

# Товарные знаки

Презентация для 10-11 классов

Выполнила – Ковалева А.А.

Учитель технологии

---

# ТОВА́РНЫЙ ЗНАК -

- обозначение (словесное, изобразительное, комбинированное или иное), «служащее для индивидуализации товаров, юридических лиц или индивидуальных предпринимателей». Законом признаётся исключительное право на товарный знак, удостоверяемое свидетельством на товарный знак. Правообладатель товарного знака имеет право его использовать, им распоряжаться и запрещать его использование другими лицами.
  - Незаконное использование товарного знака влечет за собой гражданско-правовую (ст. 1515 ГК РФ), административную (ст. 14.10. КоАП РФ) и уголовную ответственность (ст. 180 УК РФ).
-

# История товарных знаков

- Товарные знаки существовали в древнем мире. Еще 3000 лет назад индийские ремесленники имели обыкновение запечатлевать свои подписи на художественных творениях перед их отправкой в Иран. Позднее в употреблении находилось около тысячи различных римских гончарных клейм, включая фабричное клеймо FORTIS, которое стало настолько знаменитым, что его копировали и подделывали. Сфера использования товарных знаков возросла в условиях процветающей торговли средних веков.
  - Сегодня товарные знаки (часто сокращенно обозначаемые ТМ на английском языке) используются повсеместно. Растущая значимость товарных знаков в коммерческой деятельности обусловлена усиливающейся конкуренцией между фирмами, осуществляющими бизнес в более чем одной стране. Товарные знаки используются для того, чтобы облегчить потребителям идентификацию самих товаров и услуг, а также их качества и стоимости. Товарный знак можно рассматривать как инструмент связи, используемый производителями для привлечения клиентов.
-

# Товарный знак в дореволюционной России

- Товарный знак удостоверяет происхождение товара от известного торгового или промышленного предприятия. Для возможности защиты Товарных знаков от подделки требуется регистрация их в правительственных учреждениях. В России (по закону 1896) свидетельство на Товарный знак выдаётся отделом торговли министерства торговли и промышленности.
-

# Товарный знак в СССР

- Порядок приобретения права на Товарный знак, его использования и защиты определялся национальным законодательством и международными соглашениями, важнейшими из которых являются Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 и Мадридское соглашение о международной регистрации товарных знаков 1891 (обе ратифицированы СССР). Во всех социалистических странах и большинстве капиталистических стран (например, в ФРГ, Франции, Японии, Италии, скандинавских странах) исключительное право на Т. з. приобретается путём его официальной регистрации
-

# СИНОНИМЫ

- Маркетинговое понятие бренд иногда на бытовом уровне используется в качестве синонима понятия «товарный знак» или «знак обслуживания», что является неверным, хотя товарный знак или знак обслуживания часто и являются основополагающей составляющей понятия бренда.
-

Правообладатель товарного знака может контролировать не любое использование своего товарного знака, а лишь использование его в гражданском обороте, в частности:

- на товарах, на этикетках, упаковках этих товаров, которые производятся, продаются, рекламируются или иным образом вводятся в гражданский оборот либо хранятся или перевозятся с этой целью;
- «при выполнении работ, оказании услуг (в случае знака обслуживания);
- на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;
- в предложениях к продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;
- в сети Интернет, в частности в доменном имени и при других способах адресации.

Не подлежат контролю со стороны правообладателя такие виды использования товарного знака, как:

- упоминание его в нерекламных целях;
- использование на товарах, которые уже были введены в оборот самим правообладателем или с его согласия (например, при пользовании купленным товаром, на котором изображён товарный знак или при дальнейшей перепродаже такого товара);
- использование в личных целях;
- другие виды использования, не связанные с введением товаров (услуг) в гражданский оборот

---

# Использование

# Примеры, которые помогут понять, какие товарные знаки являются:

- словесными — «Apple» для компьютеров, Deutsche Bank для банка, «Холлофайбер» для нетканых материалов;
  - произвольными или вымышленными обозначениями — Coca-Cola, Nikon, Sony, NIKE и Easy Jet;
  - именами — Ford, Peugeot, Hilton (отель);
  - слоганами — «Летай мной» для авиалинии;
  - содержащими элементы — трёхлучевая звезда для Mercedes-Benz;
  - цифры — одеколон 4711;
  - буквы — GM, FIAT, VW, KLM;
  - картинки или символы — Lacoste (маленький крокодил);
  - звуками — мелодия мобильного телефона Nokia, Philips и др.
-



# Этапы разработки и регистрации товарного знака

- Постановка цели позиционирования товара на рынке
  - Определение основных элементов знака как символов отрасли или фирмы
  - Выбор из ряда выполненных серий эскизов обозначения двух-трех вариантов для проведения фокус-группы
  - Постановка задачи для поиска выбранных в результате работы фокус-группы обозначений по фонду зарегистрированных в России товарных знаков и проведение поиска в БД Роспатента с выявлением сходных обозначений
  - Сравнение выбранных эскизов с отобранной в результате поиска информацией. При необходимости — корректировка обозначения с целью избежать сходства с зарегистрированным обозначением
  - Утверждение выбранного обозначения
  - Работы по комплектованию заявки на товарный знак
  - Подача обозначения на регистрацию в качестве товарного знака
  - Делопроизводство по заявке на товарный знак
  - Получение охранного документа (свидетельства) на товарный знак
  - Юридическое сопровождение свидетельства на товарный знак
  - Постановка зарегистрированного товарного знака на бухгалтерский учет в качестве нематериального актива предприятия
-

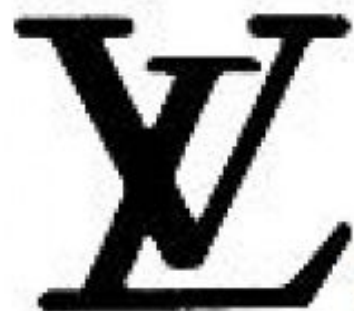
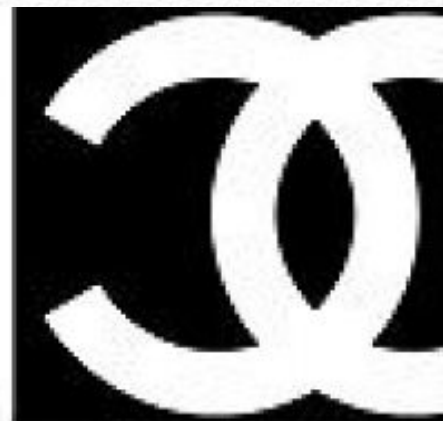
# Предупредительная маркировка

- Предупредительная маркировка представляет собой специальное обозначение, свидетельствующее о том, что товарный знак зарегистрирован.
  - Маркировка «®» (Registered) согласно мировой практике может быть использована только владельцами официально зарегистрированных товарных знаков. Символ ставится непосредственно справа вверху от изображения товарного знака.
  - Нанесение такого обозначения является правом, а не обязанностью владельца знака, что подкрепляется статьей 5D Парижской Конвенции [15].
  - Обозначение Trade mark <sup>TM</sup>, «TM» или «<sup>TM</sup>», не регулируемое законодательством в России, в зарубежных странах обычно обозначает, что заявка на товарный знак уже подана и при использовании этого наименования после регистрации товарного знака можно получить претензию правообладателя.
  - Маркировка «TM» согласно законодательству РФ не имеет правовой защиты, такая маркировка выполняет лишь информативную функцию.
-

# Срок действия права на товарный знак

- Свидетельство на товарный знак выдается в РФ сроком на 10 лет. В дальнейшем оно может быть по соответствующему заявлению в регистрирующий орган и уплаты соответствующей государственной пошлины продлено еще на 10 лет, и так неограниченное число раз.
  - Чтобы товарный знак приобрел известность и признание, требуются значительные капиталовложения и, обычно, значительный период времени. Поэтому в интересах каждого, кто стремится использовать товарный знак, быть уверенным, что ему предоставляется охрана как ценному объекту интеллектуальной собственности.
  - Это зависит от законов о товарных знаках, однако наиболее общепринятым способом охраны товарного знака является его регистрация в Реестре товарных знаков, и большое число стран ставит эту регистрацию условием охраны товарных знаков. Сначала знак должен быть зарегистрирован, и как только он зарегистрирован, он охраняется, и его владелец имеет право воспрепятствовать другим лицам в его использовании. Однако регистрация не является единственным способом охраны товарного знака. В некоторых странах также охраняются незарегистрированные товарные знаки, однако это менее надежная форма охраны, поскольку незарегистрированный товарный знак не защищен до тех пор, пока он не приобрел достаточную узнаваемость и репутацию на рынке, на что может уйти значительное время после первоначального выпуска на рынок.
  - Если вы начинаете предлагать на рынке ваши продукты под новым товарным знаком, о котором никто не знает, этот товарный знак будет очень уязвимым. Можно претендовать на охрану, предоставляемую законами о недобросовестной конкуренции, однако в этом случае наиболее важным моментом является то, что знак должен приобрести репутацию.
-

88  
BALENCIAGA  
PARIS



for all 7 friends



HERMÈS  
PARIS

*Christian Dior*

Christian Dior



F F  
FENDI



52

# Знак соответствия продукции российскому ГОСТу



Asteza.ru

**CAMEL** **Mars**



Enjoy  
**Coca-Cola**  
Trade-mark ®



PENTIUM PRO  
PROCESSOR

**DELL**

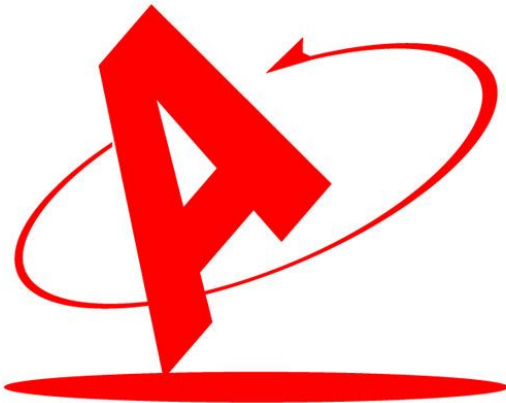
**FUJITSU** COMPUTERS  
**SIEMENS**

**Чипса**  
**Чипс**





9825 CORPORATE VECTOR LOGOS



**АЛЬТЕРРА**



© [www.StormStudio.ru](http://www.StormStudio.ru)

