

Правовая защита товарных знаков в Российской Федерации

Рузаев Евгений Павлович

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема

Студент

Аннотация

В данной статье рассматриваются основные положения по защите товарных знаков в Российской Федерации. Анализируются положения гражданского законодательства, которыми регулируется защита товарных знаков. Затрагивается необходимость защиты товарных знаков, а также процедура по урегулированию конфликтов

Ключевые слова: товарный знак, исключительное право, незаконное использование

Legal protection of trademarks in the Russian Federation

Ruzaev Evgeny Pavlovich

Sholom-Aleichem Priamursky State University

Student

Abstract

This article discusses the basic provisions for the protection of trademarks in the Russian Federation. Analyzes the provisions of civil legislation, which regulates the protection of trademarks. The necessity of trademark protection is touched upon, as well as the procedure for resolving conflicts.

Keywords: trademark, exclusive right, illegal use

Актуальность статьи заключается в том, что в динамично развивающейся современной экономике товарные знаки все чаще становятся неотъемлемой частью экономических отношений. В то же время институт бренда используется уже довольно давно. Бизнес — это среда с высоким уровнем конкуренции, поэтому бренд в настоящее время становится все более важным субъектом бизнеса. Соответственно, товарные знаки требуют правовой охраны, соответствующей их значимости.

Цель статьи заключается в исследовании процесса защиты товарных знаков на территории Российской Федерации.

В своей статье В.Д. Горленко изучает действующее законодательство РФ, посвященное использованию товарных знаков, анализируются вопросы исчерпания права, проблемные и коллизионные аспекты применения норм права с позиции правообладателя интеллектуальной собственности [3]. В работе А.Е. Качян анализируется проблема защиты исключительного права на товарный знак обосновывается необходимость изменения действующего

законодательства [4]. Статья П.П. Устиновой посвящена анализу основных аспектов реализации процесса защиты товарных знаков при наличии недобросовестной конкуренции между предприятиями, которые занимаются аналогичными видами деятельности [5].

В соответствии со ст. 1477 ГК РФ, товарный знак — это обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей [1]. Товарный знак может представлять собой слова и рисунки, словосочетания и т.д. Такие обозначения называют по-разному: эмблема, логотип, товарный знак, бренд, торговая марка, фирменный знак.

Товарным знаком признается исключительное право, подтвержденное свидетельством. Это исключительное право действует на всей территории Российской Федерации. Обладателем исключительного права на товарный знак может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель. Стать обладателем исключительного права на товарный знак можно, зарегистрировав товарный знак в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации.

Юридически охрана товарного знака заключается в регистрации товарного знака и последующего исключительного права на товарный знак. Поэтому для решения вопроса о правовой охране необходимо сначала рассмотреть процедуру регистрации товарного знака.

Процедура регистрации товарного знака осуществляется в несколько этапов. Прежде всего, необходимо определить, используется ли товарный знак, который вы хотите использовать, уже другим лицом. Если товарный знак уже существует и имеет свидетельство, то следует поискать товарный знак в системе существующих видов товарных знаков, марок и товарных знаков. Это российская и международная база данных товарных знаков. Существует несколько видов товарных знаков, марок или брендов, которые различаются по способу создания: в виде слова, изображения и даже трехмерные, бывают также комбинации трех предыдущих видов или цветовые (звуковые, обонятельные).

Поскольку существует большое количество слов, которые не подвергаются цензуре, довольно легко найти или выбрать подходящее название, логотип или обозначение для вашей услуги или товара. Однако самое главное, чтобы выбранный вами товарный знак не был «одинаково сходным до степени смешения» с другими зарегистрированными товарными знаками. База данных товарных знаков, которую можно найти на многих сайтах, дает вам возможность выбрать свой собственный товарный знак, не совпадающий ни с каким другим, с учетом классов товаров и услуг в специальном перечне классов. Самым надежным способом выбора и защиты товарного знака по-прежнему является обращение за советом к профессионалам. Специалисты по товарным знакам помогут выбрать наиболее подходящее название, логотип или слово и объяснят процедуру регистрации товарного знака с учетом требований законодательства и пожеланий компании или предпринимателя.

Известно, что юридическое лицо и индивидуальный предприниматель могут подать заявку на регистрацию товарного знака в Федеральное ведомство по интеллектуальной собственности (Роспатент). Интересы заявителя может представлять патентный поверенный на основании доверенности, выданной ему заявителем.

После регистрации заявка проверяется на соответствие требованиям российского законодательства и документов на товарный знак. Крайний срок проведения этого мероприятия установлен в 1 месяц. После этого проводится экспертиза заявленного обозначения, в ходе которой проверяется соответствие товарного знака определенным требованиям законодательства, а также приоритет товарного знака (после даты подачи заявки на товарный знак в Федеральное агентство интеллектуальной собственности).

Концепция приоритета важна, если заявки на идентичные товарные знаки для сопоставления списков товаров поданы полностью или частично разными заявителями, и эти заявки имеют одинаковую дату приоритета, то для товаров, для которых указанные списки совпадают, заявленный товарный знак может быть зарегистрирован только на имя одного заявителя. Заявителей, которые определяются соглашением между ними.

Если Роспатент примет решение о регистрации, товарный знак будет зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации в течение одного месяца с даты получения документа, подтверждающего уплату государственной пошлины. На основе Государственного реестра создается официальная база данных по товарным знакам.

Еще одним важным элементом бренда является логотип. Это важная письменная или графическая часть бренда, которая делает название организации, услуги или продукта оригинальным и уникальным. Использование логотипа может быть обозначено как нанесение изображения на продукцию и ее упаковку лицом, имеющим сертификат на этот логотип. После получения вами свидетельства о регистрации в качестве товарного знака владелец логотипа может контролировать использование логотипа в любом месте.

Основания для отказа в государственной регистрации обозначения в качестве товарного знака указаны в ст. 1483 ГК РФ [1]. Рассматривая основания для отказа в регистрации обозначения в качестве товарного знака, следует отметить, что российский законодатель не разделяет основания для отказа в регистрации товарного знака на абсолютные и относительные, как это предусмотрено, например, в отношении товарного знака Европейского Союза. Поиск и экспертизу сходных и тождественных заявленному товарному знаку товарных знаков проводит регистрирующий орган. Законом не предусмотрен период после публикации заявки, когда заинтересованные лица могут начать возражать против регистрации заявленного обозначения.

Регистрируя товарный знак, предприниматель (компания) становится обладателем исключительного права. Только при этом условии защита товарного знака станет возможной, если другое юридическое лицо нарушит

исключительное право. Срок регистрации товарного знака действителен в течение десяти лет с даты подачи заявки на регистрацию. Этот период может быть продлен правообладателем на следующие десять лет, а затем повторен. Закон не ограничивает количество продлений.

Если индивидуальный предприниматель или компания обнаружит, что его товарный знак (или похожий на него товарный знак, если обозначения смешаны) используется третьими лицами или конкурентами, необходимо немедленно отреагировать на это правонарушение.

Прежде всего, необходимо провести проверку на предмет нарушения прав на товарный знак. Задача патентных экспертов — проанализировать ситуацию в контексте конфликта интересов, затем провести сравнительный анализ товарного знака с обозначением предполагаемого нарушителя, после чего необходимо определить, имеет место нарушение или нет.

Как только установлено нарушение исключительного права, необходимо принять меры по защите нарушенного права. Если виновные будут наказаны, вы можете заранее отправить официальное письмо с просьбой прекратить дальнейшее незаконное использование товарного знака. Если вы не получите положительного ответа на официальное письмо, вы можете потребовать возмещения ущерба через суд или административный орган. Иногда спор доходит до того, что необходимо возбуждать уголовное дело по ст. 180 УК РФ за незаконное использование товарного знака [2].

Согласно ст. 180 УК РФ, незаконное использование иностранного товарного знака, знака обслуживания, знака происхождения товара или аналогичных обозначений для аналогичных товаров, если это деяние было совершено повторно или причинило крупный вред, наказывается штрафом в размере до двухсот тысяч рублей или заработной платой или иным доходом в размере осужденному на срок до восемнадцати месяцев либо с обязательными работами на срок до четырехсот восьмидесяти часов, либо с исправительными работами на срок до двух лет [2].

Незаконное использование предупреждающего уведомления в отношении товарного знака или места происхождения товара, которые не зарегистрированы в Российской Федерации, если деяние было совершено повторно или причинило крупный ущерб, наказывается штрафом в размере до ста двадцати тысяч рублей, либо заработной платой, либо иным доходом, за который был осужден на срок до одного года, наказывается либо обязательными работами на срок до трехсот шестидесяти часов, либо исправительными работами на срок до одного года.

Таким образом, правоотношения в сфере товарных знаков в Российской Федерации построены чрезвычайно логично и всесторонне регулируют правоотношения. Российское законодательство отражает современное видение бизнеса: бренд стал неотъемлемой частью ведения бизнеса, поэтому эта часть бизнеса должна быть защищена законом с присущей ей полнотой и значимостью. Можно сделать вывод, что бренд является наиболее широко используемым и важным средством индивидуализации товаров, работ и услуг.

В то же время — это средство индивидуализации участников гражданского направления, в основном коммерческого.

Библиографический список

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации: офиц. текст ФЗ № 51 – ФЗ от 30.11.1994 г. – СПС КонсультантПлюс.
2. Уголовный Кодекс Российской Федерации: офиц. текст ФЗ № 63 – ФЗ от 13.06.1996 г. СПС КонсультантПлюс.
3. Горленко В.Д. Некоторые проблемы правовой защиты товарного знака // Юридический факт. 2021. № 131. С. 6 – 7.
4. Кочян А.Е. Защита исключительного права на товарный знак // Эпомен. 2021. № 57. С. 232 – 236.
5. Устинова П.П. Защита товарных знаков и защита конкуренции. Проблема приоритетов // Modern science. 2021. № 2-1. С. 207 – 210.