

Божьи коровки» в розницу и оптом. РПЦ получила монополию на "религиозные бренды"

В конце прошлого года Госдума освободила религиозные организации от уплаты налога на добавленную стоимость. По мнению экспертов, это было сделано в угоду Московской патриархии, ищущей новые пути извлечения прибылей для содержания своего огромного хозяйства. Но заниматься собственным бизнесом РПЦ мало, и она стремится взять под контроль на рынке товаров и услуг все, что содержит хотя бы малейший намек на православную составляющую.

Фактически речь идет о введении "духовной цензуры" в российском предпринимательстве. Как выяснили "НИ", в практику вошли, к примеру, просьбы иерархов в Роспатент об отклонении заявок на торговые марки "религиозной тематики". Начала Великого поста с волнением ждали не только простые верующие, но и бизнесмены, водящие дружбу с главенством РПЦ. Если в советские времена постящимся приходилось выбирать между вареной картошкой и макаронами, сегодня в любом супермаркете широкий выбор пищи, за вкушение которой не надо каяться на исповеди. Поскольку под постом большинство россиян подразумевают не обуздание страстей и преумножение любви, а переход на вегетарианство, производители замороженных продуктов из овощей и даров моря потирают руки в предвкушении прибыли. Так, в Северной столице после освобождения РПЦ от уплаты налогов на НДС лидирующие позиции в этом секторе рынка завоевало некое ОАО, презентовавшее прошлой осенью торговую марку "Русь Православная". Столь громким брендом компания обязана Санкт-Петербургской епархии и в первую очередь наместнику Александро-Невской лавры архимандриту Назарию (Лавриненко). Не случайно и презентация торговой марки прошла в стенах лавры. Теперь коммерсанты надеются, что потребители будут охотнее покупать их товары.

Эксперты убеждены: все хозяева "раскрученных" торговых марок, в которых прослеживаются прямые или косвенные православные аналогии, выплачивают "десятину" церковным структурам. Те, кто постоянно пьет минеральную воду "Святой источник", наверняка заметили, что со сменой дизайна этикеток с них исчезли слова "Бутилирована по благословию Святейшего Патриарха", равно как подпись и личная печать архиепископа Костромского и Галичского Александра (Могилева). Секрет прост: пока воду производила кипрская фирма, исправно платившая Костромской епархии ежегодно 250 тыс. долларов, продажи росли. Когда же "Святой источник" приобрела компания Nestle, хозяева которой отказались отчислять "церковную десятину", владыка Александр снял с этикетки свои подпись и печать — и продажи воды мгновенно упали.

По примеру коллеги из Костромы производством "святой воды" занимаются и другие архиереи РПЦ. Так, рядом с Козельской Оптиной пустыней, расположенной в пределах Калужской епархии, которую возглавляет управделами Патриархии митрополит Климент (Капалин), производится минеральная вода, "освященная именем преподобного Амвросия Оптинского". Ни производителей, ни потребителей не смущает то, что продавать за деньги святую воду как-то не по-божески. Да ладно бы одна вода: многочисленными заводами и фабриками выпускаются "церковные" вина, хлебозаводы бойко торгуют изделиями, в названиях которых, с благословения местных епархий, используются церковные термины и символика. В Подмосковье скоро начнется выпуск молочных продуктов под ТМ "Божья коровка" на базе приобретенных некоей церковной структурой молочных предприятий крупного кондитерского концерна.

Как видим, в присутствии "церковной символики" в брендах заинтересованы и РПЦ, и бизнесмены. Мало того: в случае, когда последние не хотят делиться с Патриархией, им ясно светит перспектива лишиться вообще всего. Несколько лет назад Патриарх Алексей II недвусмысленно предупредил: "Если представители Церкви сочтут, что "святое имя" того или иного продукта оскорбит чувства верующих, заявка на название будет снята. Можно долго спорить о том, что свято, а что нечестиво. Но только Церковь знает, что истинно". Тогда это прозвучало всего лишь как декларация о намерениях. Однако минувшей осенью, как раз когда в Думе был решен вопрос об освобождении религиозных организаций от НДС, в СМИ прошло сообщение, что "иерархи Русской Православной Церкви вместе с российским правительством начали контролировать появление

торговых марок с использованием "религиозной тематики". На сегодняшний день уже более 10 заявок на подобные названия отклонены".

"Новым Известиям" удалось выяснить, что на деле все обстоит намного серьезнее. РПЦ фактически добилась единоличной "духовной цензуры" в сфере предпринимательства. Как рассказал "НИ" заместитель директора Федерального института промышленной собственности Роберт Восканян, в Роспатент неоднократно приходили письма из Московской патриархии с просьбой обращаться к ним за консультацией в тех случаях, когда на рассмотрение Роспатента будут поступать торговые марки, использующие в названиях и изобразительном ряде "православные элементы".

Хотя, по мнению чиновников Роспатента, "элементы", о которых идет речь, давно обрели общекультурный смысл (не заставишь ведь всякого художника, рисующего церкви, обращаться за консультацией в Патриархию), руководство Федеральной службы, учитывая роль, которую играет РПЦ в жизни общества, пошло священнослужителям навстречу. И если хозяйствующие субъекты пытаются зарегистрировать бренды, подпадающие под определения Московской патриархии, она в каждом отдельном случае выступает в роли последней судебной инстанции. По ее просьбе были отклонены десятки заявок на регистрацию, поданные "нарушителями конвенции".

Роберт Восканян пояснил: основанием для такого порядка регистрации служит пункт 3 статьи 6 "Закона о товарных знаках" РФ, гласящий: "Не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы: являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя; противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали".

Получается, что РПЦ – пока, правда, лишь в сфере бизнеса – обрело монополию не только на последнее слово в определении, что и как соответствует принципам гуманности и морали, но и эксклюзивном праве на производство молока "Божья коровка" и вина "Исповедь грешницы".

Сделать это Московской патриархии было тем более просто, что, по данным представителя Роспатента, аналогичных заявлений из других религиозных организаций ни разу не поступало.

Автор: Михаил Поздняев © Новые Известия РЕЛИГИЯ, РОССИЯ 👁 2119 22.02.2007, 15:59 ↗ 177
URL: <https://babr24.com/?ADE=36182> Bytes: 6333 / 6333 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Михаил
Поздняев.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)