

*С.А. Горленко,  
к.ю.н., главный научный сотрудник  
отдела правового обеспечения качества  
предоставления государственных услуг,  
ФИПС*

## **НАИМЕНОВАНИЕ МЕСТА ПРОИСХОЖДЕНИЯ ТОВАРА – ОДИН ИЗ МЕХАНИЗМОВ УСПЕШНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ТРАДИЦИОННЫХ ТОВАРОВ**

В современных условиях экономического развития России возрастает значение средств индивидуализации, сопровождающих товары в гражданском обороте. Одним из таких средств является наименование места происхождения товара (далее – НМПТ).

Повышение интереса к НМПТ связано с преодолением трудностей в решении комплекса задач по развитию производства и сбыту товаров в условиях жесточайшей конкуренции, создаваемой перенасыщением отечественного рынка импортными товарами.

Кроме того, необходимость использования НМПТ возникает в условиях увеличения возможностей для выхода отечественных изготовителей на зарубежные рынки после вступления России в ВТО.

Сложившаяся ситуация диктует необходимость кардинального изменения ориентиров в деятельности предприятий. На передний план выдвигаются не только вопросы о расширении ассортимента продукции, установлении постоянного контроля за ее качеством и сохранением особых свойств, но и о маркировке продукции, с использованием средств индивидуализации, включающих НМПТ, а также обеспечении их правовой охраны и надежной защиты.

В Российской Федерации уже более 20 лет действует законодательство, позволяющее предоставлять правовую охрану НМПТ. В настоящее время нормы, регулирующие правоотношения, связанные с данным объектом, содержатся в части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс).

Кодекс не определяет перечень товаров, в отношении которых могут быть зарегистрированы НМПТ. Это могут быть сельскохозяйственные и продовольственные товары, вина, спиртные напитки, минеральная вода, изделия народных художественных промыслов и т.д.

В настоящее время в Российской Федерации зарегистрировано 130 НМПТ. Исключительно право использования этими НМПТ предоставлено 301 производителю.

К традиционным товарам могут быть отнесены 45 регистраций, охватывающих как сельскохозяйственные, так и не сельскохозяйственные товары, производимые отечественными изготовителями. Эти регистрации предназначены для изделий народных художественных промыслов (31 регистрация), сельскохозяйственных и продовольственных товаров (10 регистраций), вин и спиртных напитков (4 регистрации). В их числе «Вологодское кружево», «Хохлома», «Оренбургский пуховый платок», «Тульский самовар», «Можайское молоко», «Жостово», «Гжель», «Воронежский хлеб», «Стародубский сыр», «Тульский пряник», «Русская водка», «Абрау–Дюрсо».

Кодекс устанавливает одинаковые условия для предоставления охраны НМПТ вне зависимости от товаров, для которых они предназначены.

Определение, содержащееся в статье 1516 Кодекса, свидетельствует о правовом феномене НМПТ, заключающемся в том, что сопровождаемый им товар всегда обладает особыми свойствами, обусловленными географической средой места его происхождения. Это делает данный объект чрезвычайно ценным, всегда гарантирующим потребителю, что приобретаемый им товар своего рода единственный, иногда не имеющий себе равного.

Исходя из этого в обеспечении правовой охраны НМПТ должны быть заинтересованы не только изготовители товаров, но и государство в целом, в том числе через привлечение к этому процессу регионов.

В значительной степени это относится к традиционным товарам, особые свойства которых сформировались в течение длительного периода времени под воздействием не только природных условий конкретной местности, в границах которой изготовлен товар, но и в результате влияния людских факторов, включающих этнографические особенности, традиции, навыки, секреты и культуру производства, передаваемые из поколения в поколение.

НМПТ, сопровождающие традиционные товары, индивидуализирующие изделия, которые могут быть отнесены к объектам материальной и духовной культуры, имеют не только экономическое, но и социальное значение.

Кроме того, для Российской Федерации, являющейся многонациональным государством, такие НМПТ приобретают даже политическое значение, поскольку предназначены для товаров, возникновение и изготовление которых отражает историю народов и национальностей, населяющих Россию, и способствуют сохранению и развитию их самобытной и неповторимой культуры.

Примерами таких НМПТ являются «Адыгейский сыр», «Башкирский мед», «Астраханский арбуз», «Дербент», «Дагестан», «Бурзянский бортевой мед».

До настоящего времени многие руководители регионов все еще недооценивают то, что с помощью НМПТ, представляющих собой наименования региона, городского или сельского поселения, местности на его территории, можно привлечь к регионам внимание общественности.

Проявление интереса к региону способно влиять на создание благоприятных экономических, правовых и организационных условий, которые могут привести к увеличению инвестиций, направленных на развитие предпринимательства, малого и среднего бизнеса, к вложению средств в развертывание туризма на его территории.

Примером современного понимания значения НМПТ как одного из механизмов в развитии производства и успешной реализации продукции является деятельность Администрации Вологодской области. При ее активном участии были зарегистрированы в качестве НМПТ обозначения «Вологодское масло», «Вологодское кружево», «Великоустюжское чернение по серебру», «Вологодская минеральная вода». Особая активность была проявлена руководством региона при осуществлении совместно с Роспатентом комплекса работ по обеспечению правовой охраны и защиты НМПТ «Вологодское масло», известность которого в последние годы вышла за пределы Российской Федерации.

Следует отметить, что потенциальные возможности для осуществления работ в области НМПТ, в том числе в регионах, безграничны. Они могут охватывать массу широко известных, до настоящего времени не зарегистрированных как НМПТ, обозначений, таких как «Каргопольская глиняная игрушка», «Беломорские узоры» (роспись по дереву), «Палех» (лаковая миниатюра), «Дымковская игрушка», «Холмогорская резьба по кости», «Кубачи», «Донское игристое», «Цимлянское игристое» и многие другие.

Определенные перспективы в развитии заинтересованности предприятий, потребителей, регионов и государства в целом к НМПТ вселяет обсуждение в последнее время на разных уровнях вопросов о средствах индивидуализации.

В ходе поездки Председателя Правительства Российской Федерации в Южный федеральный округ в мае 2011 г. производители традиционных продуктов, на которых используются наименования географических объектов, подняли вопрос об оказании им помощи в продвижении таких продуктов на зарубежные рынки.

Другой пример связан с заданием Правительства Российской Федерации заинтересованным федеральным органом исполнительной власти о подготовке Комплекса

мер по внедрению «бренда» качественной продовольственной продукции, производимой на территории Северо-Кавказского федерального округа.

В предложениях Роспатента по данному документу было акцентировано внимание на выявлении соответствующих обозначений, которые могут быть зарегистрированы, в частности, в качестве НМПТ.

Свидетельством заинтересованности изготовителей продукции к ее сопровождению на рынке является также проведение в мае 2013 г. в Государственной Думе круглого стола по проблематике развития пчеловодства. В принятой на нем Резолюции был поставлен вопрос о разработке Национальной ассоциацией пчеловодов и переработчиков продуктов пчеловодства ряда методик, в том числе по регистрации НМПТ.