

НОВЫЕ БРЕНДЫ РЕГИОНОВ РОССИИ

Государственная Дума РФ приняла во втором чтении законопроект «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации». Так, в Гражданский кодекс введен новый для России объект интеллектуальной собственности – географическое указание.



Кирилл Никитин,
старший юрист
Поволжской
дирекции
юридической
фирмы
VEGAS LEX

Географическим указанием, которому предоставляется правовая охрана, является обозначение, которое позволяет идентифицировать товар как происходящий с территории географического объекта. При этом определенное качество, репутация или другие характеристики товара в значительной степени определяются его географическим происхождением.

Иными словами, речь идет о предоставлении особого правового статуса так называемым региональным брендам, получившим известность благодаря специфическим особенностям территории, на которой производится тот или иной товар.

Интересно отметить, что предоставление правовой охраны географическим указаниям является общепринятой мировой практикой. Многие страны крайне ревностно относятся к охране своих региональных брендов как внутри страны, так и во всем мире. Так, к примеру, Франция на протяжении многих десятилетий активно отстаивает исключительные права на такие бренды, как «Коньяк» и «Шампанское» в отношении продукции, произведенной на территории одноименных городов Cognac и Champagne.

На сегодняшний день в России существует множество всемирно известных региональных брендов, таких как «Тулский пряник», «Оренбургский пуховый платок», «Хохломская роспись» и т.п., производство которых аккумулировано в пределах территорий одноименных населенных пунктов.

Правовая охрана таких брендов в России предоставляется путем придания им правового статуса «наименования места происхождения товаров», который, по

мнению большинства участников рынка, не в полной мере защищает интересы правообладателей. В частности, наименование места происхождения товаров является крайне громоздкой правовой конструкцией, а ее применение для защиты прав соответствующих субъектов связано с определенными трудностями (излишне формализованная процедура регистрации, требование о производстве всех компонентов товара в пределах территории, отсутствие четкой системы

ацией (союзом) или иным объединением лиц, создание и деятельность которых не противоречат законодательству страны происхождения товара.

Географическое указание охраняется в течение всего времени существования возможности производить товар, который отвечает установленным требованиям. Исключительное право на географическое указание будет действовать в течение 10 лет со дня подачи заявки в Роспатент и с возможностью последую-



ПРИДАНИЕ ОСОБОГО ПРАВОВОГО СТАТУСА РЕГИОНАЛЬНЫМ БРЕНДАМ БУДЕТ СПОСОБСТВОВАТЬ ПОВЫШЕНИЮ ИЗВЕСТНОСТИ ОПРЕДЕЛЕННОГО РЕГИОНА, СВИДЕТЕЛЬСТВУЯ О ВЫСОКОМ КАЧЕСТВЕ ТОВАРА И НАЛИЧИИ ОСОБЫХ СВОЙСТВ, ОПРЕДЕЛЯЕМЫХ МЕСТОМ ЕГО ИЗГОТОВЛЕНИЯ.

контроля, возможность монополизации бренда одним или несколькими правообладателями и т.п.).

С введением института географических указаний большинство правоприменительных трудностей в отношении региональных брендов будет нивелировано. В частности, согласно новым правилам, для регистрации географического указания нужно, чтобы хотя бы одна из стадий производства (а не весь цикл), влияющая на формирование особых характеристик товара, осуществлялась на указанной территории. Географическое указание может быть зарегистрировано одним либо несколькими гражданами / юридическими лицами, а также ассоци-

щего продления по заявлению правообладателя. Действие исключительного права прекратится в случае утраты особых характеристик товара.

Использование географического указания считается, в частности, его размещение на товарах, этикетках, упаковках для продажи или предложения на выставках и ярмарках на территории России.

При этом географическое указание будет действовать наравне с существующим наименованием места происхождения товара. Такой правовой статус теперь будет служить дополнительной правовой гарантией защиты прав правообладателей.