**Как выделить свой товар и бренд России при экспорте**

Каждый экспортер желает максимально подчеркнуть уникальные характеристики и исключительное качество своего товара. А в современных условиях глобализации рынка и жесточайшей конкуренции умение грамотно индивидуализировать свой товар и успешно продвинуть его на рынке играет не малую роль.

Вопрос защиты интеллектуальной собственности, бренда сейчас очень актуален, он добавляет стоимости к товару и с годами его узнаваемость, репутация и нематериальные активы, тем самым, будут увеличиваться. Поэтому за рубежом, в особенности на Западе, к вопросу охраны интеллектуальной собственности уделяется много внимания еще до выхода на внутренний и внешний рынки.

Существует несколько регистрируемых (то есть охраняемых законом) средств индивидуализации, являющимися объектами интеллектуальной собственности, которые эффективно выполняют эту функцию: товарный знак и наименование места происхождения товара (или географическое указание в зарубежных странах), в первую очередь, а также промышленный образец. Мало кто из экспортеров задумывается серьезно о значении индивидуализации и охране интеллектуальной собственности своего продукта, поэтому ограничиваются только регистрацией товарного знака, выбирая её как самый простой, быстрый и достаточно эффективный способ индивидуализации товара. Однако среди специалистов есть другое мнение: товарный знак – это хорошо, но наименование места происхождения товара может подчеркнуть особые характеристики товара и его качество. В этой статье мы расскажем о наименовании места происхождения товара (далее НМПТ) как одном из самых эффективных охраняемых способов индивидуализации.

**Какие преимущества НМПТ по сравнению с товарным знаком?**

Наименование места происхождения товара – это уникальное средство индивидуализации товара, которое подчеркивает особые свойства продукта, неразделимо связанные с определенной географической средой конкретной местности и её природой, влиянием особенностей культуры народов, применением традиционных знаний.

Продукт зарегистрированный как НМПТ – это по сути товар, единственный в своем роде, потому что другие лица и в другой местности не могут его воспроизвести, потому что не смогут повторить особые свойства продукта, обусловленные конкретной географической средой и местом его происхождения.

В связи с этим производитель и экспортер, которые используют НМПТ, обладают экономическими преимуществами. НМПТ указывает на особые свойства товара, которые связаны с его региональной спецификой, выделяя его на фоне схожих товаров на рынке, но не произведенных в данной местности. Тем самым у потребителя формируется понимание высшего качества товара, уникальности его свойств, поддержания народного достояния покупкой именно этого товара.

Более того, исключительное право на НМПТ позволяет защитить такие товары от подделок и предотвратить введение потребителей в заблуждение. Так, например, было в случае с «Вологодским маслом». Когда уникальность продукта определяется его местом происхождения, многие недобросовестные производители эксплуатируют исторически сложившийся региональный бренд. Если не выдерживается традиционная рецептура, историческая связь товара с местом его происхождения стирается, а эксклюзивные права местных производителей на данный бренд нарушается. Таким образом, если бы вологодские мастера смирились с массовым распространением подделок, сам исторически сложившийся бренд «Вологодское масло» мог исчезнуть в море контрафакта.

Была проведена огромная исследовательская работа в течение четырех лет. Она включала в себя различные аспекты от анализа сырья и до оценки технологии производства и готового продукта. В результате проделанной работы только вологодские комбинаты, соответствующие высоким стандартам получили право использовать НМПТ «Вологодское масло». Тем самым НМПТ «Вологодское масло» подтверждает уникальное высокое качество товара, которое обусловлено несколькими факторами природных и человеческих свойств данного региона. При этом все исследования показывают, что даже в кризис как иностранный, так и российский потребитель готов переплачивать за качество приобретаемых товаров и услуг.

Производитель может зарегистрировать товарный знак с географическим указанием на место происхождения. Однако тут есть несколько нюансов. Во-первых, товарный знак подчеркивает свойства и качества товара, связанные с конкретным производителем, а НМПТ – указывает на специфику определенной географической местности.

Во-вторых, при регистрации товарного знака, содержащего географическое указание, которое не соответствует фактическому месту производства товара, правообладатель вводит потребителя в заблуждение, что нарушает закон. В случае НМПТ, смена места производства товара неприемлема, поскольку это нарушает связь особых свойств товара с географической средой места его происхождения.

В-третьих, в основе НМПТ лежит наименование географического объекта, то есть получается на товаре стоит охраняемое географическое указание происхождения. Согласно ст. 1483 Гражданского Кодекса РФ регистрация в качестве товарного знака обозначения, указывающего на место производства товара не допускается. Указанный элемент может быть включен в состав товарного знака как неохраняемая часть при условии, что он не занимает в товарном знаке доминирующее положение.

В-четвертых, исключительное право на НМПТ может зарегистрировать несколько лиц, выпускающих данный товар в определенном регионе и подходящие под критерии конкретного НМПТ. Исключительное право на товарный знак предоставляется только одному лицу.

Обладатель права на пользование НМПТ не вправе передавать или отчуждать данное право в пользу других лиц, но может запрещать такое использование другим лицам, не имеющим соответствующего свидетельства и отстаивать свои права в суде. При этом владелец НМПТ может требовать изъятия всех партий товаров, выпущенных с нарушением законодательства, возмещение морального и материального ущерба. Конкретные размеры финансовой компенсации суд определяет индивидуально, но может быть в пределах от 10 тысяч рублей до 5 миллионов рублей.

**Как зарегистрировать права на НМПТ в России?**

Если в Государственном реестре Роспатента еще не зарегистрировано то НМПТ, правом пользования которым вы бы хотели воспользоваться, то такая регистрация называется первичной. Для этого вам надо будет предоставить в Роспатент доказательства того, что вы (и возможно другие лица) производите товар в конкретной местности, что определенные качества производимого вами товара тесно связаны с природными условиями и (или) обусловлены географической местностью происхождения, а также что название географического объекта в отношении данного товара уже длительное время используется и может сформировать конкретное НМПТ. Если же данное НМПТ уже зарегистрировано, то вы можете подать заявку на предоставление вам права на использование.

В перечень документов, которые необходимо подготовить, входит:

* заявление;
* текстовое обозначение НМПТ;
* описание выпускаемого товара, а также его отличительных характеристик, обусловленных условиями географической среды данной географической местности;
* подтверждение, что товар производится в данной конкретной географической местности;
* указание границ географического региона, с которым связано НМПТ;
* описание уникальных характеристик природных и (или) человеческих ресурсов, которые определяют исключительные свойства товара по сравнению с аналогичными из других местностей.

Данные факты должны быть письменно подтверждены Уполномоченным на это органом РФ.

Роспатент может потребовать дополнительные материалы для экспертизы, которые необходимо предоставить в назначенные сроки.

**Как охраняется НМПТ за рубежом?**

При экспорте НМПТ, как и товарный знак, необходимо защищать, иначе их использование в зарубежных странах будет незаконным и может нарушать права третьих лиц, зарегистрировавшие данный товарный знак на территории страны ввоза. Правовая охрана за границей имеет ряд нюансов. В первую очередь, согласно всем международным и иностранным законам, право на пользование НМПТ должно быть зарегистрировано в стране происхождения, то есть должно охраняться на территории РФ.

Далее производителю необходимо зарегистрировать НМПТ в каждой стране, куда планируется ввоз и использование товара. Это делается по принципу взаимности, предусматривающего возможность российским обладателям права использования НМПТ подать заявление или национальную заявку и оплатить национальных пошлин и получить охрану данного НМПТ в соответствующих странах.

Стоит отметить, что существует многообразие способов защиты в различных странах и их законодательствах, отсутствует единое правовое регулирование в охране интеллектуальной собственности. Если бы Россия ратифицировала Лиссабонское соглашение – для экспортеров всё было бы проще. Производителю достаточно было пойти во Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС) и зарегистрировать там свои права на НМПТ.

**Развитие института защиты НМПТ**

Несмотря на то, что НМПТ очевидно являются более ценной разновидностью указания происхождения, чем товарный знак, потому что наделяют участников рынка экономическими преимуществами, мы отмечаем некоторые пробелы и проблемы в действующем законодательстве, над минимизацией которых эксперты активно работают. В качестве подобных изменений было предложено:

* сопоставить понятия, используемых в России и зарубежных странах (в первую очередь, в европейских).

В Европе существует разграничение понятий “Protected Designation of Origin” (PDO), соответствующего НМПТ в российском законодательстве, и “Protected Geographical Indication” (PGI), предполагаемого как географическое указание, которого нет в российском законодательстве. Соответственно, необходимо ввести данное понятие в России.

* признать приоритет НМПТ в сопоставлении с тождественными или сходными до степени смешения товарными знаками.

Необходимо внести правки в законодательство, которые предоставят правообладателям НМПТ право отменять товарные знаки, если использование подобных товарных знаков может ввести в заблуждение потребителей. Сейчас в России создаются прецеденты, когда в спорах товарный знак превалирует над НМПТ. Так, например, в 2014 году в споре о "Воды Сарова" юридическому лицу впервые удалось зарегистрировать товарный знак по географическому принципу, а НМПТ отменить.

ООО "Минеральная вода и напитки" добился в суде отмены регистрации "Воды Сарова" как НМПТ, зарегистрировал "Воды Сарова" как товарный знак. После чего другие предприятия, разливающие воду из скважин, географически находящихся на территории Сарова, лишаются права указывать это место розлива на упаковке и этикетках своей воды. При этом компания не обязана находиться на территории Сарова и разливать воду из конкретных скважин.

* предоставить правовую охрану НМПТ бессрочно и не требовать продления регистрации.
* предоставить возможность уполномоченным органам или организациям регистрировать НМПТ.

Согласно российскому законодательству только производитель может являться субъектом права на НМПТ. И при этом на данный момент в реестре НМПТ Роспатента зарегистрированы иностранные НМПТ, субъектами прав на которые на территории своей страны являются консорциумы, ассоциации, союзы производителей, организации, учреждения и т.д., не являющиеся производителями товаров. Мы считаем, что необходимо внести корректировки в российское законодательство, чтобы организации, консорциумы и органы, которые действуют в интересах производителей и потребителей и выполняют контроль качества и соблюдения особых свойств товара, экономическую поддержку и другие функции, могли регистрировать права на НМПТ и географические указания и обладать охранными документами на охраняемые права. Тогда российское законодательство не будет препятствовать регистрации прав на иностранные НМПТ, а также откроет двери для активного продвижения НМПТ на внутреннем и внешнем рынке.

Сейчас идет активное обсуждение и подготовка правок в законодательство и в административные ресурсы, чтобы производители и экспортеры регистрировали свои права на НМПТ, как в России, так и за рубежом, тем самым получая экономическую выгоду, а также развивая репутацию России как производителя уникальных и качественных региональных товаров. Так, например, компания “Холдсвей” совместно с Национальным союзом экспортеров продовольствия обсуждает партнерство, в рамках которого члены Союза смогут получить качественные услуги профессиональных юристов по интеллектуальной собственности.

*Сандра Деза,*

*юридическая компания “Холдсвей”*