Бондарев Е.М.,
викладач кафедри цивільно-правових
дисциплін Юридичної академії МВС
України, м. Дніпропетровськ

ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ПОХОДЖЕННЯ ТЕРМІНУ НАЙМЕНУВАННЯ МІСЦЯ ПОХОДЖЕННЯ ТОВАРУ

Перш ніж дати короткий історичний нарис еволюції права на найменування місця походження товару як одного з позначень, що супроводжують товар, необхідно відзначити, що найменування місця походження товару може розглядатися як соціальна реальність і як об'єкт правової охорони[1] .

Найменування місця походження товару стало об'єктом правової охорони з введенням спеціальних законодавств, що почали розвиватися порівняно недавно.

Однак засоби позначення товару здатні існувати поза правовою системою і незалежно від неї.

Найменування місця походження товару - це позначення, що служить для виділення в масі товарів тих, котрі мають особливі властивості. Ці позначення впливають на виникнення у свідомості споживачів стійкого зв'язку між специфічними властивостями товару і місцем його походження.

Зазначення на місце походження товару (місце перебування виготовлювача) являє собою історично найбільш ранню форму позначення виробів і дозволяє розрізняти вироби того самого виду, що виробляються з різних місцевостей. Виникнення такого позначення відноситься до часу поглиблення процесу суспільного поділу праці і появи товарообміну. У цих умовах інформація про властивості товару без зазначення місця перебування виготовлювача не була досить повною, що не задовольняло ні виготовлювачів, ні споживачів.

Найменування місця походження товару (les appellations d'origine, appelatiobs of origine) та зазначення походження товарів (les indications de prorenance, indications of sourco) виникають у зв'язку з застосуванням географічного позначення, яке міцно ввійшло в господарчий обіг та вказує на специфічні властивості і особливості конкретного товару, тобто ці два визначення відомі як "географічні зазначення" і є двома видами підприємницьких позначень. Ми вважаємо, що терміни "зазначення географічних найменувань", "зазначення місця походження виробів" звужують сутність поняття, а термін "найменування походження" найбільш точно відображує суть цього інституту.[2]

З античного періоду до наших днів дійшли численні свідчення того, що виробники широко застосовували позначення, що вказують на місце свого перебування, тобто місце походження товару. Наприклад, до IV століття до н.е. відносяться позначення вин Греції - коринфски, икарски, корсирски, наксоськи, родоськи, вино Чио, а також наксоський мигдаль, коринфська айва, фінікійські фініки, сицилийский мед, десемийський оцет, пароський мармур; до періоду царювання Августа в Римській імперії - фалернське вино, горіхи острова Тасус, єгипетські фініки, галльський окорок, коринфська бронза, карарський мармур.

Схожі приклади можна привести і з більш пізніх періодів історії.

Так, безліч географічних назв використовувалися для позначення продуктів, що згадуються в Договорі про експортну комерцію 1712 р.: каштани Бретані, Нормандії, Кіт де Гьен; вино Бургундії, Шампані, Бордо, Орлеана, Турсні, Блезуа, Анжу, Нанта, Лангедока, Провансу; спиртні напої Коньяку й Анжу; маслинова олія Провансу; шовку Ліона, Тура, Мессіни, Італії, Сирії, Персії, Китаю; полотнини Ганда, Гамбрэ, Бретані, Нормандії, Руана; сукняні вироби Лангедока; російські шкіри, канадські бобри.

Більшість географічних назв, що використовувалися в античному світі чи в більш пізні часи, внаслідок економічних змін чи еволюції смаків і звичаїв у даний час для позначення продуктів вже не застосовуються. Однак деякі з них можна зустріти в списках, доданих до двосторонніх угод про охорону найменувань місць походження товарів, або вони є об'єктами діючої міжнародної реєстрації.

Крім згаданих вище, можна привести безліч позначень товарів, що дають уявлення про масштаби використання географічних назв: сидри Бретані, Нормандії, Сомерсе, Девону; эльзаське, бельгійське, голландське, датське, баварське пиво; шотландське скроні, ром Ямайки, горілка Польщі і Росії; китайський, цейлонський, асамський, дарджелингський чай; колумбійська, бразильська кава, кава з острова Мартиника, кава Мокко Аравії й Абіссінії; кленовий сироп Квебека; рис П'ємонту, Камарга, Таїланду, Ірану; полуниця Плугастеля; дині Кавайона; артишоки Бретані; трюфеля Перигора; туніські й іракські фініки; апельсини Іспанії, Марокко, Південної Африки; грейпфрути й авокадо Ізраїлю; банани з острова Мартиника і Канарські островів; єгипетський і македонський тютюн; башмаки Ориллака; баскська білизна; шотландські вовняні вироби; шовкові вироби Ліона; паризькі парфуми; паризьке плаття; рукавички Мен-Жюльена; килими Ірану, Кавказу, Китаю, Туркестану і Пакистану[3] .

Таким чином, протягом тривалого періоду часу від античності до наших днів у використанні позначень, що вказують на місце походження товарів, прослідкується закономірність їхнього закріплення тільки за визначеними продуктами, на властивості яких уплинули географічні особливості конкретної місцевості.

Використання таких позначень, що свідчили про "шляхетний" характер товару, сприяло росту його популярності і було викликано бажанням людини індивідуалізувати результати своєї праці за допомогою географічного позначення, що легко піддається ідентифікації.

Так, наприклад, у Франції вже в середні століття були відомі випадки цілеспрямованого використання географічних назв для індивідуалізації продукції. Саме в цю епоху з'являються позначення, що зберегли популярність до наших днів. Найбільш популярні відносяться до області сільського господарства, що складало основу політичної могутності Капетингів і багатства Франції, і, зокрема, зв'язані з виноградниками долини Луари, Бордо, Бургундії. Назви цих місць згодом стали найбільш популярними і престижними найменуваннями вин, що одержали широку популярність за межами держави. Вино з Бордо і в даний час користується світовою популярністю.

Утримуючі географічні зазначення позначення товарів, що дійшли до нас з рабовласницького чи феодального суспільства, лише умовно можна назвати найменуваннями місць походження товарів.

Заміна дрібного кустарного виробництва великим, виникнення капіталістичного способу виробництва, формування світового ринку поряд з національним, підвищення попиту на товари - усі ці фактори обумовили необхідність маркірування товарів.

У результаті розвитку продуктивних сил і технічного прогресу на базі конкретних природних умов виникали специфічні технології і виробничі традиції, що зберігалися і передавалися з покоління в покоління. З часом у деяких районах виділялися окремі чи особливі групи виготовлювачів, що спеціалізувалися в області виробництва визначених виробів, що поступово здобували репутацію товару високої якості з особливими властивостями, притаманними тільки даному товару. З розширенням ринку всі ці товари стали користатися великим попитом, що спонукувало виготовлювачів дбайливо зберігати оригінальність і характерні риси товарів, а також секрети виробництва і сформовані традиції.

Під відповідною географічною назвою товари випускали на ринок для того, щоб їх можна було відрізнити від однорідних товарів, що виготовлені (чи виникли) в інших місцях і не володіють подібними властивостями чи особливостями. У цьому були зацікавлені і споживачі, і виробники. З метою захисту таких назв від неправомірного використання іншими виготовлювачами їх прагнули поставити під захист закону, вносячи в спеціальні державні реєстри. Так поступово виникло правове поняття "найменування місця походження товару".

Таким чином, масовий випуск однорідної продукції, розвиток торгівлі і жорсткість конкуренції привели до посилення ролі позначення, що супроводжує товар, як засіб індивідуалізації і реклами, що вказує на його особливі властивості.

З часом стали з'являтися, а потім збільшуватися випадки підробки таких позначень, у зв'язку з чим на початку XIX століття виникла необхідність правової регламентації суспільних відносин у зв'язку з подібними позначеннями. Перші кроки в цьому напрямку не носили комплексного характеру і скоріше стосувалися товарних знаків, ніж найменувань місць походження товарів. Це привело до плутанини в цих поняттях протягом тривалого періоду часу[4] .

На відміну від товарного знаку, право на який до кінця XIX століття стало одним з найважливіших інститутів буржуазного права, найменування місця походження товару довгий час не знаходило і донині не знаходить спеціальної правової регламентації в багатьох країнах.

Проведений аналіз дає підстави затверджувати, що найменування місця походження товару як соціальна реальність і як правовий феномен зародилися в різний час.

Цей об'єкт, як і інший, до відомого ступеня подібний з ним — товарний знак, з'являється в епоху середньовіччя, а як правова категорія - у кінці XIX - початку XX століття, юридично відокремивши і відокремивши від інших засобів індивідуалізації товарів, і насамперед від товарного знаку.

---

[1] Горленко С.А. Наименованиям мест происхождения товаров – надёжную охрану // Патенты и лицензия. – 1990. – № 12. – С. 9 – 11.

[2] Горленко С.А., Шатров В.П. О правовой охране наименований происхождения // Вопросы изобретательства. – 1974. – № 10. – С. 33 – 35.

[3] Vletian A.D. Appellations d'origine. Indicalions de provenance. Indications d'origine. – Paris, 1988.

[4] Symposium sur les appellations d'origine et indications de provenance, Bordeaus, France, 1988. – OMPI, Geneve, 1989. – P. 17 – 20.