

**Федеральная служба по интеллектуальной собственности  
(РОСПАТЕНТ)**



**«ОСОБЕННОСТИ ЭКСПЕРТИЗЫ ОБОЗНАЧЕНИЙ,  
ВКЛЮЧАЮЩИХ НАИМЕНОВАНИЕ  
ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ОБЪЕКТА»**

*Заведующий отделением товарных знаков  
и промышленных образцов ФИПС  
Р.А. Захаров*

**Федеральный закон от 18 декабря 1997 г. № 152-ФЗ «О наименованиях географических объектов» с изменениями от 30 декабря 2015 г. №431-ФЗ**

**Географические объекты** - существующие или существовавшие относительно устойчивые, характеризующиеся определенным местоположением целостные образования Земли: материки, океаны, моря, заливы, проливы, острова, горы, реки, озера, ледники, пустыни и иные природные объекты; республики, края, области, автономная область, автономные округа; города, в том числе города федерального значения, и другие населенные пункты; районы, административные районы, аймаки, кожууны, национальные районы, улусы, волости, поселковые советы, наслеги, сельские советы, национальные сельские советы, сельские округа, сомоны, станичные округа и другие административно-территориальные образования (административно-территориальные единицы); железнодорожные станции, морские порты и речные порты, аэропорты

## Гражданский кодекс Российской Федерации пункт 1 статья 1516

**Наименованием места происхождения товара (НМПТ)** является обозначение, представляющее собой либо содержащее современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, городского или сельского поселения, местности или другого географического объекта, а также обозначение, производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами.

## Региональные бренды

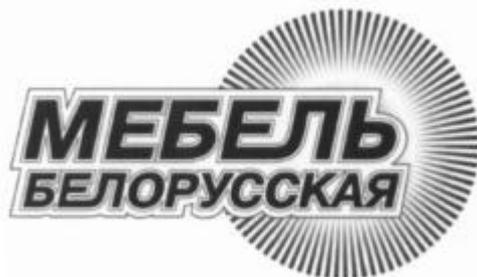
Под «**региональными брендами**» следует понимать бренды российских городов и регионов, выступающие инструментом маркетинга территорий с целью привлечения инвестиций и кадровых ресурсов, а также бренды товаров и услуг, локализованных в определенной географической области.

## Гражданский кодекс Российской Федерации подпункт 1 пункт 3 статья 1483

Не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, характеризующих товары, в том числе указывающих на место их производства.

К таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, «состоящие частично или полностью - из географических названий, которые могут быть восприняты как указания на место нахождения изготовителя товара».

Географические объекты,  
воспринимаемые как указание  
на место производства товара и  
нахождения изготовителя:



Географические названия,  
заявленные в отношении  
товаров, характеристики которых  
не связаны с географическим  
происхождением (в том числе  
малоизвестные географические  
названия)

Цахкадзор



GATCHINA GARDENS



ИРТЫШ

КУЙБЫШЕВСКИЕ

## Гражданский кодекс Российской Федерации пункт 7 статья 1483

Не допускается регистрация в качестве товарных знаков в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с НМПТ, охраняемым в соответствии с Гражданским кодексом, за исключением случая, когда такое обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего исключительное право на такое наименование, при условии, что регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано НМПТ.

Примеры регистраций в качестве средств индивидуализации обозначений, включающих географические наименования («региональные бренды»)





**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**