

Сущенко М.С. Проблемы правовой охраны средств индивидуализации, идентифицирующих товар по территориальному признаку // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2018. – №6 (июнь). – АРТ 301-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК: 347.132.142

Сущенко Маргарита Сергеевна

студентка 3 курса, Юридический институт

Научный руководитель: Татарина Е.П, к.ю.н., доцент

ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет» (ВятГУ)

г. Киров, Российская Федерация

e-mail: marg0997@yandex.ru

**ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ СРЕДСТВ
ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ, ИДЕНТИФИЦИРУЮЩИХ ТОВАР ПО
ТЕРРИТОРИАЛЬНОМУ ПРИЗНАКУ**

Аннотация: Статья посвящена вопросам правовой охраны средств индивидуализации – наименования места происхождения товара и товарного знака, а также правовой природе географического указания. Автором анализируются возможные пути решения проблемы актов недобросовестной конкуренции в сфере использования географических наименований. Делается вывод о том, что указанные средства индивидуализации нуждаются в более четком терминологическом толковании, а также в предоставлении им расширенной правовой защиты.

Ключевые слова: наименование места происхождения товара, товарный знак, географическое наименование, географическое указание, недобросовестный производитель, интеллектуальное право.

Сайт: akademnova.ru
e-mail: akademnova@mail.ru

Sushchenko Margarita Sergeevna,

3rd year student, juridical institute

Supervisor: Tatarinova E.P, PhD in Juridical sciences, Associate Professor

FGBOU VO «Vyatka state university» (VyatSU)

Kirov, Russian Federation

e-mail: marg0997@yandex.ru

PROBLEMS OF LEGAL PROTECTION OF MEANS OF INDIVIDUALIZATION, IDENTIFYING GOODS ON TERRITORIAL SIGNS

Annotation: The article is devoted to the issues of legal protection of means of individualization - the name of the place of origin of the goods and the trademark, as well as the legal nature of the geographical indication. The author analyzes possible ways of solving the problem of acts of unfair competition in the use of geographical names. It is concluded that these means of individualization need a more precise terminological interpretation, as well as providing them with enhanced legal protection.

Key words: the name of the place of origin of the goods, the trademark, the geographical name, the geographical indication, the unscrupulous producer, the intellectual right.

Гражданско-правовое регулирование и правовая охрана таких средств индивидуализации, как наименование места происхождения товара (далее – НМПТ) и товарный знак, содержащий географическое наименование, представляет особый интерес, поскольку указанные средства индивидуализации передают потребителям немаловажную информацию о

происхождении товаров и услуг. Географические указания порой являются решающим аспектом в принятии решения о покупке. Неправильное или неправомерное использование таких указаний может ввести потребителя в заблуждение.

За 2017 год Судом по интеллектуальным правам в первой инстанции было рассмотрено 37 дел о признании недействительным решения о предоставлении правовой охраны товарному знаку, НМПТ и о предоставлении исключительного права на такое наименование; а также 95 дел об отказе в признании недействительным решения о предоставлении правовой охраны товарному знаку, НМПТ и о предоставлении исключительного права на такое наименование [5].

В феврале 2018 г. стало известно, что Совет Федерации совместно с Роспатентом подготовили законопроект о введении в ГК РФ понятия "географическое указание". Следует отметить, что на международном уровне данный термин уже входит в правовое поле.

Под географическим указанием предлагается понимать идентификацию товара как происходящего с определенной территории, где качество, репутация или иные характеристики товара в значительной степени обусловлены именно его географическим происхождением. Это средство индивидуализации также планируется сделать объектом защиты интеллектуальной собственности. Для регистрации права будет необходимо лишь подтверждение того, что товар производится в определенной местности. Очевидно, что в случае принятия такой новеллы законодателем, многие производители получат возможность упрощенной системы приобретения права на использование географического указания при производстве своей продукции.

НМПТ и товарный знак, отсылающий к конкретному географическому пространству, можно охарактеризовать как самостоятельное средство индивидуализации, идентифицирующее товар как произведенный в определенной стране, регионе или месте. Представляется возможным согласиться с точкой зрения Е.И. Трубиновой, что географическое указание выполняет ряд функций, позволяющих аутентифицировать товар с определенными качественно-прикладными свойствами, как: гарантийной (гарантирование потребителям особых свойств товара), идентификационной (идентификация производимых на территории соответствующих географических объектов товаров) и рекламной (обеспечение узнаваемости товара потребителем) [9].

Проблема эффективной правовой охраны НМПТ и товарного знака от потенциальных актов недобросовестной конкуренции состоит в размытости правовой природы охраняемого объекта, а также в нивелированной природе наименования места происхождения товара и истинного места производства товара, а также в некотором слиянии данных терминов. Географическое указание, по мнению Б.А. Шахназарова, «занимает промежуточное место между указанием происхождения, которое не гарантирует качества товара, являясь простым обозначением местопребывания производителя или торговца, и наименованием места происхождения товара, качество которого уникально благодаря природным и (или) человеческим факторам, присущими тому или иному географическому объекту» [10].

Действующее гражданское законодательство неполным образом защищает указанные средства индивидуализации от актов недобросовестной конкуренции, когда отсылка к какому-либо географическому месту будет использоваться производителем, не имеющим отношения к соответствующей территории. Помимо того, в п. 2 ст. 1535 ГК

закреплен пятилетний срок оспаривания НМПТ, способного ввести потребителя в заблуждение, добросовестным производителем, имеющим аналогичный ранее зарегистрированный товарный знак (или НМПТ). Представляется возможным утверждать, что это не совсем правильно, т.к. добросовестный производитель может и не знать о появлении недобросовестного конкурента в течение большего срока.

Недобросовестность в отношении прав на НМПТ проявляется при использовании НМПТ субъектом таким образом, что у потенциального потребителя формируется впечатление о наличии связей между недобросовестным конкурентом и правомерно использующими НМПТ соконкурентами при фактическом отсутствии таковых связей. Так, суд по интеллектуальным правам признал правомерным отказ зарегистрировать слово "Кавказ" в качестве товарного знака. Как отмечено в резолютивной части; данное обозначение ассоциируется с названием географического региона, известного российскому потребителю производством товаров и оказанием услуг, однородных заявленным. Обозначение не обладает различительной способностью, поскольку воспринимается как указание на место происхождения товаров (услуг) или место нахождения их изготовителя (оказывающего их лица) [4].

Роспатент, конкретизируя п. 3 ст. 1483 ГК, поясняет, что для признания средства индивидуализации охраноспособным не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя [2]. Гражданский кодекс не раскрывает понятия элементов, способных ввести потребителя в заблуждение, что можно рассматривать как упущение законодателя – в частности, потенциальный

субъект интеллектуальных прав, не обладающий достаточным уровнем правовой грамотности, может на свое усмотрение решить, что именно понимать под таковым обозначением. Согласно Приказу Роспатента, к обозначениям, способным ввести в заблуждение потребителя, относит обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности [1].

Как справедливо отмечает Э.П. Гаврилов, «само введение в заблуждение относительно изготовителя товара происходит при использовании товарного знака. Любые попытки до этого момента определить возможность введения потребителя в заблуждение - умозрительны, а потому не являются точными. Очевидной проблемой является и то, что бремя доказывания охраноспособности заявленного обозначения по факту возлагается на заявителя. Таким образом, на практике заявитель вынужден доказать ведомству собственную добросовестность и отсутствие намерения ввести рядового потребителя в заблуждение, что является противоречием презумпции добросовестности субъекта гражданского права» [6, с. 832].

Судебная практика в рассматриваемой сфере сталкивается и с использованием зарегистрированного НМПТ лицами, не имеющими соответствующего свидетельства, даже если при этом указывается подлинное место происхождения товара или наименование используется в сочетании с такими словами, как «род», «тип», «имитация». Так, Девятый арбитражный апелляционный суд отмечает, что осуществление производства сыра «Адыгейский» не дает прав на использование НМПТ «сыр адыгейский». У заявителей по данному делу отсутствует свидетельство на право пользования НМПТ «сыр адыгейский», а значит,

они не имеют права маркировать свою продукцию указанным наименованием [3]. В данном аспекте Конкина А.В., Страбыкина Ю.С. и Татаринова Е.П. отмечают, что норма ст. 183 ГК позволяет освободить организацию от обязательств, которые принял директор от имени юридического лица, носящих нецелевой характер для организации [7].

Вместе с тем, помимо гражданско-правовых способов защиты нарушенного права имеются и административные. Одним из них является административная ответственность, предусмотренная ст. 14.10 КоАП РФ.

Представляется возможным согласиться с точкой зрения Н.А. Кулакова, согласно которой «меры административной ответственности обладают рядом преимуществ, которые заключаются в относительной простоте и оперативности реагирования на нарушения интеллектуальных прав. Кроме того, в рамках производства по делу об административном правонарушении возможно применение мер обеспечения – например, изъятие предметов, явившихся орудием или предметом правонарушения, что позволяет оперативно и эффективно влиять на правонарушителя. При выборе гражданско-правового способа защиты права на товарный знак в качестве основного, возможности таким образом воздействовать на правонарушителя до решения суда не будет» [8].

Таким образом, в качестве обобщения вышесказанного можно выделить следующие основные моменты, связанные с правовой охраной средств индивидуализации, идентифицирующих товар по территориальному признаку:

1. В случае принятия поправок в ГК относительно введения правового института «географическое указание» законодателю следует четко разграничить терминологию и правовую природу таких средств

индивидуализации, как НМПТ, товарного знака, содержащего географическое наименование и географического указания.

2. Представляется возможным предложить внести поправки в ст. 1535 ГК – в п. 2 заменить «в течение пяти лет с даты публикации сведений о государственной регистрации наименования места происхождения товара в официальном бюллетене» на «в течение пяти лет со дня, когда лицо узнало или должно было узнать о нарушении своего права».

3. Законодателю следует ввести примечание к ч. 3 ст. 1483 ГК, в котором следует указать, что понимается под обозначениями, являющимися ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

3. Административную ответственность в случае нарушения прав добросовестного производителя потенциальному истцу следует рассматривать как наиболее эффективный способ защиты прав на средства индивидуализации, позволяющий до судебного разбирательства по делу применить к правонарушителю меры обеспечения иска.

Список использованной литературы:

1. Приказ Роспатента от 05.03.2003 N 32 “О Правилах составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания” [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [Консультант Плюс] (дата обращения: 12.05.2018 г.).

2. Приказ Роспатента от 30.11.2009 N 170 "Об утверждении Рекомендаций по отдельным вопросам экспертизы обозначений, представляющих собой этикетки и полиграфические упаковки" [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [Консультант Плюс] (дата обращения: 12.05.2018 г.).

3. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 29.07.2013 № 09АП-13942/2013 по делу № А40-131835/2012 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [Консультант Плюс] (дата обращения: 12.05.2018 г.).

4. Решение СИП от 13 апреля 2018 г. № 9001079_137917 по делу № СИП-677/2017 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://national-expertise.ru/blog/kavkaz/> (дата обращения: 7.05.2018 г.).

5. Отчет о работе Суда по интеллектуальным правам (первая инстанция) за 2017 год [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://ipc.arbitr.ru/files/pdf/otchet_sip_pervaya_2017.pdf (дата обращения: 2.05.2018 г.).

6. Гаврилов Э.П., Еременко В.И. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (постатейный). М.: Экзамен, 2009. 973 с.

7. Конкина А.В., Страбыкина Ю.С., Татарина Е.П. Эволюция научных представлений о правовом статусе директора юридического лица // Вестник ВУиТ. 2018. №2.

8. Кулаков Н.А. Алгоритм пресечения и документирования административных правонарушений, связанных с незаконным использованием товарного знака, знака обслуживания или наименования места происхождения товара // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2016. №1 (69).

9. Трубинова Е.И. Охрана наименований мест происхождения товара от актов недобросовестной конкуренции в правовой системе России // ИСОМ. 2014. №1.

10. Шахназаров Б.А. Отдельные терминологические вопросы международно-правового регулирования средств индивидуализации // Актуальные проблемы российского права. 2016. №6 (67).

Дата поступления в редакцию: 31.05.2018 г.

Опубликовано: 05.06.2018 г.

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2018

© Суценко М.С., 2018