выстроить систему правовой охраны обозначений географического места происхождения товара при помощи объектов интеллектуальной собственности.

Ключевые слова: географическое происхождение; интеллектуальная собственность; указание происхождения товара; географическое указание; наименование места происхождения товара.

DISCLOSURE OF MAJOR OBJECTS OF INTELLECTUAL PROPERTY, REFLECTING THE GEOGRAPHICAL ORIGIN OF GOODS

A. A. YADREUSKI^a

^aBelarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus

The article deals with the legal protection of intellectual property objects, which reflect the geographical place of origin – the indication of source, geographical indications, appellation of origin. Based on the study of international acts and positions of scientists identified the author of various points of view on the nature of the legal protection of indications of source. As a result of comparing them for the first time highlighted criteria, different combinations of which stipulate the possibility of protection of designation as an indication of source, geographical indications, appellations of origin. Based on the study of national legislations of foreign countries the author classifies the main systems of legal protection of geographical designations. The analysis allows to build a system of legal protection of geographical designations by means of intellectual property objects.

Key words: geographical origin; intellectual property; indication of origin; geographical indications; appellations of origin.

При индивидуализации товара существенное значение имеет отражение места его происхождения (производства, изготовления), так как по-

требитель может соотносить с таким местом качество и иные характеристики товара. В некоторых случаях такое отражение может осуществляться

Образец цитирования:

Ядревский О. О. Сущность основных объектов интеллектуальной собственности, отражающих географическое происхождение товара // Журн. Белорус. гос. ун-та. Право. 2017. № 2. С. 54–58.

For citation:

Yadreuski A. A. Disclosure of major objects of intellectual property, reflecting the geographical origin of goods. *J. Belarus. State Univ. Law*. 2017. No. 2. P. 54–58 (in Russ.).

Автор:

Олег Олегович Ядревский – преподаватель кафедры гражданского права юридического факультета.

Author:

Aleh Yadreuski, lecturer at the department of civil law, faculty of law.
oleg501@yandex.ru

при помощи объектов интеллектуальной собственности. На международном уровне старейшим из таких объектов является указание происхождения товара (далее – УПТ). Нормы об УПТ закреплены в Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883 г. (далее – Парижская конвенция), а также в Мадридском соглашении о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах 1891 г. (далее – Мадридское соглашение). Однако ни первый, ни второй документ не содержат определения этого объекта. В своем комментарии к Парижской конвенции Г. Боденхаузен указал, что под УПТ обычно понимаются все выражения или все знаки, используемые для того, чтобы показать, что данный продукт произведен определенной страной или группой стран, в конкретном регионе или ином определенном месте [1, с. 33]. Такой же подход доминирует в публикациях Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС). Согласно данному подходу, даже если товар не обладает какими-либо свойствами, связанными с местом его происхождения, обозначение данного места на товаре будет охраняться как УПТ. Такую же позицию можно встретить в многочисленных публикациях западных и российских исследователей [2, S. 3; 3, с. 64]. В частности, ее придерживается известный российский цивилист А. П. Сергеев [4, с. 607].

Несмотря на доминирование такого подхода, интересной представляется точка зрения российского исследователя А. Н. Григорьева. По его мнению, «в действительности мы можем говорить об УПТ 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 УПТ» [5, с. 17]. Другими словами, без определенной репутации географическое обозначение является указанием на место нахождения изготовителя или продавца, его адресом, служащим информацией общего характера [6, с. 8]. На основе изложенного исследователь приходит к выводу о том, что географическое обозначение «может стать УПТ <...> только в процессе деятельности предприятия и только тогда, когда у потребителя выработается четкая взаимосвязь между местом производства или реализации товара и его свойствами» [7, с. 18].

Аналогичной точки зрения придерживаются и некоторые зарубежные исследователи, которые относят к УПТ обозначения, указывающие на географический объект, который имеет определенную репутацию, связанную с географическим местом [8, р. 109]. Более того, данный подход, как указывает К. Бретхауер, используется в практике охраны УПТ

в Германии, где определяющее значение для признания обозначения УПТ имеет восприятие его таковым среднестатистическим потребителем. Если обозначение является малоизвестным и не воспринимается как географическое, то к нему не применяются положения о защите от ложных УПТ [9].

Для лучшего понимания данной точки зрения рассмотрим суть правовой охраны УПТ. Парижской конвенцией запрещено использование ложных либо вводящих в заблуждение указаний о месте происхождения продукта. Необходимость этого запрета обусловлена прежде всего тем, что потребителю должна быть предоставлена достоверная информация о продукте, включая и место его происхождения. Такая информация необходима не сама по себе, а прежде всего в связи с тем, что у потребителя место происхождения товара ассоциируется с его свойствами, пусть даже и общего характера (например, высокое качество немецких товаров). Это формирует репутацию или так называемый гудвилл обозначения, что характерно для правовой охраны любых средств индивидуализации (товарных знаков, фирменных наименований). Если же у потребителя представление о месте происхождения товара не связано с какими-либо свойствами, что в большей степени характерно для малоизвестных указаний, то такое обозначение для него не будет являться средством индивидуализации товара.

В целях более удобного восприятия данной позиции предлагаем ввести несколько понятий:

- 1) «объективный критерий» – для характеристики связи свойств товара с местом его происхождения;
- 2) «субъективный критерий» – для характеристики восприятия потребителем обозначения как географического наименования;
- 3) «объективно-субъективный критерий» – для характеристики связи свойств товара с местом его происхождения, которая воспринимается потребителем.

По мнению А. Н. Григорьева, УПТ может охраняться лишь для обозначений с объективно-субъективным критерием. В то же время нельзя исключать ситуацию, когда товар производится на территории малоизвестного географического объекта и его свойства отчасти обусловлены местом происхождения, что в большей степени характерно для сельскохозяйственной продукции и продовольственных товаров (например, недавно открытый источник минеральной воды). В этой ситуации из трех критериев присутствует только объективный. Однако если такому обозначению не будет предоставляться правовая охрана в рамках запрета указания ложных обозначений, то это может привести к значительному ущербу для производителей. В случае появления контрафактных товаров

у потребителя сформируется ложное представление о свойствах подлинного товара. То есть и такому обозначению необходимо обеспечить охрану в качестве УПТ.

Если же говорить об обозначениях, формально не являющихся ложными, но способных ввести в заблуждение (например, названия маленьких городов в США, аналогичных названиям европейских столиц), то здесь у обозначения должен наличествовать субъективный критерий, поскольку при формально истинном указании на место происхождения у потребителя могут возникнуть ошибочные представления о его происхождении, что в дальнейшем приведет к ошибочному представлению о свойствах товара.

Таким образом, полагаем, что правовая охрана УПТ направлена прежде всего на защиту товаров, которые обладают некоторыми свойствами, связанными с местом их происхождения. При этом неважно, имеется ли у потребителей соответствующая взаимосвязь между происхождением товара и его свойствами, главное, чтобы такая взаимосвязь существовала объективно (объективный критерий).

Эта позиция распространяется только в отношении запрета ложных обозначений. Обозначения, которые способны ввести потребителя в заблуждение относительно места происхождения, должны восприниматься как территория определенного географического объекта, на которой производится товар (субъективный критерий).

Полагаем, что такой подход позволяет наиболее точно отразить сущность УПТ как одного из объектов промышленной собственности согласно Парижской конвенции и Мадридскому соглашению.

Следует отметить, что УПТ чаще всего охраняется в рамках законодательства о защите прав потребителей (от ложных и вводящих в заблуждение обозначений), а также в рамках законодательства о запрете недобросовестной конкуренции. В то же время в некоторых странах УПТ является единственным объектом интеллектуальной собственности для отражения географического происхождения товара. В Германии это отражено в национальном законодательстве в соответствии с национальным законом о товарных знаках (*Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen*).

Сегодня понятие УПТ в международном, региональном и национальном законодательстве, а также в публикациях вытесняется понятием «географическое указание» (далее – ГУ) в терминологии Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (Соглашения ТРИПС) 1994 г. Этот термин используется лишь для товаров с определенным качеством, репутацией либо иными свойствами, которые имеют значительную связь с географическим происхождением. Из со-

держания п. 2 ст. 22 Соглашения ТРИПС можно сделать вывод о том, что такая охрана предоставляется как против всех действий, являющихся актами недобросовестной конкуренции, так и против всякого использования географического происхождения продукта, которое может ввести потребителей в заблуждение.

Для большинства товаров правовой режим охраны ГУ сходен с соответствующим правовым режимом в отношении УПТ по Парижской конвенции и Мадридскому соглашению. И в том и в другом случае обязательным является лишь объективный критерий, т. е. обусловленность характеристик товара его географическим происхождением. Для обозначений, способных ввести в заблуждение, важен также субъективный критерий. В определении ГУ в Соглашении ТРИПС содержится формулировка «значительная степень обусловленности свойств товара географическим происхождением». Это обстоятельство отсутствует в трактовке УПТ. На официальном сайте ВОИС в разделе «Географические указания. Часто задаваемые вопросы» отмечается, что в отличие от ГУ в терминологии Соглашения ТРИПС УПТ «не подразумевает наличия особых качеств, репутации или характеристик продукта, которые были бы в значительной степени обусловлены местом его происхождения» [10]. Как отмечалось ранее, при охране обозначения в качестве УПТ характеристики товара могут быть связаны с его географическим происхождением лишь в самом общем виде. Кроме того, понятие «географическое происхождение» трактуется некоторыми авторами лишь как зависимость свойств товара от природных условий [11].

Можно сделать вывод о том, что понятие ГУ в терминологии Соглашения ТРИПС является несколько более узким, чем понятие УПТ по Парижской конвенции. Ст. 23 Соглашения ТРИПС предусматривает дополнительный объем правовой охраны ГУ для вин и крепких спиртных напитков. Объем их правовой охраны приближается к такому объекту, как наименование места происхождения товара (далее – НМПТ).

Следует отметить, что правовая охрана НМПТ на международном уровне была предоставлена Лиссабонским соглашением об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации 1958 г. (далее – Лиссабонское соглашение). Главным отличием НМПТ от УПТ и ГУ является то, что для признания обозначения НМПТ свойства товара должны определяться главным образом географической средой, включая природные и человеческие факторы. Для охраны обозначений с такими характеристиками необходимо предоставлять владельцам охранной документ, который закрепляет особые свойства товара и предоставляет право использовать такое обозначение только

его обладателям. Указанное обозначение, помимо прочего, должно быть известно потребителям. Следовательно, в качестве НМПТ может охраняться только обозначение с объективно-субъективным критерием. Это обуславливает и объем правовой охраны, так как запрещается использование не только ложных либо вводящих в заблуждение обозначений, но и любых обозначений, которые неправомерно используют репутацию товара с НМПТ.

На дипломатической конференции ВОИС 20 мая 2015 г. был принят Женевский акт Лиссабонского соглашения о НМПТ и ГУ (далее – Женевский акт), который представляет собой измененное Лиссабонское соглашение. Основным его новшеством стало предоставление возможности для ГУ международной регистрации наряду с НМПТ. Определение географического указания весьма схоже с определением, которое дается в Соглашении ТРИПС. Отличием является то, что в соответствии с Женевским актом ГУ, также как и НМПТ, подлежит регистрации с выдачей охранного документа.

Следует отметить, что подобная система аналогична системе, существующей в рамках Европейского союза на основании Регламента ЕС № 1151/2012 «О правовой охране географических указаний и обозначений происхождения сельскохозяйственных и пищевых продуктов». Данный регламент использует термины «охраняемое НМПТ» (*protected designation of origin, PDO*) и «охраняемое ГУ» (*protected geographical indication, PGI*). Вместе с тем оба термина могут быть использованы лишь в отношении сельскохозяйственных продуктов и продовольственных товаров.

В соответствии с Регламентом ЕС № 1151/2012 и охраняемое НМПТ, и охраняемое ГУ должны представлять собой наименование, используемое для обозначения товара, происходящего с территории определенного объекта, местности, а в исключительных случаях – с территории определенной страны. При этом для охраняемого НМПТ качества или характеристики товара определяются главным образом географической средой, включая природные и человеческие факторы, а все стадии производственного процесса осуществляются на территории указанного географического объекта. Для охраняемого ГУ качества, репутация или иные свойства товара должны быть существенно связаны с его географическим происхождением и как минимум одна из стадий производственного процесса должна осуществляться на этой территории. Объем правовой охраны этих наименований не отличается и сводится к охраняемому НМПТ в терминологии Лиссабонского соглашения.

В случае с НМПТ, как и в случае с ГУ, в терминологии Женевского акта и Регламента 1151/2012 речь идет об обозначении товара с определенными свойствами, исключительно, главным образом или

в значительной степени обусловленными его географическим происхождением. Необходимость их правовой охраны в порядке регистрации вызвана, во-первых, необходимостью подтверждения наличия свойств обозначаемого товара, а во-вторых, воспрепятствованием неправомерному использованию репутации обозначения. Неправомерное использование обозначения может приводить как к ослаблению репутации, так и к превращению НМПТ либо ГУ в родовое понятие. Правовая охрана НМПТ и ГУ закреплена в законодательстве многих европейских стран (например, во Франции).

В странах общего права (в частности, в США) до настоящего времени не выделяется каких-либо специальных объектов для отражения географического происхождения товара. В этой сфере действует лишь законодательство о противодействии недобросовестной конкуренции (против использования рекламных материалов, образцов или фотографий изделий конкурента в целях выдать свою продукцию за продукцию конкурента). Чтобы обеспечить защиту обозначений географического места происхождения товара от расплывчатости и гарантировать особые свойства товара, в этих странах широко используется система сертификационных знаков – обозначений, право использования которых предоставляется уполномоченными государственными органами лишь тем производителям, которые соответствуют определенным требованиям. Используются также товарные знаки, прежде всего коллективные, для обозначения товаров, выпускаемых несколькими субъектами и обладающих едиными признаками [3, с. 69].

К настоящему времени в мире сформировалось несколько основных систем охраны обозначений товаров с определенными свойствами, обусловленными географическим происхождением:

1) немецкая. Не выделяет специального объекта для обозначения товаров с особыми свойствами. Основным средством охраны являются УПТ;

2) французская. Для обозначения товаров с особыми свойствами имеются специальные объекты – НМПТ и ГУ;

3) американская. Охрана обозначений товаров с особыми свойствами осуществляется в рамках закона о запрещении недобросовестной конкуренции и закона о сертификационных и коллективных знаках.

Таким образом, можно представить следующую систему охраны обозначений географического места происхождения товаров при помощи объектов интеллектуальной собственности:

1) обозначения, не обладающие объективным критерием любой, даже самой общей, степени, не подлежат правовой охране в качестве объектов интеллектуальной собственности, так как не являются средством индивидуализации товара;

2) обозначения, обладающие объективным критерием любой степени, охраняются в качестве УПТ в государствах – участниках Парижской конвенции и иных государствах, где предусмотрена их охрана от ложного использования. Если указанные обозначения обладают также и субъективным критерием, то они охраняются в государствах – участниках Мадридского соглашения и иных государствах, в которых предусмотрена охрана от вводящего в заблуждение использования;

3) обозначения, обладающие объективным критерием в значительной степени, охраняются в качестве ГУ в государствах – участниках ВТО и государствах, имеющих статус наблюдателя в ВТО, а также в иных государствах, где предусмотрена их охрана от ложного использования. Если указанные обозна-

чения обладают также и субъективным критерием, то они охраняются от использования, вводящего в заблуждение (такие же обозначения охраняются в качестве ГУ в государствах ЕС по смыслу Регламента 1151/2012 и Женевского акта). Вместе с тем для подтверждения объективного критерия данными документами предусмотрена регистрация ГУ;

4) обозначения, обладающие объективным, субъективным и объективно-субъективным критерием, охраняются в качестве НМПТ в государствах – участниках Лиссабонского соглашения, государствах ЕС в соответствии с Регламентом 1151/2012, а также в других государствах, где предусмотрена их охрана против неправомерного использования репутации таких обозначений наряду с перечисленной охраной ГУ.

Библиографические ссылки

1. Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности. М., 1977.
2. Spuhler O. Das System des internationalen und supranationalen Schutzes von Marken und geographischen Herkunftsangaben. Berlin, 2000.
3. Тыцкая Г. И., Мамиофа И. Э., Мотылева В. Я. Правовая охрана товарных знаков, фирменных наименований, указаний и наименований места происхождения товаров в капиталистических и развивающихся странах. М., 1985.
4. Сергеев А. П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. М., 1999.
5. Григорьев А. Н. Критерии охраны географических указаний // Интеллектуал. собственность. 1995. № 5–6. С. 15–19.
6. Григорьев А. Н. Охрана географических указаний. М., 1995.
7. Григорьев А. Н. Соотношение товарного знака и географического указания // Патенты и лицензии. 1994. № 7. С. 17–21.
8. Gevers F. Trademarks and Geographic Names // Symposium of the international protection of geographical indications. (Santenay, 9 and 10 Novemb., 1989). Geneva, 1990. P. 109–120.
9. Brethauer C. Der Schutz der geographischen Herkunftsangaben // Just law Rechtsanwälte : [site]. URL: <http://www.markenrecht.justlaw.de/geographische-herkunftsangaben.htm> (date of access: 05.07.2016).
10. Часто задаваемые вопросы: географические указания // WIPO. Всемирная организация интеллектуальной собственности : [сайт]. URL: http://www.wipo.int/geo_indications/ru/faq_geographicalindications.html (дата обращения: 07.07.2016).
11. Josling T. What is in a name. The economics, law and politics of Geographical indications for food and beverages [Electronic resource] // IIIS Discuss. Pap. № 109. URL: <http://tcd.ie/iiis/documents/discussion/pdfs/iiisd109pdf> (date of access: 07.07.2016).

References

1. Bodenhausen G. [Paris convention for the protection of industrial property]. Moscow, 1977 (in Russ.).
2. Spuhler O. The system of international and supranational protection of trademarks and geographical indications of origin. Berlin, 2000 (in Ger.).
3. Tyckaya G. I., Mamiofa I. E., Motyleva V. J. [Legal protection of trademarks, trade names, indications and appellations of origin in capitalist and developing countries]. Moscow, 1985 (in Russ.).
4. Sergeev A. P. [Intellectual property rights in the Russian Federation]. Moscow, 1999 (in Russ.).
5. Grigor'ev A. N. [Criteria for the protection of geographical indications]. *Intellektual'naja sobstv.* 1995. No. 5–6. P. 15–19 (in Russ.).
6. Grigor'ev A. N. [Protection of geographical indications]. Moscow, 1995 (in Russ.).
7. Grigor'ev A. N. [The ratio of trademarks and geographical indications]. *Pat. licenzii.* 1994. No. 7. P. 17–21 (in Russ.).
8. Gevers F. Trademarks and geographic names. Symposium of the international protection of geographical Indications (Santenay, 9 and 10 Novemb., 1989). Geneva, 1990. P. 109–120.
9. Brethauer C. Protection of geographical indications. Just law rechtsanwälte. URL: <http://www.markenrecht.justlaw.de/geographische-herkunftsangaben.htm> (date of the access: 05.07.2016) (in Ger.).
10. [Frequently asked questions: geographical indications]. *WIPO. World Intellectual Property Organization* : [site]. URL: http://www.wipo.int/geo_indications/ru/faq_geographicalindications.html (date of the access: 07.07.2016) (in Russ.).
11. Josling T. What is in a name. The economics, law and politics of Geographical indications for food and beverages. *IIIS Discuss. Pap.* No. 109. URL: <http://tcd.ie/iiis/documents/discussion/pdfs/iiisd109pdf> (date of access: 07.07.2016).