

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ КАК ОБЪЕКТЫ ПРАВА ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современном мире особый интерес представляет право промышленной собственности. С одной стороны, его относят к интеллектуальной сфере, с другой – оно регулируется гражданским законодательством.

Одними из основных объектов здесь являются **географические указания** – средства индивидуализации товара, которые идентифицирует его как происходящего с определенной территории, где качество, репутация или иные характеристики в значительной степени обусловлены его происхождением (т.е. название страны).

Частным случаем географических указаний считается ***наименование места происхождения товара (НМПТ)*** – это обозначение, которое представляет собой либо содержит наименование географического объекта или производное от него обозначение. Разница между этими понятиями состоит в том, что НМПТ предполагает нахождение источника сырья и обработки продукта в одном месте, что не всегда выполняется для географического указания в целом.

В современном мире, в т.ч. Республике Беларусь, существуют также родовые понятия – это слова, вошедшие во всеобщее употребление и не подлежащие регистрации (например, «боржоми», «шампанское», «камамбер»).

Для защиты своих прав производители товаров могут официально зарегистрировать географическое указание, но только в части НМПТ, т.к. название государства не патентуется. Здесь необходимо подать заявку в Национальный центр интеллектуальной собственности Беларуси, собрать необходимые документы, заплатить пошлину и получить патент на 10 лет с неограниченным правом продления и прекращения действия. Далее в реестр вносится запись о предоставлении права пользования географическим указанием, а сведения о товаре публикуются для всеобщего доступа, в т.ч. в сети Интернет.

Иностранные географические указания могут быть зарегистрированы в нашей стране, если они охраняются, в первую очередь, в государстве происхождения товара. По аналогии белорусские производители также могут зарегистрировать свои географические указания за пределами страны. Они помещаются на этикетке или упаковке. Возле географического указания может проставляться предупредительная маркировка в виде: латинской буквы «R» или словесного обозначения «зарегистрированный товарный знак».

Таким образом, географические указания наделяют товар особыми ценностными характеристиками, что позволяет узнать его среди однородных товаров. В свою очередь, изготовитель такой продукции использует эти данные для извлечения прибыли, создания репутации государства, идентификации его самобытности.