

Информация для цитирования:

Рузакова О. А., Гринь Е. С. Вопросы развития правового регулирования отношений, объектом которых выступают географические указания // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2018. Вып. 42. С. 685–699. DOI: 10.17072/1995-4190-2018-42-685-699.

Ruzakova O. A., Grin E. S. *Voprosy razvitiya pravovogo regulirovaniya otnosheniy, ob'ektom kotorykh vystupayut geograficheskie ukazaniya* [Legal Regulation of Relationships Pertaining to Geographical Indications]. Vestnik Permskogo universiteta. Juridicheskie nauki – Perm University Herald. Juridical Sciences. 2018. Issue 42. Pp. 685–699. (In Russ.). DOI: 10.17072/1995-4190-2018-42-685-699.

УДК 347.2

DOI: 10.17072/1995-4190-2018-42-685-699

**ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ,
ОБЪЕКТОМ КОТОРЫХ ВЫСТУПАЮТ ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ****О. А. Рузакова**

Доктор юридических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве РФ
Московский государственный юридический
университет имени О. Е. Кутафина (МГЮА)
125993, Россия, г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, 9

ORCID: 0000-0002-7746-399X

Researcher ID: 0-7746-2014

E-mail: olalstep@mail.ru

Е. С. Гринь

Кандидат юридических наук, доцент
Московский государственный юридический
университет имени О. Е. Кутафина (МГЮА)
125993, Россия, г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, 9

ORCID: 0000-0002-9630-1742

Researcher ID: F-5817-2016

E-mail: helenkotenko@yandex.ru

Поступила в редакцию: 10.09.2018

***Введение:** статья посвящена анализу законодательства о географических указаниях в Российской Федерации и зарубежных странах. Учитывая международные договоры, в которых участвует Российская Федерация, проблемы с регистрацией наименований места происхождения товаров, необходимость развития регионального брендинга, а также зарубежный опыт, можно говорить о том, что в законодательстве России наметились тенденции введения охраны географических указаний как средств индивидуализации товаров. Вместе с тем введение правовой охраны географических указаний порождает ряд проблем правоприменения в соотношении с нормами публичного права, в частности с Федеральным законом от 22 ноября*

© Рузакова О. А., Гринь Е. С., 2018



1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»¹ и др. В статье рассматривается зарубежный и международный опыт регулирования прав на географические указания, предпосылки введения в Российской Федерации правовой охраны на них, а также особенности предложений, воплощенных в проекте Федерального закона № 509994-7 «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации», принятого в первом чтении Государственной Думой в июле 2018 г. **Цель:** выявить особенности зарубежного и международного правового регулирования отношений, объектом которых выступают географические указания, с целью возможности использования для совершенствования законодательства Российской Федерации, а также выявления перспектив введения правовой охраны географических указаний в законодательстве Российской Федерации с учетом действующих правовых механизмов. **Методы:** диалектический, формально-логический, функциональный и другие общенаучные методы исследования, а также специально-юридические методы: сравнительно-правовой и формально-юридический. **Результаты:** выявлены и охарактеризованы существующие российские и зарубежные механизмы охраны наименований, определяющих местность, где производится товар с определенными свойствами. На основе сравнительного, формально-юридического анализа выявлены возможности введения правовой охраны географических указаний для Российской Федерации, проблемы, возникающие в связи с таким введением, и пути их решения. **Выводы:** анализ законодательства о средствах индивидуализации товаров по российскому праву и по праву некоторых зарубежных стран, развитие региональной политики Российской Федерации позволил сделать вывод, что в настоящее время сложились все необходимые предпосылки для введения правовой охраны географических указаний в российское законодательство, в том числе путем внесения изменений в статью 1225 ГК РФ, а также совершенствования гражданско-правовых механизмов регистрации и охраны наименований места происхождения товаров. Анализ предложений по изменению законодательства проекта Федерального закона № 509994-7 «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Законопроект) позволяет выявить некоторые проблемы, требующие решения, в частности проблема соотношения с нормами вышеуказанного Федерального закона от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ, для решения которой предлагается переходный период в части неприменения к лицам, имеющим лицензии на производство винодельческой продукции с защищенным географическим указанием, норм об ответственности, предусмотренных в Законопроекте, и др.

Ключевые слова: географическое указание; исключительное право; наименование места происхождения товара; региональные бренды; регистрация наименований места происхождения товаров; средства индивидуализации товаров; региональная политика; винодельческая продукция с защищенным географическим указанием

¹ Собрание законодательства Российской Федерации. 1995. № 48, ст. 4553.

LEGAL REGULATION OF RELATIONSHIPS PERTAINING TO GEOGRAPHICAL INDICATIONS

O. A. Ruzakova

Kutafin Moscow State Law University (MSAL)
9, Sadovo-Kudrinskaya st., Moscow, 123995, Russia

ORCID: 0000-0002-7746-399X

ResearcherID: 0-7746-2014

E-mail: olastep@mail.com

E. S. Grin

Kutafin Moscow State Law University (MSAL)
9, Sadovo-Kudrinskaya st., Moscow, 123995, Russia

ORCID: 0000-0002-9630-1742

ResearcherID: F-5817-2016

E-mail: helenkotenko@yandex.ru

Received: 10.09.2018

Introduction: the article is devoted to the analysis of legislation on geographical indications in the Russian Federation and foreign countries. We have witnessed the emergence of an imperative to introduce some measures for protection of geographical indications as means of providing brand identity into the laws of the Russian Federation. This imperative trend is predetermined by Russia's participation in several international treaties, the problems with registration of geographical indications for production (appellations of origin), the need to develop regional branding, as well as foreign experience. At the same time, the introduction of legal protection for geographical indications gives rise to several problems with regard to the enforcement of these measures in conformity with the norms of public law, specifically with the Federal Law No. 171-FZ of November 22, 1995 On the State Regulation of the Production and Turnover in Ethyl Alcohol, Alcoholic and Alcohol-Containing Products, and on the Restriction of the Consumption (Drinking) of Alcoholic Products and others. The article reviews the international experience of regulating rights to geographical indications, considers reasons to introduce the protection of geographical indications in the Russian Federation, and the specific features of the proposals incorporated in the draft federal law No. 509994-7 On Amending Part Four of the Civil Code of the Russian Federation, passed by the State Duma in its first reading in July 2018. **Purpose:** to identify the special aspects of international legal regulation of relationships where the object is a geographical indication, in order to establish the possibility of using them to improve the laws of the Russian Federation, and to evaluate the prospects for introducing legal protection of geographical indications in the legislation of the Russian Federation taking into account the existing legal mechanisms. **Methods:** dialectical, formal, logical, functional and other general scientific methods as well as special techniques used by legal scholars: comparative law research and legal research. **Results:** the current Russian and foreign mechanisms used to protect the names of geographical locations where products with specific qualities are produced have been identified and described. Based on a comparative and formal legal analysis, the possibilities to introduce legal protection for geographical indications in the Russian Federation and problems arising as a result of such introduction have been identified, possible solutions to the problems have been proposed. **Conclusions:** based on the analysis of the laws on product brand identity in Russia and several foreign countries and taking account of the vector of the development of the regional policy in the Russian Federation, it is concluded that now is the time when all of the necessary prerequisites for the introduction of legal protection for geographical indications into Russian legislation should be available, including through amendments to article 1225 of the Civil Code of the Russian Federation and improvements to the civil and legal mechanisms of registration and protection of appellations of origin of prod-

ucts. As a result of the analysis of the proposals to amend legislation under the draft federal law No. 509994-7 On Amending Part Four of the Civil Code of the Russian Federation (hereinafter the Draft Law), several problems which require a solution have been identified, specifically: the problem of conformity with the norms of the Federal Law No. 171-FZ of November 22, 1995 On the State Regulation of the Production and Turnover in Ethyl Alcohol, Alcoholic and Alcohol-Containing Products, and on the Restriction of Consumption (Drinking) of Alcoholic Products. In order to solve this problem, it is proposed to introduce a transitional stage whereby the liability provisions proposed in the Draft Law would not apply to persons in possession of licenses to produce wine products with protected geographical indications, etc.

Keywords: geographical indications; exclusive right; appellation of origin; regional brands; registration of geographical indications; brand identity; regional policy; wine products with protected geographical indications

Введение

В Основах государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 г., утвержденных указом Президента РФ от 16 января 2017 г. № 13 «Об утверждении Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года»¹, в числе основных факторов и условий регионального развития, оказывающих влияние на формирование и реализацию государственной политики регионального развития, определены географические, природно-климатические, демографические и социокультурные особенности регионов, а реализация государственной политики регионального развития осуществляется на основе в том числе принципа обеспечения устойчивого экономического роста и научно-технологического развития регионов, повышения уровня конкурентоспособности их экономики на международных рынках.

Каждый регион в Российской Федерации обладает уникальными возможностями, зачастую необычной природой, мастерством населения, и все это выражается в товарах, производимых в соответствующих местностях. От янтарного искусства и кенигсбергского пива в Калининграде до нанайских тапочек и дальневосточного краба в Хабаровске и Владивостоке – нет региона в стране, который не имел бы «своего» товара, ассоциируемого с данной местностью. Можно привести десятки примеров по каждому региону (вологодские кружева, ивановские ситцы, астраханская вобла, адыгейский сыр, тульские самовары, оренбургские

платки, краснодарский чай, золото Костромы, башкирский мед, калужское тесто, сахалинская икра, тюменская нефть и многое, многое другое) [12, с. 48–49].

Вместе с тем многие регионы сталкиваются с затруднениями при регистрации названий местности для целей индивидуализации товаров в качестве наименований места происхождения товаров (далее – НМПТ). И об этом свидетельствуют цифры. Так, с 1992 г., в соответствии с законом РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»², ежегодно регистрируются около 30 наименований, большинство субъектов РФ не регистрируют ни одного НМПТ. В 2017 году (год считается более продуктивным по сравнению со многими предыдущими) было подано 56 заявок, при этом было выдано 30 свидетельств об исключительном праве на наименование [7]. За все время существования такой регистрации в общей сложности было зарегистрировано не более 200 НМПТ, что в среднем на субъект РФ составляет чуть более 1 НМПТ раз в десять лет.

Очевидно, что проблема зависит не от отсутствия желания производителей товаров осуществлять такую регистрацию и пользоваться охраной, а проблемами в правовом или применительном механизме такой регистрации. Регионы заинтересованы в регистрации НМПТ, что является «залогом повышения известности и привлекательности региона и создает благоприятные условия для вложения инвестиций в его развитие. Включение НМПТ в процесс жизнедеятельности регионов – важный шаг,

¹ Собрание законодательства Российской Федерации. 2017. № 4, ст. 637.

² Ведомости СНД РФ и ВС РФ. 1992. № 42, ст. 2322.

влияющий не только на экономическое, но и на социальное и культурное развитие регионов. Это объясняется, прежде всего, тем, что НМПТ сопровождают товары, которые могут рассматриваться как объекты материальной и духовной культуры. В таких товарах отражаются многообразие традиций, самобытный колорит и история народов, населяющих российское многонациональное государство» [10].

Достаточно отметить, что палехская роспись, шкатулка, которые выпускаются уже не одно столетие и широко известны не только в России, но и за рубежом, так и не зарегистрированы как НМПТ. Не зарегистрированы и такие известные наименования, как «Павловская керамика», «Грязь озера Ульжай», «Лечебная грязь “Тамбукан”». В чем же дело?

В науке неоднократно обращалось внимание, во-первых, на проблему доказывания особых свойств НМПТ и, во-вторых, на подтверждение этих свойств уполномоченными федеральными органами исполнительной власти. Как указывалось Э.П.Гавриловым и Е.А.Данилиной, имелись «разночтения и в понимании основного понятия – географического объекта, являющегося базой для определения НМПТ» [2].

НМПТ в отличие от товарного знака указывает на место изготовления товара и всегда гарантирует наличие у него особых свойств, выделяющих этот товар среди однородных товаров. Постановлением Правительства РФ от 17 сентября 2004 г. № 481 «О Перечне федеральных органов исполнительной власти, компетентных давать заключение, прилагаемое к заявке на государственную регистрацию наименования места происхождения товара и на предоставление исключительного права на такое наименование, а также к заявке на предоставление исключительного права на ранее зарегистрированное наименование места происхождения товара»¹ определен исчерпывающий перечень таких федеральных органов исполнительной власти, которые дают соответствующие заключения, необходимые для регистрации НМПТ. В их числе: Минздрав России (в отношении минеральной питьевой лечебной, лечебно-столовой и минеральной природной столовой воды), Минпромторг России (в отношении изделий народных художественных

промыслов); Минсельхоз России (в отношении товаров сельского хозяйства, продовольственных товаров, безалкогольной продукции, продуктов пчеловодства, товаров, вырабатываемых из рыбы и морских продуктов); Росалкогольрегулирование (в отношении алкогольной и спиртосодержащей пищевой продукции). Однако перечень федеральных органов исполнительной власти, которые уполномочены давать заключение, не охватывает всех видов товаров, которые могли бы быть зарегистрированы в качестве наименований места происхождения товаров. К таковым относятся, например, лечебные грязи, другие лечебные товары, которые не подпадают под минеральную и подобную воду, и др.

Относительно определения особых свойств товаров, маркируемых НМПТ, проблема заключается, во-первых, в их определении и подтверждении уполномоченным органом, а во-вторых, в том, что эти свойства не публикуются и, соответственно, потребитель лишен возможности их идентификации. Так, ярким примером, который неоднократно обсуждался в научной литературе, стал спор относительно идентификации свойств адыгейского сыра [6]. Особые свойства такого сыра неоднозначно указывают на его связь с регионом, учитывая, что технология, по которой он производился, использовалась производителями разных регионов страны, в том числе Сибири, Урала и др. «Совокупность особых свойств товара “Сыр Адыгейский”, которые зависят от характерных для Республики Адыгея природных условий и (или) людских факторов, сделали его оригинальным, в сознании потребителя установилась устойчивая связь между уникальными свойствами товара “Сыр Адыгейский” и местом его происхождения. Известность и популярность товара “Сыр Адыгейский” обеспечили его особые свойства, связанные с этнографическими особенностями, специфической технологией, профессиональным опытом, культурой, традициями, мастерством его производителей и природными условиями» [4]. Такие формулировки не позволяют в полной мере говорить о каких-либо особых свойствах, которые определяются природой региона Адыгейской республики, в частности, особыми лугами, где пасутся коровы и в результате создается особый продукт. Представляется возможным согласиться применительно к данному случаю с Э.П. Гаврило-

¹ Собрание законодательства Российской Федерации. 2004. № 38, ст. 3806.

вым, что «связь качества с местом изготовления обычно бывает надуманной. В частности, умения и навыки, присущие группам изготовителей определенных товаров, легко передаваемы другим лицам и не привязаны к определенной местности. Так, в частности, обстоят дела с НМПТ «Русская водка» и «Адыгейский сыр»» [1].

Решение поставленных проблем видится во введении правовой охраны другому средству индивидуализации товаров и известному международным договорам, в том числе в которых участвует РФ, так и зарубежным правовым порядкам.

Основное содержание.

Правовая охрана указаний на местность, где производится товар, имеющий определенные свойства: зарубежный и международный опыт

Географические указания как средства индивидуализации товаров упоминаются в нескольких международных договорах, старейшим из которых является Парижская конвенция по охране промышленной собственности [8]. При этом далеко не всеми авторами разделяется позиция, что в Парижской конвенции предусмотрена охрана именно географических указаний. Парижская конвенция также не содержит определения географических указаний. Кроме того, в Парижской конвенции предусмотрены два иных термина – «указание происхождения» и «наименование места происхождения» товаров, что вызывает нечеткое разграничение понятий «указания происхождения», «географические указания» и «наименования мест происхождения товаров» [3].

Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) (заключено в г. Марракеше 15 апреля 1994 г.)¹ содержит целый раздел, посвященный географическим указаниям, включая их определение, особенности географических указаний в отношении вин и крепких спиртных напитков.

Минским соглашением от 4 июня 1999 г. «О мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и гео-

графических указаний»² дается определение географических указаний, под которыми понимаются обозначения, которые идентифицируют происхождение товара из территорий сторон или их регионов или местностей, где качество, репутация либо другие характеристики товара в значительной степени соотносятся с его географическим происхождением, а также предусматривается комплекс мер по предупреждению правонарушений и защите нарушенных прав владельцев товарных знаков и географических указаний.

Мадридское соглашение о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах 1891 г.³ не содержит определения географического указания, но предусматривает, что всякое изделие, снабженное ложным или неправильным обозначением, прямо или косвенно указывающим в качестве страны или места происхождения этого изделия какую-либо из стран, к которым применяется настоящее Соглашение, или место, расположенное в какой-либо из этих стран, подлежит аресту при ввозе в каждую из упомянутых стран.

Еще одним соглашением, в котором упоминается указание места происхождения товара (по существу – географическое указание), является Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения товаров и их международной регистрации 1958 г.⁴ Под указанием места происхождения понимается географическое название страны, района или местности, используемое для обозначения происхождения отсюда изделия, качество и свойства которого определяются исключительно или в существенной мере географической средой, включая сюда природные и этнографические факторы [21]⁵.

В 2015 г. был принят Женевский акт Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения и их международной

¹ Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС/TRIPS) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2012. № 37 (приложение, ч. VI). С. 2818–2849.

² Бюллетень международных договоров. 2002. № 3.

³ Заключено в г. Мадриде 14 апреля 1891 г., вступило в силу 15 июля 1892 г. Россия не участвует.

⁴ Заключено в г. Лиссабоне 31 октября 1958 г., вступило в силу 25 сентября 1966 г. Россия не участвует.

⁵ См.: The Lisbon system international protection for identifiers of typical products from a defined geographical area. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/geographical/942/wipo_pub_942.pdf (дата обращения: 27.11.2018).

регистрации 1958 г., который дает возможность в рамках этого Соглашения осуществлять международную регистрацию не только НМПТ, но и географических указаний [13], что является значительным шагом в унификации различных систем охраны географических указаний и НМПТ [17]. В соответствии со ст. 2 (1) Женевского акта, географическое указание представляет собой указание, охраняемое в договаривающейся стране происхождения и состоящее из названия (или содержащее название) географического района или иного указания, которое известно как указывающее на такой район, которое определяет товар как происходящий из этого географического района, когда установленное качество, репутация или иная особенность товара объясняется главным образом его географическим происхождением [18].

Нельзя сказать, что терминология разных видов указаний на местность, откуда происходит товар и при этом имеет место тот или иной уровень связанности определенными свойствами и известности товара, выдержана однозначным образом.

Пункт 17 Приложения № 26 к Договору о Евразийском экономическом союзе (подписан в г. Астане 29 мая 2014 г.)¹ предусматривает охрану географического указания, под которым понимается обозначение, которое идентифицирует товар как происходящий с территории государства-члена, региона или местности на этой территории, если качество, репутация или иные характеристики товара в значительной степени обусловлены его географическим происхождением.

В большинстве стран охрана географических указаний может быть обеспечена на основании законодательства о недобросовестной конкуренции и защите прав потребителей либо посредством подачи исков о нарушении прав путем подделки, в частности в связи с мошенническими заявлениями о действительном географическом происхождении товара, для маркировки которых они используются. В случае отдельных видов географических указаний, (а в некоторых странах НМПТ – это разновидность географических указаний) также могут охраняться путем регистрации или на основании

специального распоряжения либо иногда в качестве коллективного или сертификационного знака. Например, обозначения «Jamaican Blue Mountain Coffee» и «Café de Colombia», которые по существу образуют географические указания, во многих странах зарегистрированы как сертификационные знаки [22].

Географические указания охраняются в странах ЕС (Регламент ЕС от 21 ноября 2012 г. № 1151/2012 «О схемах качества для сельскохозяйственной продукции и продуктов питания»), Швейцарии (Федеральный закон Швейцарии от 28 августа 1992 г. «Об охране товарных знаков и указаниях мест происхождения товара»), Индии (Закон от 30 декабря 1999 г. «О географических указаниях товаров (регистрации и защите), Евразийского Экономического Союза (Гражданский кодекс и закон Республики Беларусь от 17 июля 2002 г. № 127-3 «О географических указаниях», закон Республики Армения от 22 мая 2010 г. № ЗР-60 «О географических указаниях», закон Республики Казахстан от 26 июля 1999 г. № 456-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»), закон Кыргызской Республики от 27 февраля 2003 г. № 46 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров») и др.

Специальные законы о географических указаниях: в Антигуа и Барбудо закон № 21 от 2003 г.), Азербайджане (№ 504-IQ от 1998 г.²), Багамы (№ 44 от 2015 г.³), Бахрейн (№ 16 от 2004 г.⁴) и многие другие (более 50 государств).

Так, в Европейском Союзе с самого начала существования общего рынка было принято «обширное законодательство, регулирующее использование конкретных наименований», прежде всего продуктов питания. Этот процесс привел к введению нормативной базы для вин и спиртных напитков и четырех схем качества для пищевых продуктов: защищенные наиме-

² Law of the Republic of Azerbaijan № 504-IQ of June 12, 1998, on Trademarks and Geographical Indications (AZ012). URL: https://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=451312 (дата обращения: 23.11.2018).

³ Geographical Indications, 2015 (Act № 44 of 2015). URL: <https://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=16394> (дата обращения: 25.11.2018).

⁴ Law № 16 of 2004 relating to the Protection of Geographical Indications. URL: https://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=490392 (дата обращения: 23.11.2018).

¹ Евразийская экономическая комиссия: официальный сайт. URL: <http://www.eurasiancommission.org>.

нования мест происхождения (PDO), защищенные географические указания (PGI), гарантированные традиционные фирменные блюда (TSG) и факультативные условия качества (OQT) [23].

Первоначально законодательное обоснование охраны географических указаний основывалось на необходимости упрощения разнообразия национальных законов, защищающих различные виды обозначений сельскохозяйственной продукции. В 1992 году было принято положение 2081 «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственной продукции и продуктов питания»¹ с учетом того, что кодификация будет способствовать добросовестной конкуренции между производителями и улучшению восприятия потребителями подлинности продукции. В соответствии с этим положением была создана система регистрации *sui generis*, характеризующаяся двумя указаниями источника, охраняемыми обозначениями происхождения и охраняемыми географическими указаниями, которые различаются необходимостью более тесной связи между продуктом и местом производства. В том же году был принят законодательный акт – Постановление (ЕЭС) № 2082 о сертификатах особого характера на такие пищевые продукты, как макаронные изделия, мороженое и шоколад², создавший схему регистрации географических указаний, термин, который относится к названию пищи, которая производится с использованием традиционного сырья, состава или метода производства [15]. Кроме того, Регламент ЕС от 20 марта 2006 г. № 510/2006 «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных и продовольственных продуктов»³ регулирует географические указания и НМПТ на отдельные виды товаров.

В Швейцарии охрана географических указаний также имеет чрезвычайно важное значение, а в отношении наименования «SWISS» (или чаще «Swiss Made»), означающего, что часы изготовлены в Швейцарии с применением

традиционных приемов, знаний и критериев качества швейцарских часовых мастеров, пользующихся необычайной славой во всем мире. Для установления, какие же стандарты ассоциируются с географическим указанием «Swiss Made», принят специальный Ордонанс Федерального Совета от 23 декабря 1971 г. По просьбе часовых мастеров 17 июня 2016 г. в него были внесены поправки, призванные повысить эффективность охраны этого географического указания, «гарантировать интересы потребителя, который, приобретая часы, изготовленные в Швейцарии, ожидает, что они будут соответствовать качеству и репутации швейцарских часовых мастеров и, соответственно, будут изготовлены в Швейцарии и включать высокую долю стоимости, добавленной в Швейцарии» [16].

В Индии с 2004 г. по 2014 г. было зарегистрировано более 200 географических указаний, в основном для сельскохозяйственных продуктов и народных промыслов [20]. Наибольшее распространение имеет, безусловно, индийский чай, кофе, рис (Darjeeling Tea, Kangra Tea, Monsooned Malabar Robusta Coffee).

Перспективы развития охраны географических указаний в России

Опыт зарубежных стран, международные обязательства Российской Федерации, проблемы, связанные с регистрацией наименований места происхождения товаров, а также необходимость развития регионов, производимых ими продукции, в том числе в условиях антисанкционной политики, проводимой США и европейскими странами, свидетельствуют о необходимости введения в российское законодательство географического указания как средства индивидуализации товаров. В ряде стран наименование места происхождения товаров является разновидностью географического указания. При этом географическое указание не гарантирует качество товара, являясь простым обозначением местопребывания производителя или торговца, а наименование места происхождения товара отличается уникальным качеством, сложившимся благодаря природным и (или) людским факторам, присущими тому или иному географическому объекту. Для предоставления правовой охраны географическим указаниям требуются определенные качествен-

¹ Regulation No. 2081/92 of 14 July 1992 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs.

² Regulation No 2082/92 of 14 July 1992 on certificates of specific character for agricultural products and foodstuffs. For a complete list of the foods covered see Annex I of the Regulation.

³ URL: http://www.wipo.int/wipolex/ru/text.jsp?file_id=126989.

ные характеристики товара, но не доходящие до пределов уникальности, как в случае с наименованиями мест происхождения товаров [5].

В проекте Федерального закона № 509994-7 «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации», внесенным в Государственную Думу и рассмотренным в первом чтении в июле 2018 г.¹, предлагается введение правовой охраны географических указаний, которые отличаются от географических указания 1) взаимозависимостью между качествами товара и географической местностью; 2) связью с местностью всех или только некоторых стадий производства товара.

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. На территории данного географического объекта должна осуществляться хотя бы одна из стадий производства товара, влияющая на формирование его качества, репутации или иных характеристик (в отличие от НМПТ, для регистрации которого должны осуществляться все стадии производства товара на указанной территории). В соответствии с изложенными требованиями в качестве географического указания могли бы быть зарегистрированы: калужское тесто, камчатский краб, таманские вина, майкопские яблоки, ильменский судак, золото Костромы и др.

Исключительное право на географическое указание возникает в силу государственной регистрации, при подаче заявки на регистрацию необходимо указать на связь определенного качества, репутации или других характеристик товара с местом происхождения, описание способа производства, условий хранения товара, порядок контроля за соблюдением условий производства товара. Географическое указание как и НМПТ может быть зарегистрировано одним или несколькими гражданами, юридическими лицами или объединением лиц. В целом нормы о географических указаниях будут применяться к наименованиям мест происхождения товаров с учетом особенностей, установленных ГК РФ.

Перспективы применения положений проекта Федерального закона № 509994-7 «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации»

Принятие законопроекта позволит решить целый ряд вопросов, поставленных сегодня практикой, однако при этом возникает проблема соотношения норм ГК с нормами законодательства об отдельных видах товаров, прежде всего в отношении вина. Так, в настоящее время термин «географическое указание» уже используется в Федеральном законе от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»² (далее – ФЗ 171) применительно к производству вина. Под винодельческой продукцией с защищенным географическим указанием понимается винодельческая продукция, производство которой, в том числе розлив, осуществляется в границах географического объекта, указываемого на различных видах этикеток (этикетке, кольеретке, контрэтикетке), потребительской таре (упаковке), и которая произведена из определенных техническими документами сорта или смеси сортов винограда и обладает свойствами, которые определяются характерными для данного географического объекта природными условиями. Винодельческая продукция с защищенным географическим указанием производится из винограда, не менее 85 процентов которого выращено в границах данного географического объекта, а остальной использованный для производства такой продукции виноград выращен в границах субъекта Российской Федерации, в котором расположен данный географический объект. Таким образом, субъект Российской Федерации определяет географические объекты, в границах которых выращивается не менее 85% винограда для производства вин, при этом остальной виноград, использованный для производства указанных вин, должен быть выращен в границах данного субъекта Российской Федерации, где расположен географический объект. В числе таких географических объектов

¹ Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

² Собрание законодательства Российской Федерации. 1995. № 48, ст. 4553.

– регионы Крыма, Ставропольского, Краснодарского края, Дагестана и др. Географические указания, идентифицирующие вина и крепкие спиртные напитки, охраняются, кроме того, от любого их использования лицами, не имеющими права на такое использование, даже если оно не вводит потребителей в заблуждение и не является актом недобросовестной конкуренции [11].

Правовой режим географических указаний, предлагаемый в ГК РФ, и маркировка «винодельческая продукция с защищенным географическим указанием» в соответствии с ФЗ-171 хотя и имеют разную сферу правового регулирования и разные цели, но могут породить проблему, прежде всего, в тех случаях, когда обладатель лицензии на соответствующую винодельческую продукцию с ГУ и обладатель исключительного права на такое же ГУ не будут совпадать. Для того чтобы использовать правомерно географическое указание, обладатель лицензии на винодельческую продукцию должен приобрести исключительное право. С точки зрения гражданского законодательства не будет запрета на использование одного и того же географического указания разными лицами, как подавшими коллективно заявку, так и впоследствии обратившихся с самостоятельным требованием о регистрации географического указания при условии, что товар обладает соответствующими свойствами. Но при этом необходимо, чтобы винодельческая продукция с защищенным ГУ обладала соответствующими свойствами, необходимыми для регистрации ГУ как средства индивидуализации товаров, а именно определенное качество, репутация или другие характеристики товара, которые в значительной степени определяются его географическим происхождением. Однако для получения соответствующей лицензии предусмотрены иные требования и выпускаемая винодельческая продукция не всегда сможет удовлетворять необходимым критериям, что повлечет нарушение исключительных прав в отношении зарегистрированного ГУ.

Для решения указанной проблемы видится целесообразным ввести переходный период при введении в действие Закона о географических указаниях и установить срок, в течение которого обладатели лицензий на винодельческую продукцию с защищенным географическим указанием смогут производить продук-

цию, и в том случае, если ГУ по лицензии будет совпадать с зарегистрированным ГУ, обладатели лицензий не будут являться нарушителями. Такое положение может быть предусмотрено в Федеральном законе от 30 ноября 1994 г. № 52-ФЗ «О введении в действие части первой Гражданского кодекса Российской Федерации»¹. Необходимо при этом отметить, что в странах Европы, несмотря на принятие новых регламентов по географическим указаниям в отношении вина и продуктов питания, сохраняется отдельное регулирование [14].

Еще одну проблему видят производители товаров, которые опасаются, что осуществление лишь одной стадии производства товара для получения правовой охраны ГУ, хотя и существенно влияющей на формирование особых свойств товара, его качества и репутации (абз. 1 п. 1 ст. 1516 ГК РФ в ред. законопроекта), может не только дискредитировать определенный вид товара, но и ввести в заблуждение потребителя. Так, например, процесс производства минеральной воды включает в себя несколько стадий – начиная от добычи воды из скважины и заканчивая хранением бутылок с водой. В качестве одной из стадий может быть розлив воды, бутилирование, хранение и т.д., что может и не иметь отношения к скважине, откуда добывается вода, при этом используя соответствующее название, которое может ввести потребителя в заблуждение. Решение данной проблемы видится в том, что хотя бы одна из стадий производства товара, которая существенно влияет на формирование определенного качества, репутации или других его характеристик должна быть определена в соответствующем Административном регламенте применительно к отдельным видам товаров.

На отдельные сложности при регистрации указывают применительно к НМПТ, в соответствии с предлагаемыми новеллами на территории географического объекта должны осуществляться все стадии производства товара, влияющие на формирование его особых свойств (абз. 2 п. 1 ст. 1516 ГК РФ в ред. законопроекта). В отношении минеральной воды – как правило, ее розлив, который также влияет

¹ Собрание законодательства Российской Федерации. 1994. № 32, ст. 3302.

на свойства товара, не может осуществляться в том же географическом объекте, представляющем собой скважину, например «Нарзан», что повлечет ограничение возможностей в регистрации НМПТ.

Вызывает сомнение установление особых требований к стадиям производства, качеству, репутации, известности, особым свойствам или другим характеристикам товара, для обозначения которого используется географическое указание или наименование места происхождения товара, нормативными правовыми актами органов государственной власти субъектов Российской Федерации, на территории которых находятся указанные географические объекты (абз. 3 п. 1 ст. 1516 ГК РФ в ред. законопроекта). Как отмечается в Экспертном заключении Совета при Президенте РФ по кодификации и совершенствованию гражданского законодательства по проекту Федерального закона № 509994-7 «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации» (принято на заседании 12 октября 2018 г., № 180-1/2018), «хотя речь идет о требованиях к товару и процессу его производства, указанные требования фактически определяют основные характеристики охраноспособности соответствующих средств индивидуализации – географического указания и наименования места происхождения товара. Согласно п. “о” ст. 71 Конституции Российской Федерации правовое регулирование интеллектуальной собственности относится к ведению Российской Федерации. По-видимому, органы государственной власти субъектов Российской Федерации могли бы устанавливать своими нормативными актами некоторые дополнительные требования, касающиеся конкретных видов товаров, однако это требуется более аккуратно и точно сформулировать». Представляется, что указание на нормативные правовые акты органов государственной власти субъектов Российской Федерации из вышеназванной предлагаемой нормы целесообразно исключить.

Для целей регистрации ГУ и НМПТ представляется возможным использование системы блокчейн на базе реестров Роспатента. При внедрении отдельных элементов такой технологии в процесс регистрации возможно ускорить начало рассмотрения заявки, фиксировать

точное время ее подачи, данные о заявителе, содержание заявки. Новые технологии позволяют обеспечивать закрытость (зашифрованность) материалов заявки, чтобы все желающие могли получить информацию о факте и направлении письма, но без доступа к содержанию заявки. Доступ к содержанию обеспечивается только Роспатенту и заявителю. Минимизируются возможности фальсификации данных, их удаления. Данная система позволит сохранять данные, блокировать хакерские атаки с целью изменения информационных блоков, ограничить произвольное внесение изменений в цепочки данных, что обеспечит оперативность, публичность и открытость в системе регистрации. Но одновременно это и существенные расходы, большие объемы хранения данных о транзакциях и другой информации [9]. К тому же технологии блокчейн уже применяются за рубежом в отдельных сферах развития охраны интеллектуальных прав, например, индустрии моды, в части регистрации и определения прав на интеллектуальную собственность, осуществления контроля за распоряжением исключительными правами, обеспечения доказательств использования, заключения и введения в действие договоров об отчуждении права, лицензионных договоров посредством умных контрактов, оплаты правообладателю за использование, а также обнаружения контрафактного использования, товаров параллельного импорта [19].

Результаты исследования. Перспективы введения в законодательство понятия и особенностей географического указания в большей степени актуальны и направлены на обеспечение международных обязательств Российской Федерации, опыта зарубежных стран, развития региональной политики, а также расширения возможностей охраны указаний на географические объекты, в которых производятся оригинальные товары. Соответствующей коррективке в ГК РФ требуют и НМПТ.

При этом очевидна необходимость учета при определении правового режима географических указаний действующего законодательства об отдельных видах товарах, в частности Федерального закона от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ в отношении винодельческой продукции с защищенным географическим указанием в связи с разными критериями в опреде-

лении географических указаний при выдаче лицензии на производство винодельческой продукции с защищенным ГУ и географическим указанием как средством индивидуализации товаров.

В связи с этим с целью сохранения винодельческой отрасли и ее развития представляется необходимым установить в Федеральном законе от 30 ноября 1994 г. № 52-ФЗ «О введении в действие части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» переходный период, в течение которого обладатели лицензий на винодельческую продукцию с защищенным географическим указанием смогут производить продукцию и при этом не признаваться нарушителями в том случае, если ГУ по лицензии будет совпадать с зарегистрированным другими лицами ГУ, поскольку критерии выдачи лицензии и охраноспособности ГУ разные и обладатель лицензий не всегда будет иметь возможность приобрести исключительное право на охраняемое ГУ.

Для отдельных видов товаров, охраняемых в качестве ГУ, например для минеральной воды, следует учесть особенности определения стадий, которые существенно влияют на формирование особых свойств товара, его качества и репутации. Целесообразно заменить в законопроекте слова «стадий, которые существенно влияют на формирование» на слова «стадий, которые обуславливают формирование».

Кроме того, субъекты Российской Федерации с учетом того, что гражданское законодательство находится в исключительном ведении Российской Федерации, едва ли могут определять требования к товару и процессу его производства, которые обуславливают основные характеристики охраноспособности средств индивидуализации товаров, что необходимо учесть в законопроекте.

Выводы

В современных условиях развития экономических отношений, глобализации рынков сбыта и ужесточения конкуренции растет потребность в создании и использовании специальных средств индивидуализации, которые могли бы способствовать более эффективному функционированию хозяйствующего субъекта на рынке. Использование лишь НМПТ уже давно не удовлетворяет потребности регионов в

индивидуализации, в рекламе своих товаров, а иногда и услуг. Предлагается наряду с НМПТ предусмотреть в ГК РФ режим более широкой правовой охраны – охраны с помощью географических указаний, что также позволит индивидуализировать качество, особые свойства и репутацию товаров, а также других объектов и одновременно станет средством развития местности, регионов и страны в целом. Введение в российское законодательство правовой охраны географических указаний предоставит возможность обеспечить международные обязательства Российской Федерации, расширить возможности охраны указаний на географические объекты, в которых производятся оригинальные товары, а также развитие брендинга регионов, которое охватывает комплекс мер правового, организационного, рекламного характера, учитывая непростые экономические реалии страны.

Создание реестра географических указаний и НМПТ возможно с использованием системы блокчейнов с учетом действующих реестров Роспатента

Предлагаемые корректировки законопроекта о географических указаниях, а том числе в соотношении с нормами публичного права о винодельческой продукции, а также предложения для подзаконных актов позволят обеспечить механизм регистрации и использования географических указаний.

Библиографический список

1. *Гаврилов Э.* Средства индивидуализации товаров и качественные характеристики товаров // *Хозяйство и право.* 2014. № 3. С. 13–27.
2. *Гаврилов Э. П., Данилина Е. А.* Некоторые вопросы правовой охраны наименований мест происхождения товаров [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. *Гаврилов Э. П., Данилина Е. А.* Практика охраны наименований мест происхождения товаров: что изменилось? // *Патенты и лицензии.* 2006. № 1. С. 4. Цит. по: Унификация и гармонизация в международном частном праве. Вопросы теории и практики: монография / отв. ред. Г. К. Дмитриева, М. В. Мажорина. М.: НОРМА, ИНФРА-М, 2016. 208 с. [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

4. Джермакян В. Ю. 600 вопросов по товарным знакам: разъяснения правоприменительной практики [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
5. Еременко В. И. О правовой охране наименований мест происхождения товаров в России [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
6. *Комментарий* к Гражданскому кодексу Российской Федерации (части четвертой): в 2 т. (постатейный). Комментарий к ст. 1535 в кн. / С. А. Горленко, В. О. Калятин, Л. Л. Кирий и др.; отв. ред. Л. А. Трахтенгерц. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2016. Т. 2. 524 с. [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
7. *Отчет* Роспатента за 2017 год. URL: <https://docviewer.yandex.ru/view/132127090> (дата обращения: 27.11.2018).
8. *Право интеллектуальной собственности: учебник* / под общ. ред. Л. А. Новоселовой. М.: Статут, 2018. Т. 3: Средства индивидуализации. 432 с.
9. Рузакова О. А., Гринь Е. С. Применение технологии blockchain к систематизации результатов интеллектуальной деятельности // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2017. Вып. 38. С. 508–520.
10. *Руководство* по регистрации и предоставлению исключительного права использования наименования места происхождения товара // Патенты и лицензии. 2018. № 2.
11. Фабричный С. Ю., Рузакова О. А. Географическое указание: взгляд законодателя // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2018. № 11. С. 2–8.
12. Фабричный С. Ю., Рузакова О. А. Региональные бренды России: основные направления развития // Патенты и лицензии. 2017. № 5. С. 46–53.
13. Шахназарова Э. А. Особенности международно-правовой охраны наименований мест происхождения товаров и географических указаний в свете принятия Женевского акта Лиссабонского соглашения 20 мая 2015 г. // Журнал российского права. 2016. № 11. С. 171–180.
14. Delphine Marie-Vivien / The Protection of Geographical Indications for Handicrafts: How to Apply the Concepts of Natural and Human Factors to All Products. CIRAD, UMR Innovation, Montpellier, France; National Law School of India University, Bangalore, India. URL: <https://docviewer.yandex.ru/view/132127090/> (дата обращения: 01.12.2018).
15. Evans G. E. The Simplification and Codification of European Legislation for the Protection of Geographical Indications. URL: <https://qmro.qmul.ac.uk/xmlui/handle/123456789/3328> (дата обращения: 29.11.2018).
16. Geographical Indications. An Introduction. World Intellectual Property Organization. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/geographical/952/wipo_pub_952.pdf (дата обращения: 29.11.2018).
17. Geographical Indications, 2015 (Act № 44 of 2015). URL: <https://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=16394> (дата обращения: 29.11.2018).
18. Main Provisions and Benefits of the Geneva Act of the Lisbon Agreement (2015). URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_lisbon_flyer.pdf (дата обращения: 29.11.2018).
19. Ruth Burstall and Birgit Clark Blockchain, IP and the fashion industry Managing Intellectual Property. URL: <http://www.managingip.com/Article/3667444/Blockchain-IP-and-the-fashion-industry.html> 30.05.2017 (дата обращения: 30.05.2017).
20. Sujit Kumar and Seweta Srivastava. The legal status of geographical indications in India. U.P. Council of Agricultural Research, Lucknow Bioed, 28(1): 43–56, 2017. URL: https://www.researchgate.net/publication/315696865_The_legal_status_of_geographical_indications_in_India (дата обращения: 29.11.2018).
21. The Lisbon system international protection for identifiers of typical products from a defined geographical area. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/geographical/942/wipo_pub_942.pdf (дата обращения: 29.11.2018).
22. The role of intellectual property, in particular, trademarks and geographical indications, in creating, developing and strengthening a nation brand. Version One. Prepared by the Division for Certain Countries in Europe and Asia. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_transition_4.pdf (дата обращения: 29.11.2018).
23. Tosato, Andrea. The Protection of Traditional Foods in the EU: Traditional Specialities Guaranteed. // European Law Journal. 19 (4): 545–576. doi:10.1111/eulj.12040. Retrieved 22 May 2013. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/eulj.12040> (дата обращения: 29.11.2018).

References

1. Gavrilov E. *Sredstva individualizatsii tovarov i kachestvennyye kharakteristiki tovarov* [Means of Individualization of Goods and Qualitative Characteristics of Goods]. *Khoz'yaystvo i pravo - Business and Law*. 2014. Issue 3. Pp. 13–27. Access from the legal reference system “ConsultantPlus” (accessed 27.11.2018). (In Russ.).
2. Gavrilov E. P., Danilina E. A. *Nekotorye voprosy pravovoy okhrany naimenovaniy mest proiskhozhdeniya tovarov* [Some Issues of Legal Protection of Appellations of Origin]. Access from the legal reference system “ConsultantPlus” (accessed 27.11.2018). (In Russ.).
3. Gavrilov E. P., Danilina E. A. *Praktika okhrany naimenovaniy mest proiskhozhdeniya tovarov: chto izmenilos'?* [Practice of Protecting Appellations of Origin: What has Changed?]. *Patenty i litsenzii – Patents and Licenses*. 2006. Issue 1. P. 4. Cit. ex: Unifikatsiya i garmonizatsiya v mezhdunarodnom chastnom prave. *Voprosy teorii i praktiki: monografiya / otv. red. G. K. Dmitrieva, M. V. Mazhorina* [Unification and Harmonization in International Private Law. Matters of Theory and Practice: Monograph; ed. by G. K. Dmitrieva, M. V. Mazhorina]. Moscow, 2016. 208 p. Access from the legal reference system “ConsultantPlus” (accessed 27.11.2018). (In Russ.).
4. Dzhermakyan V. Yu. *600 voprosov po tovarnym znakam: raz'yasneniya pravoprimitel'noy praktiki* [600 Questions about Trademarks: Explanation of the Law Enforcement Practice]. Access from the legal reference system “ConsultantPlus” (accessed 27.11.2018). (In Russ.).
5. Eremenko V. I. *O pravovoy okhrane naimenovaniy mest proiskhozhdeniya tovarov v Rossii* [On the Legal Protection of Appellations of Origin in Russia]. Access from the legal reference system “ConsultantPlus” (accessed 27.11.2018). (In Russ.).
6. Kiriy L.L. *Kommentariy k st. 1535* [Commentary to Article 1535]. *Kommentariy k Grazhdanskomu kodeksu Rossiyskoy Federatsii (chasti chetvertoy): v 2 t. (postateyniy) / S. A. Gorlenko, V. O. Kalyatin, L. L. Kiriy i dr.; otv. red. L.A. Trakhtengerts. 2-e izd.* [Commentary to the Civil Code of the Russian Federation (Part Four) (Article by Article): in 2 vols.; S. A. Gorlenko, V. O. Kalyatin, L. L. Kiriy et al.; ed. by L. A. Trakhtengerts. 2nd ed.]. Moscow, 2016. Vol. 2. 524 p. Access from the legal reference system “ConsultantPlus” (accessed 27.11.2018). (In Russ.).
7. *Otchet Rospatenta za 2017 god* [Rospatent Annual Report 2017]. Available at: <https://docviewer.yandex.ru/view/132127090> (accessed 27.11.2018). (In Russ.).
8. *Pravo intellektual'noy sobstvennosti: uchebnik / pod. obshch. red. L.A. Novoselovoy* [Intellectual Property Right: Textbook; ed. by L. A. Novoselova]. Vol. 3. *Sredstva individualizatsii* [Means of Individualization]. Moscow, 2018. 432 p. Access from the legal reference system “ConsultantPlus” (accessed 27.11.2018). (In Russ.).
9. Ruzakova O. A., Grin' E. S. *Primenenie tekhnologii blockchain k sistematizatsii rezul'tatov intellektual'noy deyatel'nosti* [Application of Blockchain Technologies in Systematizing the Results of Intellectual Activity]. *Vestnik Permskogo universiteta. Juridicheskie nauki – Perm University Herald. Legal Sciences*. 2017. Issue 4 (38). Pp. 508–520. (In Russ.).
10. *Rukovodstvo po registratsii i predostavleniyu isklyuchitel'nogo prava ispol'zovaniya naimenovaniya mesta proiskhozhdeniya tovara* [Guidelines for the Registration and Granting an Exclusive Right to Use an Appellation of Origin]. *Patenty i litsenzii. Intellektual'nye prava - Patents and Licenses. Intellectual Rights*. 2018. Issue 2. Access from the legal reference system “ConsultantPlus” (accessed 27.11.2018). (In Russ.).
11. *Fabrichnyy S. Yu., Ruzakova O. A. Geograficheskoe ukazanie: vzglyad zakonodatelya* [Geographical Indication: View of the Legislator]. *Patenty i litsenzii. Intellektual'nye prava – Patents and Licenses. Intellectual Rights*. 2018. Issue 11. Pp. 2–8. (In Russ.).
12. *Fabrichnyy S. Yu., Ruzakova O. A. Regional'nye brendy Rossii: osnovnye napravleniya razvitiya* [Regional Brands in Russia: Main Directions of Development]. *Patenty i litsenzii. Intellektual'nye prava – Patents and Licenses. Intellectual Rights*. 2017. Issue 5. Pp. 46–53. (In Russ.).
13. *Shakhnazarova E. A. Osobennosti mezhdunarodno-pravovoy okhrany naimenovaniy mest proiskhozhdeniya tovarov i geograficheskikh ukazaniy v svete prinyatiya Zhenevskogo akta Lissabonskogo soglasheniya 20 maya 2015 g.* [Features of the International Legal Protection of Appellations of Origin and Geographical Indications in the Light of the Adoption on May 20, 2015 of the Geneva Act of the Lisbon Agreement]. *Zhurnal Rossiyskogo prava – Journal of Russian Law*. 2016. Issue 11. Pp. 171–180. Access from the legal reference system “ConsultantPlus” (accessed 27.11.2018). (In Russ.).

- tem “ConsultantPlus” (accessed 27.11.2018). (In Russ.).
14. Delphine Marie-Vivien. The Protection of Geographical Indications for Handicrafts: How to Apply the Concepts of Natural and Human Factors to All Products. *The WIPO Journal*. 2013. Vol. 4. Issue 2. Pp. 191–205. Available at: <https://docviewer.yandex.ru/view/132127090> (accessed 01.12.2018). (In Eng.).
 15. Evans G.E. The Simplification and Codification of European Legislation for the Protection of Geographical Indications. Available at: <https://qmro.qmul.ac.uk/xmlui/handle/123456789/3328> (accessed 29.11.2018). (In Eng.).
 16. Geographical Indications. An Introduction. World Intellectual Property Organization. Available at: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/geographical/952/wipo_pub_952.pdf (accessed 29.11.2018). (In Eng.).
 17. Geographical Indications, 2015 (Act No. 44 of 2015). Available at: <https://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=16394> (accessed 29.11.2018).
 18. Main Provisions and Benefits of the Geneva Act of the Lisbon Agreement (2015). Available at: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_lisbon_flyer.pdf (accessed 29.11.2018). (In Eng.).
 19. Burstall Ruth, Clark Birgit. Blockchain, IP and the Fashion Industry. *Managing Intellectual Property*. March 23, 2017. Available at: <http://www.managingip.com/Article/3667444/Blockchain-IP-and-the-fashion-industry.html> (accessed 30.05.2017). (In Eng.).
 20. Kumar Sujit, Srivastava Seweta. The Legal Status of Geographical Indications in India. *Bioved*. 2017. Issue 28 (1). Pp. 43–56. Available at: https://www.researchgate.net/publication/315696865_The_legal_status_of_geographical_indications_in_India (accessed 29.11.2018). (In Eng.).
 21. The Lisbon System: International Protection for Identifiers of Typical Products from a Defined Geographical Area. Available at: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/geographical/942/wipo_pub_942.pdf (accessed 29.11.2018). (In Eng.).
 22. The Role of Intellectual Property, in Particular, Trademarks and Geographical Indications, in Creating, Developing and Strengthening a Nation Brand. Version One. Prepared by the Division for Certain Countries in Europe and Asia. Available at: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_transition_4.pdf (accessed 29.11.2018). (In Eng.).
 23. Tosato Andrea. The Protection of Traditional Foods in the EU: Traditional Specialities Guaranteed. *European Law Journal*. 2013. Issue 19 (4). Pp. 545–576. Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/eulj.12040> (accessed 29.11.2018). (In Eng.). DOI: 10.1111/eulj.12040.