

Чомахашвілі О.Ш.

Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності НАПрН України

ПРАВОВА ОХОРОНА ГЕОГРАФІЧНИХ ЗАЗНАЧЕНЬ В УКРАЇНІ

У статті розглянуті два види географічних зазначень, що підлягають правовій охороні. Назва місця походження товару – назва географічного місця, яка вживається для позначення товару, що походить із зазначеного географічного місця та має особливі властивості, виключно або головним чином зумовлені характерними для цього географічного місця природними умовами чи поєднанням цих природних умов із характерним для такого географічного місця людським фактором. Географічне зазначення походження товару – назва географічного місця, яка вживається для позначення товару, що походить із цього географічного місця та має певні якості, репутацію чи інші характеристики, загалом зумовлені характерними для цього географічного місця природними умовами чи людським фактором або поєднанням цих природних умов і людського фактора.

Метою статті є окреслити стан і перспективи правової охорони географічних зазначень в Україні.

Об'єктом дослідження є суспільні відносини, які виникають у зв'язку з набуттям, здійсненням і захистом прав на географічні зазначення.

Приділено увагу терміну охорони географічних зазначень, необхідності кодифікації норм щодо охорони прав на географічні зазначення та перспективи цього об'єкта у зв'язку з підписанням Угоди про асоціацію України з Європейським Союзом.

Ключові слова: *правова охорона, географічні зазначення, об'єкти промислової власності.*

Постановка проблеми. Важливо відмітити, що законодавство України у сфері охорони прав на географічні зазначення складається також із міжнародних договорів у сфері інтелектуальної власності, учасником яких є Україна.

Нині основними міжнародними договорами, які встановлюють норми з охорони географічних зазначень, є Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20.03.1883 р. (зі змінами), Мадридська угода стосовно припинення неправдивих або таких, що вводять в оману, зазначень джерела товарів (ця Угода набула чинності у 1891 р.), Лісабонська угода про захист зазначень місць походження виробів та їх міжнародної реєстрації від 31.10.1958 р. (зі змінами), Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності від 15.04.1994 р. Крім того, чинною є Угода про заходи щодо попередження та припинення використання неправдивих товарних знаків і географічних зазначень, яка ратифікована Україною 21.09.2000 р.

Вплив на еволюцію міжнародного та національного законодавства у сфері правової охорони прав на географічні зазначення мали як умови історичного й економічного розвитку певної кра-

їни, так і наявність певних товарів із відповідними характеристиками, що залежали від їх географічного походження. Загалом охорона географічних зазначень на національному рівні зарубіжних країн характеризується різноманітністю правових концепцій. Крім того, кожна окрема концепція правової охорони цих об'єктів інтелектуальної власності розвивалася відповідно до національної правової традиції. Найбільш вираженою є так звана декретна система надання правової охорони. У рамках такої системи охорона виникає на основі декретів, які видаються відповідними компетентними органами. Інша система надання правової охорони – реєстраційна система, яка не має давньої історії, але є досить розповсюдженою й у багатьох аспектах схожа на систему надання правової охорони товарним знакам [1, с. 15].

Постановка завдання. Метою статті є окреслити стан і перспективи правової охорони географічних зазначень в Україні.

Об'єктом дослідження є суспільні відносини, які виникають у зв'язку з набуттям, здійсненням і захистом прав на географічні зазначення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Охорона прав на географічні зазначення здійсню-

ється відповідно до *Закону України «Про охорону прав на зазначення походження товарів»* (далі – Закон). Цей Закон виділяє два види географічних зазначень, що підлягають правовій охороні: назва місця походження товару – назва географічного місця, яка вживається для позначення товару, що походить із зазначеного географічного місця та має особливі властивості, виключно або головним чином зумовлені характерними для цього географічного місця природними умовами чи поєднанням цих природних умов із характерним для цього географічного місця людським фактором; географічне зазначення походження товару – назва географічного місця, яка вживається для позначення товару, що походить із цього географічного місця та має певні якості, репутацію чи інші характеристики, в основному зумовлені характерними для цього географічного місця природними умовами чи людським фактором або поєднанням цих природних умов і людського фактора [2].

Цей Закон визначає умови надання правової охорони географічним зазначенням, а також підстави для відмови в наданні такої охорони. При цьому охорона іноземним географічним зазначенням надається лише тоді, коли вони охороняються в країні походження.

Особи, які мають право користуватися географічними зазначеннями, не мають виключних прав, що зумовлено специфікою цього об'єкта права інтелектуальної власності. Реєстрація та права на використання засвідчуються свідоцтвом. При цьому реєстрація самого географічного зазначення діє безстроково за умови збереження характерних для цього географічного місця умов і можливостей виготовлення товару, внесеного до відповідного реєстру. Свідоцтво на право використання географічного зазначення діє протягом 10 років від дати подання заявки та може продовжуватися на цей самий строк в установленому порядку, за умови дії реєстрації самого географічного зазначення.

Суб'єктами права інтелектуальної власності на географічне зазначення є виробники товарів, асоціації споживачів, інші особи, визначені законом (ст. 502 Цивільного кодексу України – (далі – ЦК України)) [3]. У той же час у ч. 1 ст. 9 Закону встановлено, що право на реєстрацію кваліфікованого зазначення походження товару мають: а) особа чи група осіб, які в заявленому географічному місці виробляють товар, особливі властивості, певні якості, репутація чи інші характеристики якого пов'язані із цим географічним місцем; б) асоціації споживачів; в) установи, що безпосередньо

стосуються вироблення чи вивчення відповідних продуктів, виробів, технологічних процесів або географічних місць.

Право на використання зареєстрованої назви місця походження товару чи зареєстрованого географічного зазначення походження товару мають, за умови реєстрації цього права, виробники, які в географічному місці, зазначеному в Реєстрі, виробляють товар, особливі властивості, певні якості чи інші характеристики якого відповідають тим, що внесені до Реєстру.

Надання правової охорони географічним зазначенням.

Правова охорона простого зазначення походження товару надається на підставі його використання. Правова охорона простого зазначення походження товару полягає в недопущенні використання зазначень, що є неправдивими (фальшивими) чи такими, що вводять споживачів в оману щодо дійсного географічного місця походження товару. Просте зазначення походження товару не підлягає реєстрації.

Умови надання правової охорони назви місця походження товару та географічного зазначення походження товару встановлені ст. 7 вищевказаного Закону. Так, правова охорона надається кваліфікованому зазначенню походження товару, що вказує на конкретне географічне місце, з якого походить товар і на яке не поширюються встановлені цим Законом підстави для відмови в наданні правової охорони.

Правова охорона надається назві місця походження товару, щодо якої виконуються такі умови: а) вона є назвою географічного місця, з якого цей товар походить; б) вона вживається як назва цього товару чи як складова частина цієї назви; в) у вказаному цією назвою географічному місці об'єктивно існують характерні природні умови чи поєднання характерних природних умов і людського фактора, що надають товару особливих властивостей порівняно з однорідними товарами з інших географічних місць; г) позначуваний цією назвою товар має відповідні властивості, що виключно або головним чином зумовлені характерними для цього географічного місця природними умовами чи поєднанням цих умов із характерним для цього географічного місця людським фактором; г) виробництво (видобування) і переробка позначуваного цією назвою товару здійснюються в межах зазначеного географічного місця.

Правова охорона надається географічному зазначенню походження товару, щодо якого

виконуються такі умови: а) воно є назвою географічного місця, з якого цей товар походить; б) воно вживається як назва цього товару чи як складова частина цієї назви; в) у вказаному цією назвою географічному місці наявні характерні умови та/або людський фактор, що надають товару певних якостей чи інших характеристик; г) позначуваний цією назвою товар має певні якості, репутацію чи інші характеристики, в основному зумовлені характерними для цього географічного місця природними умовами та/або людським фактором; г) хоча б основний складник позначуваного цією назвою товару виробляється та/або переробляється в межах зазначеного географічного місця.

Власник свідоцтва має право: а) використувати зареєстроване кваліфіковане зазначення походження товару; б) уживати заходів щодо заборони використання кваліфікованого зазначення походження товару особами, які не мають на це права; в) вимагати від осіб, що порушили його права, припинення цих порушень і відшкодування матеріальної та моральної шкоди в установленому законом порядку.

Використанням зареєстрованого кваліфікованого зазначення походження товару визнається: а) нанесення його на товар або на етикетку; б) нанесення його на упаковку товару, застосування в рекламі; в) запис на бланках, рахунках та інших документах, що супроводжують товар.

Власник свідоцтва має право наносити поряд із кваліфікованим зазначенням походження товару попереджувальне маркування для інформації про те, що це зазначення зареєстроване в Україні.

Важливо відмітити, що згідно з ч. 6 ст. 17 Закону власник свідоцтва не має права: а) видавати ліцензію на використання кваліфікованого зазначення походження товару; б) забороняти (перешкоджати) спеціально уповноваженим органам здійснювати контроль за наявністю в товарі особливих властивостей та інших характеристик, на підставі яких зареєстроване кваліфіковане зазначення походження товару та/або право на його використання.

Як зазначає О.О. Ковальчук, у законодавстві Європейського Союзу є регламенти, директиви, які регулюють відносини щодо правової охорони географічних зазначень. До основних актів Європейського Союзу у сфері правової охорони географічних зазначень належать регламенти з питань сільськогосподарської продукції та вин і спиртних напоїв. Такі регламенти можна умовно поділити на ті, що охоплюють

суто питання охорони географічних зазначень; ті, що встановлюють спільну організацію ринку відповідної продукції; ті, що встановлюють правила імплементації чи внесення змін до попередніх регламентів. Основною відмінністю між законодавством Європейського Союзу та законодавством України щодо правової охорони географічних зазначень є те, що положення відповідних регламентів діють лише щодо географічних зазначень для певних видів товарів, тоді як українське законодавство містить загальні положення щодо правової охорони всіх географічних зазначень. Доцільним є введення в Україні ефективного контролю за специфікацією певних видів товарів, які можуть позначатися географічними зазначеннями. Необхідно чітко визначити компетенцію відповідних органів, які б здійснювали контроль і нагляд за відповідністю такої специфікації.

Національний брендинг – це комплекс заходів у сфері зовнішньої та внутрішньої політики, туризму, культури, інвестицій із метою побудови бренду країни, які спрямовані на поліпшення іміджу країни. Він має сприйматися як місцевим населенням, так і іноземцями, і активізується за допомогою засобів комунікації, інститутів публічної дипломатії, маркетингових інструментів та інших засобів. Головна перевага успішного бренду держави – це підвищення рівня впливу країни на міжнародній арені, а також збільшення експорту та підвищення конкурентоспроможності країни.

Брендинг – це цілеспрямована діяльність задля формування бренду, тобто унікального зразка на кшталт торговельної марки в масовій свідомості, що дозволяє не тільки чітко вирізнити її з-поміж інших. У сучасній теорії комунікації бренд – це образ, який виникає в уяві як реакція на торговельну марку, сукупність емоціонального зв'язку між торговельним знаком і споживачем. Бренд – це нематеріальне явище, яке формується виключно самим споживачем у процесі комунікації. Отже, він є різновидом психологічного утворення. Ґрунтовною та сучасною роботою з досліджуваної нами тематики є монографія О.А. Семченко «Іміджева політика України» [4].

Національний брендинг як новий науковий напрям виник на межі політології та маркетингу, а паралелі з торговельною маркою виникли тому, що в англійській мові ці слова є синонімами. Завдяки рекламі та PR-технологіям бренд упевнено почали привносити у сферу національних образів. Він став зручним інструментом трансляції

вання власних повноважень і економічного домінування, які стали дієвим механізмом управління масами. Використання географічних зазначень для проведення ефективного національного брендингу було б логічним продовженням.

Політичний бренд – це політичний капітал, який за умови вдалої маркетингової стратегії здійснює необхідний соціальний ефект, пов'язаний із формуванням позитивної репутації на політичному ринку. Використання цього об'єкта інтелектуальної власності є також економічним, адже не потрібно створювати новий об'єкт.

Можна сформулювати деякі вимоги до бренду країни. Він повинен бути оригінальним і викликати асоціацію з країною; легко змінюватися відповідно до міжнародної ситуації, тобто мати флюїдність (здатність переформатовуватися відповідно до певної концепції); використовувати усталені цінності та культурні особливості країни; мати слоган і логотип, який може містити елементи державної символіки; знаходити підтримку в громадян своєї держави. Остання вимога як для України є найскладнішою. Успішним бренд буде тільки тоді, коли населення ототожнює себе з ним. Бренд має знаходити підтримку в населення. Воно має сприймати його як цінність. І тільки тоді, коли населення співвідносить себе з таким брендом, коли він містить усі культурні цінності, у нього є шанси на успіх.

Суттєвим є те, що національний бренд узагальнює те, які саме товари країна імпортує. При цьому характеристика країни походження додає товару якості в уяві споживача. Так, німецькі товари асоціюються з добросовісністю і високою якістю, французькі – з гламуром і розкішшю, англійські – із солідністю, японські – з хайтеком, швейцарські – з банківськими послугами, австрійські – з музикою. Ще не можна однозначно стверджувати, із чим асоціюються українські товари.

Особливий інтерес викликає Директива 2004/48 про забезпечення дотримання прав інтелектуальної власності, яка стала основним актом Європейського Союзу щодо захисту прав інтелектуальної власності. Передбачені в Директиві заходи, процедури та засоби, необхідні для забезпечення захисту прав інтелектуальної власності, зокрема й прав на географічні зазначення, мають бути справедливими, не повинні бути надмірно ускладненими, дорогими, не повинні мати необґрунтовані часові обмеження чи невиправдані зволікання. Заходи, процедури та засоби повинні бути ефективними, сумірними й мають застосовуватись у такий спосіб, щоб не створювати бар'єрів для легітимної торгівлі й забезпечити гарантії від їх зловживання [1, с. 11].

Висновки. Отже, ми розглянули вимоги законодавства щодо набуття та здійснення прав на географічні зазначення в Україні. Його правові основи відповідають світовій практиці. За статистикою, в Україні 42 зареєстровані географічні зазначення та 3068 географічних зазначення (КЗПТ) Європейського Союзу, які Україна охороняє відповідно до Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, і Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони [5]. Стає очевидно, що необхідно посилити організаційну роботу із забезпечення належного рівня охорони прав на географічні зазначення.

Також ми спробували зосередити увагу наукової спільноти на необхідності поширення знань про українське саме крізь призму географічних зазначень України як держави походження в широкому розумінні й матеріальних, і нематеріальних цінностей. Сьогодні необхідний діалог у суспільстві задля уникнення внутрішніх конфліктів і вирішення національних питань. Необхідно формувати національний бренд держави, укладаючи в це поняття загальносуспільні цінності саме української нації.

Список літератури:

1. Ковальчук О.О. Право інтелектуальної власності на географічне зазначення в Україні та країнах Європейського Союзу: цивільно-правовий аспект: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Київ, 2014. 19 с.
2. Закон України Про охорону прав на зазначення походження товарів. Відомості Верховної Ради України, 1999. № 32. Ст. 267
3. Цивільний Кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № № 40–44. Ст. 356.
4. Семченко О.А. Іміджева політика України. К.: Академія, 2014. 217 с.
5. Географічні зазначення (КЗПТ) Європейського Союзу, які охороняє Україна відповідно до Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. URL: <http://base.uipv.org/kzpt/>.

ПРАВОВАЯ ОХРАНА ГЕОГРАФИЧЕСКИХ УКАЗАНИЙ В УКРАИНЕ

Целью статьи является определить состояние и перспективы правовой охраны географических указаний в Украине. Объектом исследования являются общественные отношения, возникающие в связи с приобретением, осуществлением и защитой прав на географические указания.

В статье рассмотрены два вида географических указаний, подлежащих правовой охране. Наименование места происхождения товара – название географического места, которое употребляется для обозначения товара, происходящего из указанного географического места, и имеет особые свойства, исключительно или главным образом обусловленные характерными для данного географического места природными условиями или сочетанием этих природных условий с характерным для данного географического места человеческим фактором.

Уделено внимание сроку охраны географических указаний, необходимости кодификации норм по охране прав на географические указания и перспективы этого объекта в связи с подписанием Украиной Соглашения об ассоциации с Европейским Союзом.

Ключевые слова: *правовая охрана, географические указания, объекты промышленной собственности.*

LEGAL PROTECTION OF GEOGRAPHICAL DEFINITIONS IN UKRAINE

The purpose of the article is to outline the state and prospects of legal protection of geographical indications in Ukraine.

The object of research is the social relations that arise in connection with the acquisition, implementation and protection of rights to geographical indications.

The article deals with two types of geographical indications that are subject to legal protection. The name of the place of origin of the goods is the name of a geographical place used to designate a commodity originating from a given geographical place and having special properties exclusively or mainly attributable to natural conditions characteristic of a given geographical place or a combination of these natural conditions with a characteristic human geographic location factor.

Geographical indication of the origin of the goods is the name of a geographical place used to designate a product originating from this geographical location and having certain qualities, reputation or other characteristics, mainly due to natural conditions or human factors characteristic of a given geographical location or a combination of these natural conditions and human factor.

The attention was paid to the term of protection of geographical indications, the need for codification of norms regarding the protection of rights to geographical indications and the prospects of this facility in connection with the signing of the Association Agreement with the European Union and Ukraine.

Key words: *legal protection, geographical indications, industrial property objects.*