

ՆԱՐԻՆԵ ԱՎԱԳՅԱՆ

ԵՊՀ քաղաքացիական իրավունքի ամբիոնի ասպիրանտ
ՀՀ կադաստրի կոմիտեի ղեկավարի տեղակալ

ԱՇԽԱՐՀԱԳՐԱԿԱՆ ՆՇՈՒՄՆԵՐԻ, ԾԱԳՄԱՆ ՏԵՂԱՆՈՒՆՆԵՐԻ ԵՎ ԵՐԱՇԽԱՎՈՐՎԱԾ ԱՎԱՆԴԱԿԱՆ ԱՐՏԱԴՐԱՆՔԻ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Հոդվածում քննարկվում են աշխարհագրական նշումների, ծագման աղբյուրների և երաշխավորված ավանդական արտադրանքի պաշտպանությանն առնչվող հարցեր: Մասնավորապես, քննարկվում են անհատականացման վերոհիշյալ միջոցներին պաշտպանություն տրամադրելու հիմնավորումները: Հեղինակը բացահայտում է վերոհիշյալ միջոցների նպատակը և մտավոր սեփականության հետ կապը: Հեղինակն առաջարկում է պաշտպանել նշված անհատականացման միջոցները անբարեխիղճ մրցակցությունը կանխարգելող օրենսդրության շրջանակներում:

Հիմնարաներ- աշխարհագրական նշում, ծագման տեղանուն, երաշխավորված ավանդական արտադրանք, մտավոր սեփականության իրավունք, բացառիկ իրավունքներ, անբարեխիղճ մրցակցություն:

Յուրաքանչյուր պետության մշակույթում սննդամթերքը և գյուղատնտեսական արտադրանքը կարևոր դեր են խաղում և պատահական չէ, որ դեռևս 14-րդ դարում Ֆրանսիայում պաշտպանվում էր Ռ-ոկֆոր պանրի արտադրությունը¹:

«Աշխարհագրական նշում» հասկացության առաջացումը ընդունված է կապել ծագման տեղանվան հետ, որը հնարավորություն տվեց տարբերել մեկ տեղանքի արտադրանքը մյուսից:

Ծագման տեղանուն ասելով՝ պետք է հասկանալ այն բոլոր նշումները, որոնք օգտագործվում են ցույց տալու համար, որ տվյալ արտադրանքն արտադրվում է կոնկրետ երկրում կամ տարածաշրջանում²:

Աշխարհագրական նշումների, ծագման տեղանունների և երաշխավորված ավանդական արտադրանքի պաշտպանության իրավական ռեժիմների հարցը քննարկելիս, շատ հաճախ հարց է առաջանում, թե արդյո՞ք իրենց կարգավիճակով վերջիններս համարվում են մտավոր սեփականության օբյեկտ: Չնայած այն հանգամանքին, որ Փարիզյան կոնվենցիան գյուղատնտեսական արտադրանքը ներառում է իր կարգավորման օբյեկտների շարքում³, այդուհանդերձ, կան տեսաբաններ, որոնք կասկածի տակ են դնում աշխարհագրական նշումների, ծագման տեղանունների և երաշխավորված ավանդական արտադրանքի՝ մտավոր սեփականության իրավունքի օբյեկտների շարքին դասելը⁴: Այս տեսաբանները գտնում են, որ աշխարհագրական նշումները և ծագման տեղանունները տարբերվում են ապրանքային նշաններից, հետևաբար չեն կարող ներառվել «մտավոր սեփականություն» կատեգորիայի ներքո: Նշվում է, որ

այս անհատականացման միջոցների կարգավորման առարկան տվյալ տեղանքի կամ տարածաշրջանի շահառուների բարի համբավի (goodwill) պաշտպանությունն է, և բացառիկ իրավունքներ գոյություն չունեն⁵: Չնայած վերոնշյալ հակասական մոտեցումներին՝ Արդարադատության եվրոպական դատարանը անհատականացման միջոցները դիտում է որպես մտավոր սեփականություն⁶:

Աշխարհագրական նշումների հասկացությունը, դրանք պաշտպանելու ռազիոնալությունը մշտապես եղել է միջազգային հանրության թե՛ քննարկման առարկա: Միջազգային հանրությունը քննարկում էր այն հարցը, թե ինչ ծավալով պետք է պաշտպանել աշխարհագրական նշումները: Եվրոպական երկրները հատկապես առաջ էին տանում այն թեզը, որ աշխարհագրական նշումները չպետք է օգտագործվեն ոչ շահագրգիռ անձանց կողմից, որովհետև աշխարհագրական նշումներով մակնշված ապրանքների որակը ունի յուրահատուկ բնութագրիչներ և համբավ, և, հետևաբար, եթե այլ անձինք աշխարհագրական նշումներն օգտագործեն անպատշաճ, ապա սպառողները մոլորության մեջ կհայտնվեն՝ աշխարհագրական նշումների իրական ծագման վերաբերյալ: Ի հակադրումն այս մոտեցման՝ ԱՄՆ և այլ երկրները փաստարկում էին, որ շատ աշխարհագրական նշումներ դարձել են ջեներիկ անուններ, ինչպիսիք են, օրինակ, շամպայնը, և, հետևաբար, սպառողները չեն կարող մոլորության մեջ լինել այս ապրանքների ծագման վերաբերյալ⁷:

Այս քննարկումների տրամաբանական ավարտը եղավ ԹՐԻՓՍ համաձայնագրի ստորագրումը, որով հաստատվեց եվրոպական դիրքորոշումը, քա-

www.ardaradutyjournal.com

ԱՐԴԱՐԱԴԱՏՈՒԹՅՈՒՆ

նի որ նախատեսեց նվազագույն պահանջներ աշխարհագրական նշումները պաշտպանելու համար:

Աշխարհագրական նշումները, ինչպես ապրանքային նշանները, ևս օգտագործվում են ապրանքը նույնականացնելու համար: Աշխարհագրական նշումները, այնուամենայնիվ, չեն պաշտպանում ապրանքները որպես այդպիսին, այլ պարզապես տվյալ աշխարհագրական տարածքի արտադրողներին տրամադրում են իրավունք՝ օգտագործելու տարբերակիչ նշան՝ իրենց արտադրանքը նույնականացնելու համար:

Ինչ վերաբերում է ծագման տեղանուններին, ապա դրանք աշխարհագրական նշան տեսակ են: Ծագման տեղանվան պահպանությունը նախատեսվել է «Ծագման տեղանունների պահպանության և դրանց միջազգային գրանցման մասին» Լիսսաբոնի համաձայնագրով: Համաձայնագրի 2.1-րդ հոդվածը սահմանում է, որ ծագման տեղանունը տարածքի (բնակավայրի), որոշակի տեղանքի կամ երկրի աշխարհագրական անվանումն է, որը ծառայում է տվյալ տարածքից՝ որոշակի տեղանքից կամ երկրից ծագած արտադրանքը նշելու համար, և որի յուրահատուկ որակը և/կամ հատկանիշները գլխավորապես կամ բացառապես պայմանավորված են տվյալ աշխարհագրական բնասպայմաններով, ներառյալ՝ բնական և մարդկային գործոնները: Այս հասկացությունը նման է աշխարհագրական նշան, սակայն ծագման տեղանվան համար ավելի բարձր պահանջներ են ներկայացվում, քանի որ միայն արտադրանքի համբավը բավարար չէ. այն որպես ծագման տեղանուն պահպանելու համար կարևոր է առանձնահատուկ որակների և հատկանիշների առկայությունը: Բացի այդ, ծագման տեղանունները պետք է լինեն կոնկրետ տեղանքի, տարածքի կամ երկրի անվանումը: Որպես օրինակ կարող ենք նշել՝ «Habanos» կուբայական սիգարները և «Veracruz» սուրճը Մեքսիկայից:

Գլոբալիզացված տնտեսության պայմաններում աշխարհագրական նշումները ուրույն տեղ են զբաղեցնում: Դրանք կոչված են պաշտպանելու ոչ նյութական այնպիսի արժեքներ, ինչպիսիք են՝ համբավը և որակական ստանդարտները: Պատահական չէ, որ աշխարհագրական նշումով մակնշված արտադրանքն իրենից բարձր որակի արտադրանք է ներկայացնում: Բացի այդ, աշխարհագրական նշումները հաղորդում են մշակութային ինքնություն ազգին, տարածքին, տեղանքին, երկրին, որտեղ ծագել են:

Միջազգային փաստաթղթերից Փարիզյան կոնվենցիան առաջինն է նախատեսել ծագման տեղանունների կամ ծագման նշումների իրավական պահպանությունը: Մասնավորապես, Փարիզյան կոնվենցիայի 1-ին հոդվածի՝ մտավոր սեփականության օբյեկտների շարքին, դասվում են նաև

ծագման տեղանունները կամ ծագման նշումները (indications of source or appellation of origin): Փարիզյան կոնվենցիան ծագման տեղանունների պաշտպանություն է նախատեսում անբարեխիղճ մրցակցությունից, որը արգելում է օգտագործել այնպիսի նշումներ, որոնք շփոթեցնում են ապրանքի իրական ծագման վերաբերյալ:

Փարիզյան կոնվենցիան չի պարունակում դրույթներ աշխարհագրական նշումների մասին: Աշխարհագրական նշումների պաշտպանությունն առաջին անգամ միջազգայնորեն նախատեսվել է ԹԻԻՓՄ-ի համաձայնագրով, որի 22-րդ հոդվածը նախատեսում է հետևյալը.

«(...) Աշխարհագրական նշումների հետ կապված անդամ պետություններ կապահովեն, որպեսզի շահագրգիռ անձինք կարողանան արգելել.

(a) Ապրանքի ցանկացած նշում, որից կարելի է ենթադրել, որ խնդրո առարկա ապրանքը ծագել է իրական ծագման վայրից այլ աշխարհագրական վայրում այնպես, որ սպառողները շփոթության մեջ լինեն ապրանքի իրական աշխարհագրական ծագման վերաբերյալ:

(b) Ցանկացած օգտագործում, որը Փարիզյան կոնվենցիայի 10bis հոդվածի իմաստով անբարեխիղճ մրցակցության գործողություն է:»:

ԹԻԻՓՄ համաձայնագիրը նախատեսում է, որ անդամ պետությունը ի պաշտոնե, եթե ներպետական օրենսդրությունը նման հնարավորություն նախատեսում է, կարող է մերժել կամ անվավեր ճանաչել ապրանքային նշանի գրանցումը, եթե այն պարունակում է կամ բաղկացած է աշխարհագրական նշումներից, որոնք վերաբերում են այն ապրանքներին, որոնք չեն ծագել այդ տարածքից, եթե այդպիսի անվանման օգտագործումը որպես ապրանքային նշան կարող է շփոթություն առաջացնել սպառողների շրջանում ապրանքի իրական ծագման վերաբերյալ: Այս ընդհանուր նորմերի հետ մեկտեղ ԹԻԻՓՄ-ը ընդլայնված պաշտպանություն է նախատեսում գինիների և հանքային ջրերի համար:

Աշխարհագրական նշան, ծագման տեղանվան և երաշխավորված ավանդական արտադրանքի հասկացությունը տրված է ինչպես ՀՀ քաղաքացիական օրենսգրքում, այնպես էլ «Աշխարհագրական նշումների մասին» ՀՀ օրենքում: Մասնավորապես՝ աշխարհագրական նշումը տարածքի (բնակավայրի), որոշակի տեղանքի կամ բացառիկ դեպքերում երկրի անվանումն է, որը ծառայում է այն արտադրանքը նշելու համար, որը ծագել է տվյալ տարածքից, որոշակի տեղանքից կամ երկրից, որի յուրահատուկ որակը, համբավը կամ այլ բնորոշ հատկանիշները հիմնականում պայմանավորված են տվյալ աշխարհագրական ծագմամբ, որը արտադրվել և (կամ) վերամշակվել և (կամ) պատրաստվել է տվյալ աշխարհագրական վայրում: ՀՀ-

ում գրանցված է միայն PARMIGIANO REGGIANO տեղանունը¹⁰ :

Ծագման տեղանունը տարածքի (բնակավայրի), որոշակի տեղանքի կամ բացառիկ դեպքերում երկրի աշխարհագրական անվանումն է, որը ծառայում է այն արտադրանքը նշելու համար, որը ծագել է տվյալ տարածքից, որոշակի տեղանքից կամ երկրից, և որի յուրահատուկ որակը կամ այլ բնորոշ հատկանիշները գլխավորապես կամ բացառապես պայմանավորված են տվյալ աշխարհագրական բնապայմաններով, ներառյալ՝ բնական և մարդկային գործոնները, և որի արտադրությունը, վերամշակումը և պատրաստումը տեղի են ունենում տվյալ աշխարհագրական վայրում¹¹ : Որպես հայկական ծագման տեղանվան օրինակ կարող ենք նշել «Սևանի իշխան» տեղանունը¹² :

Առաջին հայացքից թվում է, թե աշխարհագրական նշումները և արտադրանքի ծագման տեղանունները նույնանում են, սակայն կան որոշակի տարբերություններ: Մասնավորապես, աշխարհագրական նշման պարագայում՝ արտադրանքի կապը տարածքի հետ, որի հիմքում ընկած է յուրահատուկ որակ, համբավ կամ այլ հատկանիշներ՝ պայմանավորված աշխարհագրական ծագմամբ և արտադրությունը կամ դրա վերամշակմամբ, որը պետք է կատարվի տվյալ աշխարհագրական վայրում:

Ինչ վերաբերում է արտադրանքի ծագման տեղանվանը, սպա այն պետք է արտադրված լինի տվյալ տարածքում, տեղանքում կամ երկրում, որի որակը կամ այլ բնորոշ հատկանիշները առավելապես կամ բացառապես պետք է պայմանավորված լինեն աշխարհագրական բնապայմաններով, ներառյալ՝ բնական և մարդկային գործոնները, և որի արտադրությունը, վերամշակումը և պատրաստումը ևս պետք է տեղի ունենա այդ աշխարհագրական վայրում¹³ :

Այստեղից կարելի է եզրակացնել, որ եթե աշխարհագրական նշման դեպքում անհրաժեշտ է, որպեսզի արտադրանքի համբավը պայմանավորված լինի աշխարհագրական ծագմամբ, սպա ծագման տեղանունը պահանջում է, որպեսզի որակը կամ այլ հատկանիշները մեծապես կամ բացառապես պայմանավորված լինեն աշխարհագրական բնապայմաններով: Ավելին, ծագման տեղանվան համար պարտադիր է, որպեսզի թե՛ արտադրությունը, թե՛ մշակումը և թե՛ պատրաստումը տեղի ունենան տվյալ աշխարհագրական վայրում, մինչդեռ աշխարհագրական նշման դեպքում բավական է վերոգրյալ պայմաններից միայն մեկի առկայությունը :

«Աշխարհագրական նշումների մասին» ՀՀ օրենքի 14-րդ հոդվածը սահմանում է հետևյալը.

1. Գրանցված աշխարհագրական նշումները և ծագման տեղանունները պաշտպանվում են՝

1) գրանցված անվանման ուղղակի կամ անուղղակի ցանկացած առևտրային օգտագործումից՝ գրանցումով չներառված արտադրանքի համար այնքանով, որքանով այդ ապրանքները համեմատելի են տվյալ անվանմամբ գրանցված արտադրանքի հետ, կամ այնքանով, որքանով՝ այդպիսի օգտագործումը թույլ է տալիս օգտվել պահպանվող անվանման համբավից,

2) ցանկացած ապօրինի յուրացումից, վերարտադրումից, նմանակումից կամ հիշեցնող (մտաբերող) ցանկացած ինչ-որ բանի օգտագործումից (եթե նույնիսկ նշված է ապրանքի իրական ծագումը) կամ անվանման պահպանվող թարգմանաբար օգտագործումից կամ այնպիսի օգտագործումից, երբ պահպանվող անվանումն ուղեկցվում է՝ «սեռ», «տեսակ», «տիպ», «ոճ», «նմանակում» կամ նմանատիպ այլ արտահայտություններով,

3) ցանկացած կեղծ կամ շփոթություն առաջացնող նշումից, որը վերաբերում է ապրանքի ծագմանը, աշխարհագրական վայրին, բնապայմաններին կամ էական որակական հատկություններին, որոնք առկա են ապրանքի կամ դրա փաթեթավորման վրա, զովագրում, տվյալ ապրանքին վերաբերող փաստաթղթերում կամ փաթեթավորման համար նախատեսված կոնտեյներների վրա, որոնք կարող են մոլորեցնել ապրանքի աշխարհագրական ծագման հարցում,

4) ցանկացած գործողությունից, որը կարող է սպառողի մոտ շփոթություն առաջացնել ապրանքի իրական աշխարհագրական ծագման վերաբերյալ:

2. Պահպանվող անվանումները չեն կարող դառնալ համընդհանուր օգտագործման (ջեներիկ):

Աշխարհագրական նշումները մտավոր սեփականության իրավունքի այլ օբյեկտներից տարբերվում են, քանի որ պահպանություն է տրվում կոնկրետ արտադրանքին և ոչ թե իրավատիրոջը:

Վերոգրյալը կիրառելի է նաև երաշխավորված ավանդական արտադրանքի նկատմամբ: Երաշխավորված ավանդական արտադրանքը գյուղատնտեսական արտադրանք կամ սննդամթերք է, որի յուրահատկությունները ճանաչված են, և որը գրանցված է օրենքի համաձայն:

Որպես երաշխավորված ավանդական արտադրանք կարող է պահպանվել այն արտադրանքը, որը բավարարում է հետևյալ պայմաններից մեկը՝

1) ստացվում է ավանդական սկզբնական հումքից,

2) բնութագրվում է ավանդական բաղադրությամբ,

3) բնութագրվում է արտադրության և (կամ) վերամշակման եղանակով, որը համապատասխանում է արտադրության և (կամ) վերամշակման ավանդական եղանակին: Հարկ ենք համարում նշել, որ այս մեխանիզմը գրեթե չի օգտագործվում

ԱՐԴԱՐԱԴԱՏՈՒԹՅՈՒՆ

ինչպես ՀՀ-ում, այնպես էլ ամբողջ աշխարհում: Որպես երաշխավորված արտադրանքի պահպանության վառ օրինակ կարող ենք նշել հայտնի Mozzarella պանիրը:

Աշխարհագրական նշում, ծագման տեղանուն կամ երաշխավորված ավանդական արտադրանք կարող են օգտագործել անասանաբույսի ֆոլով անձինք, ովքեր, որ կհամապատասխանեն ներկայացվող պահանջներին, հետևաբար, իրավատերերից ոչ մեկը չի կարող արգելել այլ իրավատիրոջը օգտագործել վերոհիշյալ անհատականացման միջոցները և չի կարող օտարել այլ անձի:

Ապրանքային նշանի հետ համեմատելիս պետք է նշել, որ ապրանքային նշանների համար կարևոր է տարբերակիչ հատկանիշ ունենալը և այն չպետք է լինի նկարագրական: Մինչդեռ, աշխարհագրական նշումները նկարագրական են, քանի որ նշում են այն տարածքը, որտեղից ծագել են:

Եթե փորձենք զուգահեռներ անցկացնել ապրանքային նշանների միջև, ապա կարող ենք վեր հանել հետևյալ առանձնահատկությունները.

- վերոգրյալ անհատականացման միջոցները, ի տարբերություն ապրանքային նշանների, անհատականացում են ոչ թե ցանկացած ապրանք, այլ կոնկրետ ապրանքներ, որոնք արտադրվում են կոնկրետ տարածքում և ունեն առանձնահատկություններ,

- եթե ապրանքային նշանների հիմնական գործառույթը զանազանումն է մմանատիպ ապրանքներից, ապա հիշյալ անհատականացման միջոցների նպատակն է՝ երաշխավորել ապրանքի առանձնահատուկ հատկությունները,

- հիշյալ անհատականացման միջոցների օբյեկտ կարող են հանդիսանալ միայն ապրանքները և ոչ ծառայությունները,

- հիշյալ անհատականացման միջոցները չեն կարող օտարվել կամ օգտագործման հանձնվել լիցենզիայի պայմանագրի հիման վրա:

Վերոգրյալ միջազգային իրավական կարգավորումները և աշխարհագրական նշումների դերը ցույց են տալիս, որ դրանք զուտ արտադրանքը անհատականացնելուց բացի, իրենց մեջ պարունակում են նաև որակ, տարածքային առանձնահատկություններ, ծագման տեղանունների դեպքում՝ նաև մարդկային գործոն: Հետևաբար թե՛ տնտեսվարողները, թե՛ սպառողները՝ առավել քան շահագրգիռ պետք է լինեն դրանք պաշտպանելու հարցում: Տնտեսվարող սուբյեկտների համար նման պաշտպանությունը կարևոր է բարեխիղճ մրցակցության տեսանկյունից, որպեսզի մրցակից տնտեսվարողները առանց որևէ ջանքի, առանց որակական հատկանիշ ներկայացնող պահանջները պահպանելու՝ առավելություններ չստանան անվանումը օգտագործելով: Իսկ սպառողների համար կարևոր է, որպեսզի իրենք ձեռք բերեն իսկական

արտադրանք, որը համապատասխանում է տվյալ աշխարհագրական նշանը ներկայացվող պայմաններին ու պահանջներին:

Քանի որ աշխարհագրական նշումները կոչված են տեղեկություն հաղորդել սպրանքի ծագման մասին, որը իր մեջ ներառում է որակական հատկանիշներ, դրանք կրկնօրինակելու կամ դրանք օգտագործելու գալթակությունն ավելի է մեծանում: Աշխարհագրական նշումների պաշտպանությունը կարևոր է ինչպես տնտեսվարող սուբյեկտների համար, այնպես էլ սպառողների համար:

Տնտեսության զարգացմանը զուգընթաց սպառողների նախասիրությունները սննդամթերքի նկատմամբ ևս փոխվում են: Նրանք նախընտրում են որակյալ արտադրանք, այլ խոսքերով՝ իսկական արտադրանք կայուն ավանդույթներով, և ընտրություն կատարելիս առաջնորդվում են իրենց գիտակցությամբ: Սպառողները նախընտրում են էկոլոգիապես մաքուր կամ սոցիալական պատասխանատվություն կրող ապրանքներ :

Այստեղ հարց է առաջանում, թե արդյո՞ք այս անհատականացման միջոցները կարելի է դասակարգել մտավոր սեփականության օբյեկտների շարքին:

Թեև այս անհատականացման միջոցները շատ երկրներում դիտվում են որպես մտավոր սեփականություն, այդուհանդերձ այս եզրութաբանությունը չի կանխորոշում դոկտրինալ բնորոշումը: Իրականում, մտավոր սեփականության իրավական ռեժիմն օգտագործվել է՝ ստեղծելով ֆիկցիա, թե դրանք իրավատերերի համար առաջացնում են սուբյեկտիվ իրավունքներ, որպեսզի այս անհատականացման միջոցների իրավատերերը՝ խթան ունենան արտադրելու և նպաստելու տնտեսության զարգացմանը: Եվ իսկապես, եթե ընդունում ենք, որ այս անհատականացման միջոցներին պետք է տրամադրվի պաշտպանություն, ապա պետք է նաև հասկանալ դրանց տեղը քաղաքացիական իրավունքի համակարգում: Թերևս այս տեսանկյունից արդարացվում է հիշյալ անհատականացման միջոցների՝ մտավոր սեփականության իրավունքի օբյեկտներին հավասարեցնելը: Միևնույն ժամանակ, կարծում ենք, որ, այնուամենայնիվ, այս անհատականացման միջոցների պաշտպանությունը պետք է իրականացվի անբարեխիղճ մրցակցությունը կանխարգելող նորմերով: Ավանդը հիմնավորվում է այն հանգամանքով, որ դրանք ավելի շատ հետապնդում են հանրային շահ, քան մասնավոր, որպիսի պայմաններում հանդիսանում են գործիք՝ անբարեխիղճ մրցակցությունը կանխարգելելու համար:

Այս համատեքստում աշխարհագրական նշումները, ծագման տեղանունները, երաշխավորված ավանդական արտադրանքը որպես մտավոր սեփականություն դիտելով դասական իմաստով սխալ տպավորություն կարող է ստեղծվել ինչպես

www.ardaradutyjournal.com

այս միջոցների գործառույթի, այնպես էլ՝ այն իրավունքների ծավալի մասին, որը տրամադրվում է մտավոր սեփականության իրավունքներին: Խոսքը բացառիկ իրավունքների մասին է, որը աշխարհագրական նշումների, ծագման տեղանունների և երաշխավորված ավանդական արտադրանքի համար կիրառելի չէ:

Հաշվի առնելով, որ եզրույթաբանությունը կարող է մեծ ազդեցություն ունենալ իրավակիրառ

պրակտիկայում՝ կարծում ենք, որ թե՛ տեսական և թե՛ գործնական նկատառումներից ելնելով՝ աշխարհագրական նշումների, ծագման տեղանունների և երաշխավորված ավանդական արտադրանքի պաշտպանությունը պետք է իրականացնել անբարեխիղճ մրցակցությունը կանխարգելող նորմերով:

¹ Տե՛ս, Lionel Bently, Brad Sherman, Intellectual Property Law, 3rd edition, 2009, էջ 976:

² Տե՛ս, Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: Комментарий. М.: Издательство Прогресс, 1977. С. 33.

³ Տե՛ս, Փարիզյան կոնվենցիա Արդյունաբերական սեփականության պահպանության մասին, հոդված 1-ին, մաս 3-րդ, ընդունվել է 20.03.1883թ.:

⁴ Տե՛ս, Lionel Bently, Brad Sherman, նշված աշխատության, էջ 976:

⁵ Տե՛ս, Tim W.Dornis, Trademark and Unfair Competition Conflicts, Historical-Comparative, Doctrinal and Economic Perspectives, 2017, էջ 376:

⁶ Տե՛ս, Exportur v. LOR and Confiserie du Tech, C-3/91, para. 23 et seq. (10 November 1992), [1992] E.C.R. I-5529; Ravil (“Grana Padano”), C-469/00, para. 49 (20 May 2003), [2003] E.C.R. I-5053; Consorzio del Prosciutto di Parma and Salumificio S. Rita, C-108/01, para. 62 et seq. (20 May 2003), [2003] E.C.R. I-5121; տե՛ս նաև Statement by the Commission concerning Article 2 of Directive 2004/48/EC of the European Parliament and of the Council on the enforcement of intellectual property rights (2005/295/EC), O.J. EU (13 April 2005), L 94/37.

⁷ Տե՛ս, Expanding the Protection of Geographical Indications of Origin Under TRIPS: “Old” Debate or “New” Opportunity?, <https://scholarship.law.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=1075&context=facpub>, վերջին այց՝ 15.03.2020թ.:

⁸ Տե՛ս, Geographical Indications beyond Wines and Spirits, https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/Juristische_Infos/e/PDF-doku3.pdf, վերջին այց՝ 15.03.2020թ.:

⁹ Տե՛ս, «Աշխարհագրական նշումների մասին» ՀՀ օրենքի 2-րդ հոդվածի 1-ին մասը:

¹⁰ Տե՛ս, ավելին Հայաստանի Հանրապետության մտավոր սեփականության գործակալություն, https://karavarum.aipa.am/u_files/file/GI/PARMIGIANO%20REGGIANO.pdf, վերջին այց՝ 15.03.2020թ.:

¹¹ Տե՛ս, «Աշխարհագրական նշումների մասին» ՀՀ օրենքի 2-րդ հոդվածի 1-ին մասը:

¹² Տե՛ս, ավելին Հայաստանի Հանրապետության մտավոր սեփականության գործակալություն, https://www.aipa.am/u_files/file/GI/SEVANI_ISHXANI.pdf, վերջին այց՝ 15.03.2020թ.:

¹³ Տե՛ս, D.Gangjee, “Melton Mowbray and the GI Pie in the Sky: Exploring Cartographies of Protection” (2006), Intellectual Property, Quarterly 291:

¹⁴ Տե՛ս, նույն տեղում:

¹⁵ Տե՛ս, Geographical Indications beyond Wines and Spirits, https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/Juristische_Infos/e/PDF-doku3.pdf, վերջին այց՝ 15.05.2020թ.:

ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ ՅԱՆԿ

1. «Աշխարհագրական նշումների մասին» ՀՀ օրենք, ՀՕ-60-Ն, ընդունվել է 29.04.2010թ., ուժի մեջ է մտել 01.07.2010թ.:
2. Lionel Bently, Brad Sherman, Intellectual Property Law, 3rd edition, 2009.
3. Боденхаузен Г. , Парижская конвенция по охране промышленной собственности: Комментарий. М.: Издательство Прогресс, 1977.
4. Փարիզյան կոնվենցիա Արդյունաբերական սեփականության պահպանության մասին, ընդունվել է 20.03.1883թ., ՀՀ-ի կողմից վավերացվել է 25.12.1991թ.:
5. Tim W.Dornis, Trademark and Unfair Competition Conflicts, Historical-Comparative, Doctrinal and Economic Perspectives, 2017, 700 էջ:

www.aradaradutyunjournal.com

6. Exportur v. LOR and Confiserie du Tech, C-3/91, para. 23 et seq. (10 November 1992), [1992] E.C.R. I-5529; Ravil (“Grana Padano”):
7. Irene Calboli, Expanding the Protection of Geographical Indications of Origin Under TRIPS: “Old” Debate or “New” Opportunity?, <https://scholarship.law.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=1075&context=facpub>, վերջին այց՝ 15.03.2020թ.:
8. Felix Addor and Alexandra Grazioli, Geographical Indications beyond Wines and Spirits, https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/Juristische_Infos/e/PDF-doku3.pdf, վերջին այց՝ 15.03.2020թ.:
9. D.Gangjee, “Melton Mowbray and the GI Pie in the Sky: Exploring Cartographies of Protection” (2006), Intellectual Property, Quarterly 291:

Нарине Авакян

Аспирант кафедры гражданского право ЕГУ,
заместитель руководителя Комитета Кадастра РА

РЕЗЮМЕ

Особенности защиты географических указаний, наименований мест происхождения и гарантированного традиционного продукта

В данной статье рассматриваются вопросы, связанные с охраной географических указаний, источников происхождения и гарантированного традиционного продукта. В частности, в статье обсуждаются основания для предоставления защиты вышеупомянутым средствам индивидуализации. Автор раскрывает предназначение указанных средств и соотношение с интеллектуальной собственностью. Автор предлагает защитить географические указания, источники происхождения и гарантированный традиционный продукт в рамках законодательства о недобросовестной конкуренции.

Ключевые слова: географическое указание, место происхождения, гарантированные традиционные продукты, права интеллектуальной собственности, исключительные права, недобросовестная конкуренция.

Narine Avagyan

PhD student at the Chair of Civil Law of the YSU
Deputy Head of the Cadastre Committee of the RA

SUMMARY

Peculiarities of the protection of geographical indications, sources of origin and guaranteed traditional product

The current article discusses the issues related to the protection of geographical indications, sources of origin and guaranteed traditional product. In particular the article discusses the justifications for granting the protection to the aforementioned means of individualization. The author reveals the purpose of the aforementioned means and the correlation with intellectual property. The author suggests to protect geographical indications, sources of origin and guaranteed traditional product within unfair competition legislation.

Key words: geographical indication, sources of origin, guaranteed traditional products, intellectual property rights, exclusive rights, unfair competition.

Բնագիրը ներկայացվել է 18.02.2021թ.

Ընդունվել է տպագրության 23.02.2021թ.

Հոդվածը երաշխավորել է տպագրության (գրախոսել է)

իրավաբանական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ Գ. Բեքմեջյանը