

СОВЕТСКИЕ ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ, БУДУЩЕЕ

Ахметзянова И.Ф., Ягфарова Г.Г.

*ФГАОУ ВПО Казанский (Приволжский) федеральный университет,
420008, г. Казань, ул. Кремлевская, д.18.*

e-mail: alyalik@list.ru

поступила в редакцию 14 сентября 2013 года

Аннотация

В статье рассмотрена проблема использования советских товарных знаков, возникшая в начале 90-х гг. прошлого века. Проанализировано законодательство, регулирующее применение данных товарных знаков; изучены примеры судебных разбирательств, наиболее ярко отражающих остроту поставленного вопроса. В статье также уделено внимание научным воззрениям цивилистов в отношении данной тематики. Показаны и проанализированы возможные пути решения проблемы.

Ключевые слова: советские товарные знаки, коллективные знаки, право преждепользования.

Введение. Некоторые широко известные в России товарные знаки существовали еще в Советском Союзе. Однако в виду наличия только государственной собственности, глобального дефицита, отсутствия реальной конкуренции законодательство Союза республик не предусматривало регистрацию обозначений товаров и услуг. С распадом СССР и сменой плановой государственной экономики на рыночную возникла острая необходимость урегулирования правового использования и предоставления правовой охраны советских товарных знаков для нормального функционирования экономического оборота страны. Многочисленные судебные споры, предлагаемые законопроекты, различные точки зрения цивилистов подтверждают актуальность и научный интерес данной проблемы.

Основная часть. Большинство предприятий, фабрик, находящихся на всей территории СССР, производили однородную продукцию, соответствующую утвержденным государственным стандартам, и имели одинаковое обозначение товаров и услуг. С переходом данных организаций в частную собственность возник вопрос о принадлежности этих обозначений, т.е. товарных знаков в современном их понимании. С принятием 23 сентября 1992 г. Закона РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» началась регистрация советских товарных знаков и некоторые предприятия получили их правовую охрану. Однако воспользоваться такой возможностью удалось лишь одному субъекту определенной отрасли, что вызвало споры и притязания со стороны остальных участников рынка.

В судебной практике широкое распространение получили споры о правовой принадлежности таких товарных знаков, как «Птичье молоко», «Аленка», «Белочка» и др.

Так, например, на протяжении нескольких лет существует борьба за право пользования товарным знаком «Аленка». Рецепт шоколадной продукции была утверждена в 1965 г. ее производством занималось не одно предприятие Союза. 10 февраля 2000 г. товарный знак «Аленка» был зарегистрирован кондитерской фабрикой «Красный октябрь». Однако Открытое Акционерное Общество «Orkla Brands Россия» (правопреемник Государственного предприятия Ленинградская кондитерская фабрики им. Н.К. Крупской, арендного предприятия «Кондитерская фабрика им. Н.К. Крупской», Акционерного общества закрытого типа «Кондитерская фабрика им. Н.К. Крупской», Закрытого акционерного общества «Кондитерская фабрика имени Н.К. Крупской», Открытого акционерного общества «Кондитерская фабрика имени Н.К. Крупской») обратилось с требованиями о признании его права на использование словесного обозначения «Аленка» при производстве кондитерской продукции в Арбитражный суд г. Москвы. В итоге судебных разбирательств истцу было

отказано в удовлетворении требований ввиду наличия у ответчика регистрации товарного знака и существованием правовой охраны [1].

Как вариант решения данной проблемы депутаты Законодательного Собрания Приморского края предложили внести в статью 13 Федерального закона от 18 декабря 2006 г. № 231-ФЗ следующее изменение: «Лицо, которое до даты приоритета позднее зарегистрированного товарного знака производило продукцию под обозначением, тождественным такому товарному знаку, сохраняет право на дальнейшее использование этого обозначения на условиях безвозмездной простой (неисключительной) лицензии для производства однородных товаров при условии, что такое использование осуществлялось в соответствии с действовавшим законодательством и началось до 17 октября 1992 года. Указанное право может перейти к другому лицу только в порядке универсального правопреемства» [2]. То есть они предлагают вернуть норму, которая была закреплена в части второй статьи 13 Федерального закона от 18 декабря 2006 года «О введении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», но была отменена Федеральным законом от 24 июля 2007 г. Авторы законопроекта считают, что в результате судебных споров «десятки тысяч людей потеряют свои рабочие места, а федеральный, краевой и местный бюджеты – налоговые поступления», и предлагают установить на товарные знаки режим коллективной собственности предприятий.

В науке данная проблема исследуется многими учеными. Например, Александр Петрович Сергеев в своей статье «Битва за советские товарные знаки продолжается. Есть ли выход?» предлагает несколько мер в отношении советских товарных знаков, но наиболее приемлемыми, по мнению автора, являются «введение права преждепользования на них» или «перевод советских товарных знаков в режим коллективных товарных знаков» [3].

В Комментарие к статье 1510 Гражданского кодекса Российской Федерации под ред. С.А. Степанова указывается, что «регистрация коллективных товарных знаков нередко является компромиссным вариантом решения проблемы определения правообладателя в отношении обозначений, широко применявшихся в советское время различными производителями» [4].

Коллективные знаки используются для маркировки товаров, разрабатываемых, изготавливаемых или реализуемых несколькими предприятиями, юридически самостоятельными, но экономически связанными между собой, добровольно объединившимися для осуществления совместной работы, в результате чего товары приобретают единые качественные или иные общие характеристики, которые должны постоянно поддерживаться.

В Российской Федерации известны примеры коллективных товарных знаков. Так, 25 компаний, которые входят в объединение «Табакпром», могут использовать товарный знак «Прима» для маркировки своей продукции. При этом каждый производитель имеет свои фирменные отличия: в названии («Прима Люкс», «Прима Классика»), по типу продукции (сигареты с фильтром и без него). Продукция под товарным знаком «Прима» не характеризуется едиными стандартами качества, поскольку «ассоциация «Табакпром» не вправе влиять ни на производственную, ни на торговую деятельность предприятия» (заявление главного специалиста ассоциации «Табакпром» Юрия Аврушкина журналу «Русский Фокус») [5].

Правовая охрана коллективных знаков предусмотрена законодательствами многих стран мира. Соответствующие положения в связи с данным правовым институтом содержатся в законах о товарных знаках США, Великобритании, Италии, Австрии, Испании, Швейцарии, Турции, Польши и др. Наиболее показательным примером зарубежного коллективного товарного знака является итальянский бренд «Мелинда». Еще в 1989 году около 5200 производителей яблок объединились в консорциум, что заставило их отказаться от собственной индивидуальности в пользу общего бренда, но оказалось более удобным для деятельности на рынке.

Гражданский кодекс Российской Федерации в ст. 1510 содержит норму о коллективных товарных знаках и указывает на признаки, которым должны отвечать товары и услуги.

Продукция, производимая под коллективным знаком, должна иметь единые характеристики качества или иные общие характеристики. Однако закон не признает условие соответствия качества обязательным, что может повлечь за собой существенное ущемление прав потребителей такой продукции. Это немаловажно, поскольку ценность товаров, производимых еще в Советском Союзе, как правило, заключается именно в рецептуре продукта, его вкусовых качествах.

Вопрос о качестве продукции, зарегистрированной под советскими товарными знаками, поднимался в Федеральной антимонопольной службе Российской Федерации. Глава ФАС РФ Игорь Артемьев считает, что «следует разрешить использовать известные бренды безусловно тем компаниям, которые производили эти товары еще в составе Советского Союза, поскольку предприятия, существующие с советских времен, как правило, и сегодня работают по ГОСТам, производя продукцию под тождественным названием» [6]. Таким образом, для учета интересов потребителя организации, претендующие на производство продукции под советскими товарными знаками, обязаны соблюдать предъявленные к качеству товаров требования, содержащиеся в утвержденных ранее рецептурах и ГОСТах.

Анализируя варианты решения проблемы в России, не следует забывать и о том, что наш отечественный рынок открыт для продукции, поступающей из стран ближнего зарубежья, так как и в них до 1992 г. на законном основании производилась продукция под советскими обозначениями, в последующем получившими в России охрану в качестве товарных знаков. При решении вопроса об использовании советских товарных знаков, было бы целесообразно отдать преференции российским производителям, чтобы защитить их от относительно низких цен на товары с аналогичными советскими наименованиями, поступающие, например, из Белоруссии или Украины.

Заключение. Завершая статью, можно отметить, что, несмотря на отсутствие выхода из ситуации в действующем законодательстве и позицию судей в рассмотренных спорах, требования отечественных производителей, претендующих на обозначение своей продукции советскими товарными знаками, вполне разумны, добросовестны и справедливы. Они требуют не предъявить, а сохранить за ними право использовать наименование конкретной продукции, ставшее широко известным в стране благодаря совместным усилиям всех советских предприятий.

Список литературы

- 1) Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 19 июня 2013 г. № 09АП-16882/2013-ГК, 09АП-17065/2013-ГК по делу № А40-148987/2012 // СПС «Консультант Плюс». 2013.
- 2) Интернет-ресурс: Законопроект Законодательного Собрания Приморского края от 16 августа 2013 г. «Федеральный закон «О внесении изменения в статью 13 ФЗ «О введении в действие части четвертой ГК РФ». <http://img.rg.ru/pril/article/82/86/61/zakonoproekt-tovary.pdf> (Дата обращения: 10.09.2013).
- 3) Сергеев А.П. Битва за советские товарные знаки продолжается. Есть ли выход? // Журнал «Закон». 2013. С.95-106.
- 4) Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (учебно-практический). Части первая, вторая, третья, четвертая (постатейный) (2-е издание, переработанное и дополненное) (Алексеев С.С., Васильев А.С., Голофаев В.В., Гонгало Б.М. и др.) (под ред. С.А. Степанова) // СПС «Консультант Плюс». 2013.
- 5) Интернет-ресурс: Самойлова Т. Коллективная «Прима». Интернет-версия журнала «Русский Фокус» № 9 (46) от 20.03.2002 г. <http://www.sostav.ru/articles/2002/03/20/prod200302/> (Дата обращения: 10.09.2013).
- 6) Интернет-ресурс: Бирюков Н. «Рынок наполнен хитростями». Интернет-версия «Российской газеты» от 1 ноября 2012 г. <http://www.rg.ru/2012/11/01/produkti.html> (Дата обращения: 10.09.2013).