

## Охрана географических указаний в Республике Беларусь

Попова И.В.

// Интеллектуальная собственность в Беларуси. - 2001. - №3. - С. 11-19.

1. Средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров и услуг – необходимые элементы рыночной экономики. Примененные на товарах или их упаковке, в рекламе и печатных изданиях, они вызывают у потребителя определенные ассоциации, связанные с репутацией субъекта хозяйствования, качеством производимого им товара, а также свойствами товара, которые в значительной степени зависят от места его происхождения.

Гражданский кодекс Республики Беларусь (далее – ГК) относит к средствам индивидуализации фирменные наименования, товарные знаки (знаки обслуживания), наименования мест происхождения товаров. Фирменные наименования и товарные знаки хорошо известны и широко используются в Республике Беларусь. Что касается наименований мест происхождения товаров, то это – мало изученный и фактически неохраняемый в нашей стране объект. Такое положение обусловлено рядом объективных и субъективных причин, в числе которых и то обстоятельство, что весьма сложное законодательство об охране географических указаний даже в государствах с развитой рыночной экономикой начало развиваться и применяться лишь с начала прошлого века, хотя отдельные законы, посвященные охране географических обозначений, известны давно. Уже в 1222 г. продажу вина в Югославии регулировала Хартия Стефана Первовенчанного. В средние века самым распространенным средством указания географического места происхождения товаров, например, стекла MURANO с острова Мурано близ Венеции, являлись так называемые «знаки гильдии»<sup>1</sup>.

2. Единственным источником права на наименование места происхождения товара в Республике Беларусь является ГК, в §3 «Наименование места происхождения товара» главы 67 которого всего пять статей.

Согласно статье 1024 ГК наименованием места происхождения товара признается название страны, населенного пункта, местности или другого географического объекта, используемое для обозначения товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для этого географического объекта природными условиями или иными факторами либо сочетанием природных условий и этих факторов. Наименованием места происхождения товара может быть историческое название географического объекта.

Анализ данного определения позволяет выделить следующие признаки наименования места происхождения товара: 1) наличие на территории определенного государства географического объекта с присущими исключительно этому географическому объекту уникальными природными условиями и/или человеческим фактором; 2) производство на территории этого географического объекта товара с особыми свойствами, которые выделяют данный товар из всех однородных това-

---

<sup>1</sup> К.Лакерт. Географические указания: прошлое, настоящее и будущее. CIPR. Июнь 2000. С. 3.

ров; 3) прямая зависимость особых свойств товара, произведенного в данном географическом объекте, от природных условий и/или человеческого фактора, присущих этому географическому объекту.

Особые свойства товара могут определяться исключительно уникальными природными (естественными климатическими, геолого-минералогическими и иными) условиями территории, где этот товар производится. Природными условиями определяются свойства ливанского кедра, карельской березы, карлсбадской соли, донецкого угля, различных минеральных вод: «Боржоми», «Ессентуки», «Минская», «Боровая» и т.д.

Особые свойства товара могут зависеть только от человеческого фактора, от исторически сложившегося культурного уровня и профессионального мастерства проживающих на определенной местности людей, наличия традиционных для данной местности технологий производства товаров. Человеческим фактором обусловлены такие наименования мест происхождения товаров, как «брюссельские кружева», «липецкие узоры», «слущкия паясы».

Большинство наименований мест происхождения товаров обусловлены как природными условиями, так и человеческим фактором. Художественные традиции и профессиональный опыт мастеров с учетом качеств местной глины определяют свойства Гжели и Дулевского фарфора. Хорошо известные на территории стран СНГ вина: «Ахашени», «Гурджаани», «Цинандали» и т.д., получили свои названия по названиям деревень и небольших районов в западной и восточной частях Грузии, где природно-климатические условия позволяют выращивать виноград особых сортов и проживают люди, использующие при производстве вина традиции и мастерство местных виноделов. Особые свойства тульских пряников определяются начинкой из фруктов и ягод, произрастающих только в Тульской области, особенностями воды из Обидинско-Упинского водозабора и использованием при изготовлении пряников влияющих на вкусовые качества продукции резных пряничных досок, способ изготовления которых, как и кулинарный рецепт пряничного теста, хранят тульские кондитеры.

3. Как и товарный знак, наименование места происхождения товара – средство индивидуализации, обозначение. Вопрос о соотношении товарного знака и наименования места происхождения товара подробно изложен в литературе<sup>2</sup>. Мы же рассмотрим их наиболее существенные различия.

Товарный знак является результатом труда его разработчика. Товарный знак нужно придумать, приложив к этому определенные усилия, часто творческого характера. Наименование места происхождения товара придумывать не надо. Это – объективно существующий объект, название географического объекта, территории, принадлежащей определенному государству.

Новый товарный знак создается для нового товара. То, что выходу товара на рынок должна предшествовать регистрация в патентном органе проставляемого на нем товарного знака, в странах с развитой рыночной экономикой поняли уже давно. Что касается наименования места происхождения товара, то оно будет призна-

---

<sup>2</sup> Горленко С.А. Наименование места происхождения товара и товарный знак: сходства и различия //Вопросы изобретательства. – 1991. - №3. – С. 34-37.

но таковым в результате длительного использования вместе с товаром, имеющим особые свойства. У потребителя должна сложиться устойчивая связь между обозначением (названием географического объекта) и товаром, обладающим особыми свойствами. Речь идет не о качестве, а именно об особых свойствах, уникальных особенностях товара, которые отличают его от однородных товаров. (Далеко не всех любителей мягких сыров удовлетворяют вкусовые качества сыра «Рокфор»).

Различия между товарным знаком и наименованием места происхождения товара замечены и учтены в национальном законодательстве, которое «разводит» эти средства индивидуализации, запрещая регистрацию в качестве товарных знаков обозначения, воспроизводящие наименования мест происхождения товаров, охраняемых в Республике Беларусь (п.п. 3.3 ст. 5 Закона Республики Беларусь «О товарных знаках (знаках обслуживания)» в редакции закона от 27 октября 2000г.<sup>3</sup>).

Наименований мест происхождения товаров не много. На конец 2000 г. международный регистр наименований мест происхождения товаров содержал 835 обозначений, из которых действовали 766 наименований<sup>4</sup>.

В некотором смысле, наименование места происхождения товара – национальное достояние. Отсюда – и высказанное в литературе предложение наделить правом на наименование места происхождения товара государство<sup>5</sup>.

Согласно п. 2 ст. 1024 ГК не признается наименованием места происхождения товара и не подлежит регистрации для целей его правовой охраны обозначение, хотя и представляющее собой или содержащее название географического объекта, но вошедшее в Республике Беларусь во всеобщее употребление как обозначение товара определенного вида, не связанное с местом его изготовления. Примерами таких обозначений являются: «краковская колбаса», «голландский сыр», «херес», «портвейн» и т.д. Обозначение утрачивает свою первоначальную способность указывать на действительное место происхождения товара в том случае, если в течение длительного времени производство однородных товаров с одним обозначением осуществляют субъекты хозяйствования, находящиеся в разных географических объектах, поскольку действительные правообладатели соответствующего наименования места происхождения товара не защищают это обозначение от неправомерного его использования третьими лицами. В этой связи представляют интерес высказанные в литературе предложения считать право правообладателя (правообладателей) на защиту наименования места происхождения товара его (их) обязанностью, и на законодательном уровне предусмотреть возможность аннулирования регистрации наименования места происхождения товара в случае, если не предпринимаются действия по защите наименования места происхождения товара, в результате чего наименование места происхождения товара утрачивает различительную способность и обозначение превращается в указатель вида продукции<sup>6</sup>.

<sup>3</sup> НРПА. – 2000. – №106, 2/222.

<sup>4</sup> Protection of geographical indications: general introduction, international protection and recent developments. Document prepared by the International Bureau of WIPO /Regional seminar on the protection of geographical indications in the CIS countries/ Crimea, Ukraine, June 26 to 28, 2001, P. 5.

<sup>5</sup> Горленко. С.А. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров /ВНИИПИ. 2-е издание, исправл. и доп. – М. 1998. – С. 10.

<sup>6</sup> Клименко Л. Проблемы использования географических названий в маркировке товара. //Право и экономика. – 1999. - №9. – С. 14.

В практике патентных ведомств известны случаи восстановления различной способности обозначений и регистрации последних в качестве наименований мест происхождения товаров. Это происходит тогда, когда на территории определенного географического объекта восстанавливается производство товара с особыми свойствами, обусловленными характерными для этого географического объекта природными условиями и/или иными факторами, проводится широкая рекламная компания этого товара с тем, чтобы у потребителя сложилась устойчивая связь товара с определенным обозначением в виде названия географического объекта, и предпринимаются действия по защите наименования места происхождения товара от незаконного его использования третьими лицами, в том числе в суде. Примером такой практики может быть регистрация Роспатентом наименования места происхождения «Вологодское масло» (№0027 от 20.03.1998 г.).

4. Правовая охрана наименования места происхождения товара предоставляется на основании его регистрации в патентном органе или в силу международных договоров Республики Беларусь. На основании регистрации выдается свидетельство на право пользования наименованием места происхождения товара. Наименование места происхождения товара может быть зарегистрировано одним лицом (как физическим, так и юридическим) или несколькими лицами совместно при условии, что эти лица находятся в данном географическом объекте и производят товар, особые свойства которого определяются характерными для данного географического объекта факторами. Право пользования наименованием места происхождения товара будет принадлежать каждому из таких лиц. После осуществления регистрации наименования места происхождения товара в патентном органе право пользования таким наименованием может быть предоставлено любому физическому или юридическому лицу, которое находится в том же географическом объекте и производит товар с аналогичными свойствами, причем все пользователи, независимо от времени получения свидетельства на право пользования наименованием места происхождения товара, будут обладать одинаковыми правами. Так, правом на использование наименования места происхождения «Вологодское масло» обладают три производителя<sup>7</sup>, временные лицензии на использование обозначения «Боржоми» выданы двенадцати предприятиям Грузии<sup>8</sup>.

Поскольку право на использование наименования места происхождения товара может быть предоставлено любому находящемуся в данном географическом объекте лицу, производящему соответствующий товар, а все производители аналогичных товаров, находящиеся вне пределов данного географического объекта, должны воздерживаться от применения данного наименования места происхождения товара, чтобы не вводить потребителя в заблуждение относительно места действительного происхождения товара, передача права на использование наименования места происхождения товара (уступка или переход по лицензионному договору) не имеет смысла.

---

<sup>7</sup> Двойной стандарт. В Москве запретили продавать поддельное вологодское масло // Известия. – 24 июня 2000 г. С. 4.

<sup>8</sup> Паладий Н. Защита географических указаний происхождения товаров в Украине // Интеллектуальна власність. – 2001. – №5-6. – С. 5.

Исходя из особенностей наименования места происхождения товара как средства индивидуализации, в литературе утверждают, что «наименование места происхождения товара не может быть объектом исключительного права отдельных юридических или физических лиц в его классическом понимании (как, например, исключительное право на товарный знак). Никто не может получить монополию на использование наименования места происхождения товара»<sup>9</sup>.

В отличие от права на использование фирменного наименования (ст. 1013 §1 главы 67 ГК) и товарного знака (ст. 1019 §2 главы 67 ГК) право пользования наименованием места происхождения товара в §3 главы 67 ГК не определено как исключительное. Однако из этого не следует, что право пользования наименованием места происхождения товара таковым не является. В ст. 983 ГК, помещенной в главу 60 «Общие положения», говорится: «Обладателю имущественных прав на результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации принадлежит исключительное право правомерного использования этого объекта интеллектуальной собственности по своему усмотрению в любой форме и любым способом». Поскольку наименование места происхождения товара является средством индивидуализации, о чем свидетельствует абзац двенадцатый ст. 980 ГК, всем лицам, получившим в патентном органе свидетельство на право пользования наименованием места происхождения товара (как тем, кто зарегистрировал это наименование, так и тем, кто получил свидетельство на уже зарегистрированное обозначение) принадлежит исключительное право на использование этого наименования места происхождения товара. Разумеется, осуществление этого права имеет свои особенности.

5. Действующий ГК содержит лишь самые общие положения о наименованиях мест происхождения товаров. Их явно недостаточно для того, чтобы в Республике Беларусь была обеспечена охрана этих обозначений. Планом подготовки законопроектов на 2001 г., утвержденным Указом Президента Республики Беларусь от 9.01.2001 №9<sup>10</sup> предусмотрена разработка проекта Закона Республики Беларусь «О наименованиях мест происхождения товаров». Однако важнейшие международные конвенции и соглашения наряду с наименованиями мест происхождения товаров предусматривают охрану средств индивидуализации с более широкой сферой правовой охраны. Так, в статье 1(2) Парижской конвенции по охране промышленной собственности, участницей которой является Республика Беларусь, говорится об указаниях происхождения или наименованиях мест происхождения, а в статье 10 этой же конвенции – об указаниях происхождения продуктов. Раздел третий Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС), которое является одним из обязательных многосторонних соглашений Всемирной торговой организации (ВТО), обязывает все государства-члены ВТО обеспечивать охрану географических указаний. 4 Июня 1999 г. в Минске полномочные представители всех государств-членов СНГ подписали Соглашение о мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и

---

<sup>9</sup> Горленко С.А. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров /ВНИИПИ. 2-е издание, исправл. и доп. – М. 1998. – С. 11.

<sup>10</sup> НРПА, - 2001, - № 6, - 1/1935.

географических указаний (Республика Беларусь к этому Соглашению не присоединилась). Учитывая требования важнейших международных конвенций и соглашений об интеллектуальной собственности, а также предполагаемое вступление Республики Беларусь в ВТО, было принято решение разработать к одновременному принятию Парламентом проекты двух Законов Республики Беларусь: «О географических указаниях» и «О внесении изменений и дополнений в Гражданский кодекс Республики Беларусь».

Второй закон разработан в целях единообразного решения вопроса об охране географических указаний в национальном законодательстве. Не меняя количества статей в §3 главы 67 ГК, он меняет редакцию этого параграфа, который приводится в точное соответствие с нормами проекта Закона Республики Беларусь «О географических указаниях».

6. Проект Закона Республики Беларусь «О географических указаниях» (далее – проект закона) состоит из 23 статей, большая часть которых посвящена наименованиям мест происхождения товаров. В проекте закона определены: основные понятия, в том числе географическое указание, наименование места происхождения товара и указание происхождения товара; требования к составу подаваемой в патентный орган заявки на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара; процедура рассмотрения заявки патентным органом; вопросы обжалования решения по заявке; порядок регистрации наименования места происхождения товара и выдачи свидетельства на право пользования этим обозначением; иные правила в отношении наименований мест происхождения товаров и указаний происхождения.

Установлен срок действия свидетельства на право пользования наименованием места происхождения товара, равный 10 годам, считая с даты подачи заявки в патентный орган. Срок действия свидетельства может продлеваться по заявлению его владельца при сохранении условий, дающих право на использование наименования места происхождения товара, каждый раз на 10 лет.

Специальная глава проекта закона посвящена прекращению правовой охраны наименования места происхождения товара в случаях признания регистрации наименования места происхождения товара недействительной и иным основаниям.

Определено понятие использования географического указания как применение его на товаре, упаковке, в рекламе, проспектах, счетах и применение его иным образом в связи с введением товара в гражданский оборот.

7. Согласно проекту Закона Республики Беларусь «О географических указаниях» географическим указанием является обозначение, которое идентифицирует товар как происходящий с территории страны или региона или местности на этой территории, где определенное качество, репутация или другие характеристики товара в значительной степени связываются с его географическим происхождением. Понятие “географическое указание” включает в себя понятия “наименование места происхождения товара” и “указание происхождения товара”. Определение наименования места происхождения товара не изменилось. Указание происхождения товара определено в проекте закона как обозначение, прямо или косвенно указывающее на место действительного происхождения или изготовления товара.

Понятие «географическое указание» является обобщающим для двух существенно различных обозначений – наименования места происхождения товара и указания происхождения товара. Наименование места происхождения товара не только содержит информацию о действительном месте происхождения товара, но и указывает на наличие у товара особых устойчивых свойств, не меняющихся во времени. Эти особые свойства должны быть официально установлены. В состав заявки, подаваемой национальным заявителем в патентный орган в целях регистрации и/или получения свидетельства на право пользования наименованием места происхождения товара, входит заключение компетентного государственного органа о том, что заявитель находится в указанном географическом объекте и производит товар, особые свойства которого определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и/или иными факторами. Каждые 10 лет производитель товара должен подтверждать наличие у товара этих свойств.

В отличие от наименования места происхождения товара от указания происхождения не требуется жесткой связи между качеством или свойствами товара и местом его производства. Достаточно, чтобы существовала определенная репутация, связанная с местом происхождения товара. Указание происхождения может использоваться в отношении продуктов, компоненты которого происходят из других регионов.

Наименование места происхождения товара – только словесное обозначение, название географического объекта с официально определенными границами, например, страна, регион как часть страны, населенный пункт, местность и т.д. В качестве указаний происхождения могут использоваться как словесные, так и изобразительные обозначения, любым способом раскрывающие место происхождения товара. В качестве словесного обозначения может использоваться название страны, откуда происходит товар, вместе с названием товара (вьетнамский рис, русские меха); словесным является указание на место изготовления изделия (made in Belarus, сделано в Беларуси). К изобразительным указаниям происхождения относятся национальные флаги, гербы и иные национальные символы; географические карты государств, вид водоема или горы; а также изображения исторических достопримечательностей (вид Эйфелевой башни, Египетских пирамид, Московского кремля).

Указание происхождения товара не подлежит государственной регистрации.

Правовая охрана указаний происхождения товаров осуществляется на основании их использования и состоит в недопущении использования ложных (фальшивых) указаний происхождения, а также вводящих потребителя в заблуждение в отношении действительного места происхождения товара.

Основным средством защиты указаний происхождения товаров являются правила о недопущении недобросовестной конкуренции.

8. В большинстве случаев географические указания используются для товаров, качество или особые свойства которых обусловлены местом их происхождения, однако охрана таких обозначений не связана с наличием у товара определенных особенностей, а направлена на запрет их незаконного использования в отношении товаров иного географического происхождения.

Неправомерное использование географических указаний, с одной стороны, вводит потребителя в заблуждение относительно места действительного происхождения товара, с другой стороны, наносит ущерб производителям, использующим географические указания на законных основаниях. Выступая на проходившем в Крыму 26-28 июня 2001 г. международном научно-практическом региональном семинаре по защите географических обозначений в странах СНГ, генеральный директор Национального центра интеллектуальной собственности Грузии Д.Габуния сообщил, что «выпускаемые под грузинскими наименованиями вина и минеральные воды в десятки раз превышают по количеству продукцию, которую реально может произвести промышленность Грузии. Создавшееся положение наносит огромный ущерб экономике страны, подрывает престиж нашей продукции»<sup>11</sup>.

Большое количество товаров, на которых применены географические указания, не соответствующие месту действительного происхождения этих товаров, поступает в Республику Беларусь. Отсутствие в Республике Беларусь законодательства, посвященного географическим указаниям, лишает законных владельцев таких обозначений защищать на территории Республики Беларусь свои права в случаях их нарушения. Граждане Республики Беларусь лишены возможности покупать товары, в качестве и свойствах которых они уверены.

Законы, предусматривающие охрану географических указаний, действуют почти во всех государствах, куда поставляются товары, произведенные в Республике Беларусь. На предприятиях, осуществляющих поставку своих товаров за рубеж, должны знать, что на экспортируемых ими товарах не должны применяться обозначения, охраняемые в стране-импортере как географические указания. В противном случае, реализация товара за рубежом будет невозможной, как это произошло, с коньяком «Белый аист», который молдавские производители попытались реализовать в Эстонии, где с 1999 г. действует закон об охране географических указаний. Слово «коньяк» связано с французской провинцией, столицей которой является город Коньяк, и использование молдавскими производителями этого обозначения на этикетке является нарушением эстонского законодательства<sup>12</sup>. Учитывая складывающуюся в мире тенденцию к запрету использования географических указаний в качестве товарных знаков и фирменных наименований, Минский завод шампанских вин переименован в республиканское производственное унитарное предприятие «Минский завод игристых вин», поскольку слово «шампанское» происходит от названия французской провинции Шампань.

С принятием Закона Республики Беларусь «О географических указаниях» в Белгоспатент вряд ли в течение ближайшего времени поступит большое количество заявок на регистрацию наименований мест происхождения товаров от национальных заявителей, и тому есть ряд объективных причин: отсутствие на территории Республики Беларусь регионов с уникальными природными условиями, частая миграция населения и т.д.). Однако от иностранных заявителей такие заявки по-

---

<sup>11</sup> Д.Габуния. Защита и использование географических обозначений: опыт Грузии. /Материалы международного научно-практического регионального семинара по защите географических обозначений в странах СНГ. 26-28 июня 2001 г. Украина. Автономная республика Крым. С. 2.

<sup>12</sup> «Белый аист» впрямь коньяком не считать //Советская Белоруссия. – 10 февраля 2000 г. С.4.



ступят обязательно, и это создаст условия для поступления на потребительский рынок Республики Беларусь товаров из мест их действительного происхождения.

Принятие названного выше закона повысит авторитет нашей страны на международной арене и будет способствовать ее скорейшему вступлению во Всемирную торговую организацию.