



УГОДА ПРО АСОЦІАЦІЮ З ЄС: НАСЛІДКИ ДЛЯ ІНСТИТУТУ ГЕОГРАФІЧНИХ ЗАЗНАЧЕНЬ В УКРАЇНІ

Геннадій Андрощук,
*завідувач лабораторії правового забезпечення розвитку
науки і технологій НДІ інтелектуальної власності
НАПрН України, кандидат економічних наук, доцент*

У здійснено дається аналіз положень Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, що стосуються інституту географічних зазначень: їхнє правове й економічне значення, негативні тенденції, економічні наслідки та шляхи подолання. Дослідження не обмежується тільки текстом Угоди, а зачіпає також історію її підготування та переговорного процесу. Значна увага приділяється перспективам захисту європейських географічних зазначень в Україні та українських — у Європі. Через призму положень Угоди про асоціацію в статті висвітлюється сучасний стан правової охорони географічних зазначень в Україні й окреслюється коло можливих проблем. При виборенні рекомендацій щодо подолання проблем у статті використано іноземний досвід імплементації аналогічних Угоді норм, зокрема в Молдові.

Ключові слова: географічні зазначення, видова назва, негативні наслідки, обсяг охорони

Постановка проблеми. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії та їхніми державами-членами, з другої сторони [1] (надалі — Угода) надто політизований документ, аби бути простим предметом аналізу. Втім, досліджуючи питання інституту географічних зазначень і його розвитку в Україні, цю проблему неможливо обійти. Укладаючи Угоду, Україна взяла на себе зобов'язання провести ґрунтовні реформи в основних галузях економіки, що так або так вплине на всіх товаровиробників і споживачів продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Угода породила численну кіль-

кість публікацій інформаційно-агітаційного характеру, що визначаються низькою якістю аналітики та спрямовані, насамперед, на маніпулювання думкою громадськості щодо вибору політичного вектору Української держави. Що ж стосується інституту географічних зазначень, то більшість публікацій зводиться до констатації необхідності майбутньої зміни назв своїх товарів українськими виробни-

Артем Афян,
*здобувач НДІ приватного права і підприємництва
ім. академіка Ф. Г. Бурчака НАПрН України*





ками, без аналізу причин, стану справ і тенденцій.

Метою статті є аналіз положень Угоди, які певним чином стосуються інституту географічних зазначень, виявлення негативних тенденцій, наслідків і шляхів їх подолання.

Основи двостороннього співробітництва. В основному тексті питанню географічних зазначень присвячено нечисленні процедурні норми. Безпосередньо географічним зазначенням присвячено підрозділ 3 Угоди (статті 201–211). Квінтесенція співробітництва у сфері географічних зазначень визначена ст. 202 Угоди, де закріплено, що географічним зазначенням однієї сторони надається охорона іншою стороною відповідно до положень цієї Угоди за умови, що на них поширюється законодавство, яке зазначене у ст. 202 цієї Угоди [1]. Фактично, всі інші норми цього підрозділу розкривають, як саме визначатимуться такі географічні зазначення та який обсяг охорони їм надаватиметься.

Згідно з Угодою сторони домовилися про можливість доповнення новими географічними зазначеннями, що охороняються, Додатків ХХІІ-С та ХХІІ-Д до цієї Угоди згідно зі ст. 211 (3) після завершення процедури заперечення та після розгляду географічних зазначень, як передбачено ст. 202 (3) та (4) цієї Угоди, що задовольнить обидві сторони.

Порівняно з українським законодавством, Угодою дано розширене тлумачення обсягу охорони географічних зазначень. Так, відповідно до ст. 204 Угоди географічні зазначення, наведені в Додатках ХХІІ-С і ХХІІ-Д до цієї Угоди [2], зокрема ті, що додаються відповідно до ст. 203 Угоди, охороняються від:

а) будь-якого прямого чи опосередкованого комерційного використання назви, що охороняється, для подібних продуктів, які не відповідають специфікації продукту під назвою, що охороняється, або коли таке використан-

ня зловживає репутацією географічного зазначення;

б) будь-якого неправомірного використання, імітування чи втілення, навіть якщо зазначається справжнє походження продукту або якщо назва, що охороняється, перекладається, викладається у транскрипції або транслітерації чи супроводжується таким виразом, як «*стиль*», «*тип*», «*спосіб*», «*який вироблений у*», «*імітація*», «*смак*», «*подібний*» тощо;

с) будь-якого іншого хибного або оманливого зазначення щодо джерела, походження, характеру або суттєвих якостей продукту на внутрішньому чи зовнішньому упакуванні, рекламних матеріалах або документах, які стосуються відповідного продукту, а також упакування продукту в тару, яка може викликати хибне уявлення щодо його походження;

д) будь-якого іншого застосування, котре може ввести в оману споживача щодо дійсного походження продукту. Закон України «Про охорону прав на зазначення походження товарів» у ч. 3 ст. 23 визначив обсяг прав через визначення порушень прав на зазначення походження товарів. Їх визначено, як і в Угоді, чотири:

i) використання зареєстрованого кваліфікованого зазначення походження товару особою, яка не має свідоцтва про реєстрацію права на його використання;

ii) використання зареєстрованого зазначення географічного походження товару, якщо цей товар не походить із зареєстрованого для цього зазначення географічного місця, навіть якщо справжнє місце походження товару або географічне зазначення його походження використовується в перекладі або супроводжується словами: «*вид*», «*тип*», «*стиль*», «*марка*», «*імітація*» тощо;

iii) використання зареєстрованого кваліфікованого зазначення походження товару чи подібного до нього позначення для відмінних від описаних у



ЗАСОБИ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ

Реєстрі однорідних товарів, якщо таке використання вводить в оману споживачів щодо походження товару та його особливих властивостей або інших характеристик, а також для неоднорідних товарів, якщо таке використання завдає шкоди репутації зареєстрованого зазначення чи є неправомірним використанням його репутації;

іііі) використання зареєстрованого кваліфікованого зазначення походження товару як видової назви.

Як бачимо із зіставлення, пункти с) та d) Угоди поширюють обсяг охорони на будь-які позначення на товарах.

Окремої уваги заслуговує вирішення питання захисту схожих (омонімічних) назв. Згідно з ч. 3 ст. 204 Угоди, якщо географічні зазначення повністю або частково є омонімічними, охорона надається кожному зазначенню за умови, що вона використовується добросовісно та з належним урахуванням місцевого і традиційного використання, а також реального ризику виникнення плутанини [1]. Без шкоди для ст. 23 Угоди TRIPS сторони взаємно вирішують практичні умови використання, згідно з якими омонімічні географічні зазначення будуть відрізнятися одне від одного, беручи до уваги необхідність забезпечення справедливого поводження із заінтересованими виробниками й те, що споживачі не вводяться в оману. Омонімічна назва, яка викликає у споживача хибне враження, що продукти походять з іншої території, не UA/EU/ua 143 реєструється, навіть якщо назва є точною, коли йдеться про дійсну територію, регіон або місце походження цього продукту. Якщо сторона в контексті переговорів з третіми країнами пропонує охороняти географічне зазначення третьої країни та назва є омонімічною з географічним зазначенням іншої сторони, остання повинна бути повідомлена та мати можливість висловити свою думку перед тим, як назва стане охоронятися. Це положення могло би відкрити дискусію щодо продовження

використання кириличного варіанту багатьох назв продуктів, назви яких пов'язані з певним регіоном, але в Україні сприймаються більшою мірою як видові назви, наприклад шампанське. Однак, з подальшого тексту Угоди, що буде проаналізовано нижче, ця можливість лишається виключно до географічних зазначень, які будуть зареєстровані в майбутньому, або з інших причин не увійшли до охоронюваного переліку.

Як бачимо, передбачені Угодою процедури є вельми суворими щодо товарів, неправомірно маркованих географічними зазначеннями, при чому коло можливих правопорушень значно розширюється, що практично унеможливує зловживання правами на географічні зазначення. Вилучення партій товару, неправомірно маркованих, імовірно стануть однією з перших ознак застосування Угоди в Україні.

Взаємозв'язок географічних зазначень з іншими об'єктами інтелектуальної власності. Проблема співвідношення географічних зазначень з іншими об'єктами інтелектуальної власності є надзвичайно складною, позаяк за допомогою суміжних позначень можна досягти ефекту упізнання товару та/чи введення споживача в оману щодо його властивостей. Отож це питання не оминули в Угоді. Так, у ч. 2 ст. 203 Угоди визначено, що від сторони не можна вимагати охороняти як географічне зазначення назву, що суперечить назві сорту рослини чи породи тварини та, як наслідок, може вводити в оману споживача щодо справжнього походження продукту [1]. Утім найближчому об'єкту інтелектуальної власності — торговельній марці — в Угоді присвячено окрему ст. 206. У ній визначено, що сторони відмовляють у реєстрації чи визнають недійсною торговельну марку, що відповідає будь-якій із ситуацій, котрі згадуються у ст. 204 (1) цієї Угоди, стосовно географічного зазначення, що охороняється, для подібних про-



дуктів, за умови, що заявка на реєстрацію торговельної марки подається після дати подання заявки про реєстрацію географічного зазначення на відповідній території. Для географічних зазначень, які згадуються у ст. 202 Угоди, датою подання заявки про реєстрацію є дата набрання чинності цією Угодою. Для географічних зазначень, які згадуються в ст. 203 Угоди, датою подання заявки про реєстрацію є дата передачі іншій стороні клопотання про охорону географічного зазначення. Сторони не зобов'язуються охороняти географічне зазначення згідно зі ст. 203 Угоди, якщо у світлі тієї, що гарно себе зарекомендувала, чи добре відомої торговельної марки охорона може ввести в оману споживачів щодо справжньої сутності продукту.

Без шкоди для п. 4 ст. 203 Угоди сторони охороняють географічні зазначення також, коли існує попередня торговельна марка. Попередня торговельна марка означає торговельну марку, використання якої відповідає одній із ситуацій, що згадуються в ст. 204 (1) Угоди, яку було заявлено або зареєстровано чи введено шляхом використання, якщо така можливість передбачена відповідним законодавством, на території однієї зі Сторін до дати, на яку заявка про охорону географічного зазначення передається іншій стороні згідно з цією Угодою.

Продовження використання та поновлення такої торговельної марки може здійснюватися, незважаючи на охорону географічного зазначення за умови, що в законодавстві сторін щодо торговельних марок не існує підстав для визнання марки недійсною або її анулювання. Положення ст. 206 Угоди підкріплені пов'язаними нормами. Так, у ст. 193 Угоди міститься положення про неможливість реєстрації торговельної марки, що вводить споживача в оману щодо географічного походження товару або послуги. Неможливість власнику торговельної марки забороняти її використання у випадку зазначен-

ня даних, які вказують на географічне походження товарів або послуг, закріплена у ст. 196 Угоди. А ст. 198 Угоди, відповідно, визначає введення торговельною маркою споживача в оману щодо географічного походження товару чи послуги як підставу для анулювання торговельної марки.

Підкомітет з географічних зазначень. Статтею 211 Угоди передбачається створення Підкомітету з географічних зазначень [1]. Підкомітет з питань географічних зазначень складатиметься з представників України та ЄС.

Серед особливостей діяльності Підкомітету варто зауважити те, що ним будуть визначені власні правила та процедури. Однак, Угодою передбачено прийняття рішень на основі консенсусу.

До функцій Підкомітету, зокрема, віднесено внесення змін до додатків Угоди, якими визначається перелік охоронюваних географічних зазначень, а також обмін інформацією стосовно розвитку законодавства та політики щодо географічних зазначень і будь-якого іншого питання, що становить взаємний інтерес у сфері географічних зазначень та обмін інформацією стосовно географічних зазначень для цілей визнання їх охорони відповідно до Угоди.

Підкомітет не замінюватиме національних процедур реєстрації та охорони географічних зазначень, утім він може стати вагомим інструментом для вдосконалення механізмів Угоди, з метою захисту інтересів українських товаровиробників.

Водночас, як видно з аналізу, низка норм щодо охорони географічних зазначень (а також окремий перелік географічних зазначень) закріплені не в додатках, а власне в тексті самої Угоди. Це означає, що питання їхнього захисту не можуть бути предметом діалогу.

Як можна побачити з наведеного вище аналізу, норми Угоди щодо географічних зазначень є вельми логічними та паритетними. Жодна з цих



ЗАСОБИ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ

норм не дає підстав для висновків про невідповідність або нерівність України та ЄС у відносинах, складовою частиною яких є географічні зазначення. Втім аналіз найбільш конкретних положень виявляє підстави для скепсису щодо Угоди та дає підстави передбачати негативні наслідки для українського ринку.

Захист європейських географічних зазначень в Україні. Статтею 208 Угоди передбачено тимчасові заходи щодо географічних зазначень. Зокрема, продукти, що вироблені та марковані згідно з національним законодавством до того, як ця Угода набрала чинності, але які не відповідають вимогам цієї Угоди, можуть продаватися доти, доки не закінчаться на складі. Продукти, що вироблені та марковані згідно з національним законодавством географічними зазначеннями, переліченими нижче в пп. 3 та 4 ст. 208 Угоди, після того, як ця Угода набрала чинності, та до закінчення періодів, зазначених в пп. 3 та 4 цієї статті, але які не відповідають вимогам цієї Угоди, можуть продаватися на території сторони, з якої походить продукт доти, доки не закінчаться на складі.

Для 10-річного перехідного періоду з дати набрання чинності цією Угодою охорона відповідно до цієї Угоди таких географічних зазначень ЄС не припиняє використання цих географічних зазначень для позначення та презентації визначених таких продуктів, що походять з України: а) Champagne, б) Cognac, в) Madera, д) Porto, е) Jerez/Xérès/Sherry, ф) Calvados, г) Grappa, h) Anis Português, і) Armagnac, j) Marsala, к) Malaga, л) Tokaj.

Для 7-річного перехідного періоду з дати набрання чинності цією Угодою охорона відповідно до цієї Угоди таких географічних зазначень ЄС не припиняє використання цих географічних зазначень для позначення та презентації визначених продуктів, які походять з України: а) Parmigiano Reggiano, б) Roquefort, в) Feta.

Як бачимо, Угодою встановлено вельми лояльні строки для припинення використання цих, найбільш вживаних в Україні позначень.

Утім, одразу варто зазначити, що винятки є лише з боку ЄС. Це яскраво демонструє незрівняну питому вагу товарів, маркованих географічними зазначеннями сторони-контрагента за Угодою на ринках. В Україні немає таких позначень, які б вже використовувалися на території ЄС та охорона яких була б помітною для європейських товаровиробників. Україна могла б також ініціювати внесення винятків, однак це стало неможливим з огляду на нормотворчу техніку Угоди з української сторони, про що буде написано нижче.

Аналіз положень про перехідний період приводить до висновку, що Україні слід невідкладно розпочати роботу із підготовки до захисту таких зазначень, оскільки органи Антимонопольного комітету України (далі — АМКУ) та суди почасти не володіють належними знаннями для здійснення захисту географічних позначень і не завжди можуть визначити відповідний засіб індивідуалізації. Це яскраво продемонстровано у справі про притягнення до відповідальності за позначення «сандвіч-сир з пармезаном», яке використовувало ПАТ «Звенигородський сироробний завод». АМКУ постановив визнати дії ПАТ «Звенигородський сироробний завод» порушенням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченим ст. 15-1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману. Рішенням Тимчасової адміністративної колегії АМКУ від 29.03.2012 року № 3-р/тк у справі № 2/20-03-12 на порушника було накладено досить значний штраф у розмірі 1 млн грн [3, 6]. Не погоджуючись з вказаним Рішенням АМКУ, ПАТ «Звенигородський сироробний завод» звернулося до Госпо-



дарського суду міста Києва з позовом до АМКУ про визнання рішення повністю недійсним. Господарський суд м. Києва, який розглядав цю справу (28.08.2012 року № 5011-72/8236-2012), прийняв рішення, яким відмовив ПАТ «Звенигородський сироробний завод» у задоволенні вимог в повному обсязі. Рішення АМКУ та суду були мотивовані тим, що у складі сиру був відсутній пармезан, а тому це позначення було визнане оманливим. Водночас, ані органи АМКУ, ні судові органи не звернули увагу на те, що пармезан — це зазначення походження товару [4, 5], яке охороняється в Україні. Органам АМКУ необхідно було зробити відповідний припис щодо заборони виробникам смакоароматичної суміші «Сир пармезан» її подальшого випуску та використання [6].

Другим важливим моментом згаданих положень є те, що більшість зазначень, приведених у ст. 208 Угоди є такими, що вже давно сприймаються українським споживачем і ринком як видові. Цей висновок можна зробити через наявність в Україні відповідним чином маркованих товарів, виробники яких не тільки не приховують їх українське походження, а й підкреслюють його. Найяскравішим прикладом є «Советское шампанское» (бренд, широко відомий з радянських часів), численна кількість коньяків тощо. На ринку сирів, позначення «фета» давно позначає особливий вид сиру, а не регіон його виробництва. Однак, згідно з ч. 2 ст. 204 Угоди, географічні зазначення, що охороняються, не стають родовими на територіях сторін. Це означає, що після спливу терміну охорони, а для інших позначень — відразу після ратифікації Угоди, виробникам доведеться відшукувати інші позначення, які зможуть пов'язати у споживача товар з відповідними властивостями. А це неминуче означає втрату частини ринку.

Окремо варто зазначити, що в Угоді не передбачається надання рані-

ше обумовлених під час переговорів компенсацій або технічної допомоги виробникам виноробної продукції України в разі відмови від вживання географічних зазначень у назвах українських вин і коньяків. Відмова від вживання географічних зазначень країн Європи в назвах вітчизняної виноробної продукції може призвести до стагнації виноградно-виноробної галузі країни. З метою вирішення цієї проблеми на міжнародному міжгалузевому рівні представниками галузі протягом 2010–2011 років було проведено зустрічі та переговори з представниками виноградно-виноробної галузі країн Європи, зокрема Європейського комітету виробників вин (CEEV), Європейської організації алкогольних напоїв (CEPS), Федерації вина та алкогольних напоїв Франції (FEVS), Міжпрофесійного комітету виробників вин Шампані (CIVC) та Національного міжпрофесійного бюро Коньяку (BNIC). Наслідком переговорного процесу став узгоджений і підписаний 19.05.2011 року протокол зустрічі представників виноробної промисловості України та ЄС. У цьому документі було, зокрема, визначено, що «...Під час обговорення представники промисловості ЄС визнали історичну спадщину, культурні традиції української виноробної промисловості і погодилися, що на сучасному етапі Україна може використовувати кириличні транслітерації деяких чутливих географічних зазначень ЄС (зокрема «Херес» (Херес, Jerez/Shegry/Xerez), «Порто» (Порто, Porto), «Мадера» (Мадейра, Madeira), «Кагор» (Кагор, Cahors), «Коньяк» (Коньяк, Cognac) та «Шампанське» (Шампань, Champaigne) на внутрішньому ринку в межах міжнародного права...». Однак у Додатку ХХП-А «Географічні зазначення — законодавство сторін та елементи реєстрації і контролю» до Угоди залишилася лише спільна декларація щодо назви «Кагор», яку Україна може продовжувати вживати на власній території для



українських кріплених вин, вироблених відповідно до основних вимог.

Право української сторони на використання назв, щодо яких Угодою встановлено перехідний період, впливає з ст. 24, §§ 4 та 6 Угоди TRIPS. Це закріплено також у законодавстві України. Відповідно до положень Угоди TRIPS про «дідівське право» (*grandfather law*) країни, що виробляли продукцію до 1994 року, мають право продовжувати виробляти її на своїй території. Тож згідно з міжнародною практикою і внутрішнім законодавством, Україна могла б зберегти використання назв для продукції, що реалізується на внутрішньому ринку. Адже закарпатський коньяк випускається з 1962 року, марочний закарпатський коньяк «Карпати» виготовляють з 1970 року, радгосп-завод «Таврія» працює з 1965 року.

Європейські фахівці у сфері інтелектуальної власності скрупульозно підійшли до переговорного процесу. Проте цього не можна сказати про українських переговорників.

Утім, уряд України має змогу значно зменшити негативні наслідки для української економіки. Для цього потрібно рекомендувати Державній службі інтелектуальної власності України ініціювати громадські обговорення з залученням виробників товарів, щодо яких застосовується перехідний період. Метою обговорення має стати вивчення зарубіжного досвіду та вироблення назв-замінників для товарів, які підпадають під перехідний період. Якщо такі рекомендації будуть прийняті ринком, то навіть за 6 років поступового введення в обіг нових назв (якщо відвести 1 рік на громадське обговорення), український сегмент ринку продовольчих товарів не зазнає відчутного стресу від значного скорочення товарів, позначених добре відомими зазначеннями. При цьому варто усвідомлювати, що положення Угоди мають протекціоністський характер, однак не дискримінаційний.

Захист українських географічних зазначень у ЄС. Якщо у ст. 208 Угоди наведено тільки найбільш поширені позначення, то перелік охоронюваних позначень закріплено у додатку XXII Угоди [2]. З боку України ця частина Угоди про асоціацію між Україною та ЄС має низку недоліків. Першим впадає в око той факт, що проти більш як 200 сторінок із переліком європейських географічних зазначень, Україна згадує про 2 географічних зазначення українських вин: «Сонячна Долина» та «Новий Світ». Це навіть менше від офіційно зареєстрованих як географічних зазначень назв вина. Зокрема, до охоронюваного переліку, без видимих причин, не увійшли такі вже зареєстровані позначення: «Таврія», «Магарач», «Меганом», «Золота Балка», «Балаклава». Серед зареєстрованих об'єктів також не увійшли до тексту Угоди мінеральні води «Миргородська», «Східницька», «Царичанська», «Збручанська», «Ессентуки», «Нагутская», «Славяновская». Водночас, як наслідок тривалої хибної політики національного патентного відомства, десятки зазначень походження товарів ще раніше було зареєстровано як словесні чи комбіновані торговельні марки. Так кількість зареєстрованих знаків для товарів і послуг, пов'язаних зі згаданими назвами мінеральних вод, становить понад 80 реєстрацій. Це, зокрема, «Миргородська» — 31 знак для товарів і послуг, «Ессентуки» — 3, «Славяновская» — 1, «Поляна квасова» — 8, «Царичанська» — 2, «Менська остреч» — 2, «Трускавецька» — 34 знаки для товарів і послуг [7]. Деякі з них навіть внесені до відповідних Державних стандартів України. Торгових марок «Нафтуса» зареєстровано вже декілька, на ім'я виробників, які не мають жодного стосунку до трускавецької «Нафтусі». А «Миргородська», «Новий Світ» та «Магарач» є одночасно зазначеннями походження то-



варів, знаками для товарів і послуг та добре відомими знаками.

Неконтрольоване використання цих позначень призводить до розмивання, появи підробок, втрати репутації, довіри до цього унікального національного надбання. Адже географічні зазначення слугують захистом нематеріальних цінностей, таких як ринкова диференціація, репутація і стандарти якості. Вони також є носіями культурної ідентичності нації, регіону, держави. Зростання економічного значення цих об'єктів промислової власності, колізія норм законів спричинили негативні тенденції, значну кількість конфліктів між виробниками, прояви недобросовісної конкуренції, введення в оману споживачів, зловживання правом, розгляд спорів в АМКУ та судові позови [8]. Неодноразові й винесені судові рішення.

Водночас такі відомі зазначення як банош, бойківський сир, петриківський розпис, опішнянська кераміка, хустські ліжники, барановичський і коростенський фарфор, житомирський граніт, донецьке коксуюче вугілля, рахівська бринза, херсонські кавуни, полтавські галушки, полтавські пампушки, ніжинські огірки, мелітопольська черешня, ялтинська цибуля, яготинське масло, котлета по-київськи, торт «Київський», хлібний квас «Полтавський», кисломолочний продукт «Колотуха» (у народі його називають «Колотуша»), маслянка, повидло «Денештове» (походить від сорту яблука «Денешта») та багато інших і досі не мають правової охорони. Україна багата регіонами, природні фактори яких формують особливі властивості товарів. Вони формують групу так званих «природних назв» місць походження товарів. Це, зокрема, назви деяких мінералів, мінеральних вод, лікарських трав тощо. Наприклад, «донецьке вугілля», «волинські топази», води «Миргородська», «Куяльник». Географічні зазначення можуть і повинні стати ефективним

інструментом комерціалізації національних культурних надбань, що дасть поштовх до розвитку певних секторів економіки. Наприклад, продажі легендарної грузинської «Боржомі» забезпечують майже 10 % ВВП Грузії! Це саме той випадок, коли мінеральна вода стає не лише частиною історії, символом, брендом країни, але й стратегічним ресурсом [7].

Частина географічних назв, які зазначені в Угоді про асоціацію між Україною та ЄС з боку України, взагалі не несуть в собі ознак географічного зазначення. Прикладом, серед географічних назв, які мусить поважати країни-члени ЄС, міститься назва «Ірпінь». Навряд чи можна назвати будь-який товар, який мав би настільки міцний зв'язок із цим містом, щоби претендувати на захист у межах географічного зазначення. На думку спадає лише Ірпінська податкова академія. Однак ареал її слави та сфера не дозволяють припускати наявність бодай якихось ризиків щодо імітації цієї назви у країнах-членах ЄС. Українське суперечливим видається зазначення тільки двох загальних назв («мед» та «кава») і вирізнення вина «кагор» у спільній декларації. Вітчизняні чиновники, відповідальні за складання української частини Угоди залишили за Україною також такі «видатні» географічні позначення, як Бурдей, Пила, Баба-Даг, Їжаківка тощо. Усе це видається анекдотичним, якщо не звертати уваги на значні економічні втрати для держави від такого легкового підходу до інституту географічних зазначень.

Серед прогнозованих наслідків Угоди варто згадати те, що в Україні проявляться та вплинуть на окремі ринки приховані до того проблеми у системі захисту географічних зазначень. Можна виокремити дві передумови для розвитку песимістичного сценарію в цій сфері. По-перше, це пасивність товаровиробників та бездіяльність відповідних органів держав-



ної влади, що має наслідком мізерну кількість зареєстрованих географічних зазначень. На сьогодні в базі даних «Відомості про зареєстровані в Україні кваліфіковані зазначення походження товарів» відповідним чином зареєстровано лише 20 зазначень! [9]. По-друге, варто зауважити недоліки експертизи при реєстрації географічних зазначень, що дозволило, зокрема, зареєструвати в Україні таке позначення, як «Русская водка». Це позначення вже давно стало видовою назвою, тому що ще за часів СРСР виробництво цього продукту визначалося технічними стандартами та не мало жодної територіальної прив'язки (випуск горілки з єдиною етикеткою і під єдиною назвою «Русская» на лікеро-горілчаных заводах СРСР розпочався ще в 1968 році). Конкретного географічного місця або підприємства-виробника горілки «Русская» не було. Тому головну функцію зазначення походження це позначення тривалий час не виконує. Воно практично втратило розрізняльну здатність і не асоціюється у споживача з конкретною місцевістю чи виробником [10].

Іноземний досвід адаптації. Після Грузії, Молдова стала другою державою на пострадянському просторі, що підписала такий документ. На підставі Угоди про асоціацію Молдови і ЄС Молдова захищає понад 3200 назв харчових продуктів, вин і спиртних напоїв з країн ЄС. Влада Молдови пройшла значний шлях з гармонізації вітчизняної системи географічних зазначень з ЄС. Так, товар під назвою «DIVIN» з липня 2013 року, коли було прийнято рішення про надання йому цього статусу, допоможе користувачам визначитися не лише з географічною вказівкою, але й ознайомитися із затвердженими технічними вимогами до напою. Усі виробники повинні дотримуватися затвердженої специфікації, що описана в «зошиті завдань», при реєстрації об'єкта інтелектуальної власності. Товар з такою

вказівкою повинен володіти якостями, характерними для продукції цієї географічної зони. Виробники інших регіонів не мають права використовувати захищену назву. Протягом короткого часу в Молдові була зареєстрована ціла низка географічних зазначень для вин: Stefan Voda, Codru, Valul lui Traian. Усі географічні зазначення при реєстрації отримують охорону на 10 років. Обговорюється можливість продовження терміну дії сертифіката, процедура отримання якого обходиться в 500–600 євро [11].

Українські товаровиробники вже зіткнулися з необхідністю врахування географічних зазначень ЄС у зовнішній торгівлі. Так, наприклад, заради можливості експортувати свій продукт до Європи український виробник перестав називати «Коктебель» коньяком, змінивши його на «бренді».

За даними Інституту економічних та політичних досліджень, опублікованими нещодавно в дослідженні «Економічна складова Угоди про асоціацію між Україною та ЄС: наслідки для бізнесу, населення та державного управління», доведеться змінити найменування більш ніж половини виноробної продукції, що виробляється в Україні [12]. Саме це і стало причиною запровадження 10-річного перехідного періоду. Загалом, перехід підприємств вітчизняної виноробної галузі на нові найменування буде пов'язаний з істотними фінансовими втратами для виробів. За оцінками фахівців, обсяги реалізації українських напоїв відразу впадуть на дві третини. Зменшення виробництва тільки виноробної продукції з географічним найменуванням на 50 % призведе до втрат надходжень до держбюджету близько 400 млн грн на рік за рахунок зменшення акцизних надходжень і ПДВ. Перехід на нові найменування в будь-якому разі буде пов'язаний з істотними фінансовими втратами для виноробної галузі.

Тож цю діяльність потрібно координувати на найвищому державному



рівні. Уряду необхідно негайно прийняти відповідні нормативні акти, налагодити взаємодію між Міністерством економічного розвитку і торгівлі України, Міністерством аграрної політики України, Міністерством культури України, Державним агентством земельних ресурсів України, Міністерством охорони здоров'я України та Державною службою інтелектуальної власності України щодо виявлення видових назв товарів і внесення їх до Переліку видових назв товарів [13], реєстрації географічних зазначень, які використовуються в Україні. У цьому процесі слід передбачити взаємодію на місцях органів державної влади з профільними асоціаціями та громадськістю.

Висновки. Резюмуючи аналіз впливу Угоди про асоціацію України з ЄС потрібно зауважити наявність підґрунтя для євроскептиків, які стверджують, що Угода не захищає інтереси національного товаровиробника [14]. Водночас текст не дозволяє звинуватити партнерів у спеціальних кроках щодо утиску українських товаровиробників. Адже національна частина Угоди сформована українською стороною. Проте аналіз передумов формування української частини Угоди дозволяє ставити питання про неналежний рівень захисту інтересів національних товаровиробників. Підхід України до формування цієї частини Угоди є несистемним та непрофесійним. Тож, відкидаючи нападки про зраду національних інтересів при підписанні Угоди, ми мусимо зазначити, що це стало не спланованим наступом ЄС на інтереси України, а є логічним наслідком відсутності протягом тривалого часу державної політики у сфері охорони інтелектуальної власності, комплексної стратегії захисту національних товаровиробників. Зокрема, при формуванні тексту Угоди не було здійснено належної співпраці з асоціаціями тих товаровиробників, які найбільше використовують географічні позначення:

вина, сиру та мінеральних вод. Технічна частина документу, а саме, перелік географічних назв, які підлягають захисту відповідно до Угоди, демонструє фатальну недосконалість нормотворчої техніки з українського боку. Відсутність єдиної стратегії розвитку інституту географічних зазначень в Україні та відсутність навіть узагальненої інформації про наявні географічні зазначення в Україні та назви, що потенційно можуть стати ними, призвела до того, що, описуючи коло власних інтересів у цій сфері, Україна сформулювала абсолютно безсистемний, нісенітницький перелік.

У нинішньому вигляді Угода стосовно інституту географічних зазначень, означатиме однозначні втрати для українських товаровиробників через необхідність заміни відомих назв товарів на інші. Водночас, цією Угодою вщент знищується потенціал для формування пласту географічних зазначень України, котрі дозволили б українським товаровиробникам отримати бодай якусь користь від існування правової категорії географічних зазначень. З огляду на те, що залежність українського ринку від географічних зазначень не є значною, ці втрати, на фоні інших криз на українських ринках не будуть особливо відчутними. Втім надзвичайну тривогу викликає байдуже ставлення відповідних державних органів до цього важливого інституту інтелектуальної власності та нормотворчий підхід загалом.

Наостанок варто додати, що Угода залишає шляхи до вдосконалення через доопрацювання переліку охоронюваних географічних зазначень у межах спеціального підкомітету. Україні слід невідкладно сформувати Підкомітет з географічних зазначень, як це передбачено Угодою, та розпочати вдосконалення та наповнення переліку географічних зазначень, які будуть виявлені. Втім тепер Україні доведеться докласти багато зусиль, щоб



надолужити втрачене на стадії переговорів. Для досягнення вказаних цілей наша держава має імплементувати відповідні положення права ЄС до свого законодавства, здійснити адміністративні й інституційні реформи, необхідні для виконання Угоди, запро-

вадити ефективну та прозору адміністративну систему. ♦

Список використаних джерел

1. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.kmi.gov.ua/kmi/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmi.gov.ua/kmi/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf).
2. Додаток XXII-D Географічні зазначення вин, ароматизованих вин та алкогольних напоїв, згадані у статтях 202(3) і 202(4) Угоди [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.kmi.gov.ua/docs/EA/Annexes_title_IV/22_Annexes_D.pdf.
3. Звіт про діяльність Харківського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України в 2012 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua/amku/control/kha/uk/publish/article/80391;jsessionid=9C3F9C9158A3B36D8967F669DBE660F9>
4. Андросук Г. Правова охорона географічних зазначень і найменувань місць походження товару за Регламентом ЄС / Г. Андросук // Інтелектуальна власність. — 2003. — № 7. — С. 26–32.
5. Андросук Г. Географічне зазначення: характер прав, існуючі системи охорони та захист / Г. Андросук // Інтелектуальна власність. — 2005. — № 11–12... — 2006. — № 1.
6. Андросук Г.О. «Сендвіч-сир з пармезаном» — без пармезану!? / Г. Андросук // Інтелектуальна власність в Україні — 2013. — № 7 — С. 50–54.
7. Ляшенко С. Охорона прав інтелектуальної власності, які стосуються природних мінеральних вод / С. Ляшенко // Інтелектуальна власність. — 2011. — № 8. — С. 20–27.
8. Науково-практичний коментар до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» : науково-практичне видання / Г. О. Андросук, Т. Б. Бондарев, Н. А. Іваницька, С. В. Шкляр. — К. : Юридична газета, 2013. — 176 с.
9. Відомості про зареєстровані в Україні кваліфіковані зазначення походження товарів [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://sips.gov.ua/ua/kzpt_Uk.
10. Андросук Г. Водка «Русская»: наименование места происхождения, общеизвестный знак или наименование, вошедшее во всеобщее употребление?! / Г. Андросук // Інтелектуальна власність. — 2011. — № 6. — С. 11–19.
11. Коваленко И. Новые географические указания в Молдове [Электронный ресурс] / И Коваленко // Экономическое обозрение. — № 30 (1006). — Режим доступа : <http://logos.press.md/node/37370>.
12. Економічна складова Угоди про асоціацію між Україною та ЄС: наслідки для бізнесу, населення та державного управління [Електронний ресурс] // Інститут економічних досліджень і політичних консультацій. — К. : 2014. —



141 с. — Режим доступу : http://www.ier.com.ua/files//Projects/2013/EU_Ukraine/Economic_red.pdf.

13. Наказ Міністерства освіти України «Про затвердження Положення про Перелік видових назв товарів» від 12.12.2000 року № 583 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0061-01/print>.

14. Евроловушки для Украины. «Бурдей» вместо «Шампанского» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://trueinform.ru/modules.php?name=News&file=print&sid=18199>.

Надійшла до редакції 28.10.2014 року

Андрощук Г., Афан А. Соглашение об ассоциации с ЕС: последствия для института географических указаний в Украине. В статье дается анализ положений Соглашения об ассоциации между Украиной и ЕС, касающиеся института географических указаний: их правовое и экономическое значение, негативные тенденции, экономические последствия и пути преодоления. Исследование не ограничивается исключительно текстом Соглашения, а затрагивает также историю его подготовки и переговорного процесса. Значительное внимание уделяется перспективам защиты европейских географических указаний в Украине и украинских — в Европе. Через призму положений Соглашения об ассоциации в статье освещается существующее положение правовой охраны географических указаний в Украине и определяется круг ожидаемых проблем. При выработке рекомендаций по преодолению проблем в статье использованы зарубежный опыт имплементации аналогичных соглашений, в частности, в Молдове.

Ключевые слова: географические указания, видовое название, негативные последствия, объем охраны

Androschuk H., Afyan A. Association Agreement with the EU: implications for the institute of geographical indications in Ukraine. In the article the analysis of provisions of Agreement about an association between Ukraine and European Union is given that touches institute of the geographical indications: legal and economic value, negative tendencies, economic consequences and ways of overcoming. Research is not limited exceptionally with text of Association Agreement, but touches history of its preparation and negotiation process. Considerable attention is spared to the prospects of protection of European geographical indications in Ukraine and Ukrainian — in Europe. Through the prism of provisions of Association Agreement in the article the present consisting of legal protection of geographical indications in Ukraine is lightened up and the circle of the expected problems is outlined. At recommendations related to overcoming of problems foreign experience of implementation of similar to Association Agreement provisions is used in the article, in particular, Moldova.

Keywords: geographical indications, species name, negative consequences, the scope of protection