

# «Товарные знаки. НМПТ. Авторские права»

# Товарные знаки: абсолютно и относительно неохранные обозначения

Обозначения считаются неохранными, поскольку их нельзя включать в охраняемые товарные знаки, т.е. нельзя охранять как товарные знаки:

1. если обозначение, используемое в товарном знаке, попадает в перечень **абсолютно неохранных** обозначений, товарный знак не выдается безусловно. Например, если заявлено обозначение аморального содержания, то товарный знак не может быть выдан.

2. если обозначение, используемое в товарном знаке, попадает в перечень **относительно неохранных** обозначений, то на товарный знак может быть выдано охранное свидетельство при условии, что заявитель обладает разрешением правообладателя на использование соответствующего обозначения. Например, если в товарном знаке используется рисунок, то свидетельство на товарный знак может быть выдано, если автор рисунка разрешил его использовать в товарном знаке.

# АБСОЛЮТНО НЕОХРАНОСПОСОБНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ:

## 1. ОБОЗНАЧЕНИЯ , КОТОРЫЕ ВВОДЯТ В ЗАБЛУЖДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Если само по себе такое обозначение "сообщает" какие-либо сведения о товаре (услуги), которые при этом не соответствуют объективной действительности, то такой знак является ложным. *Для того чтобы определить, является ли заявленное обозначение ложным (способным ввести в заблуждение), целесообразно проанализировать смысловое значение каждого элемента, входящего в состав заявленного обозначения.*

*1 Роспатент отказал в регистрации товарного знака "Мягкий хлеб" в отношении товаров 33-го класса (алкогольные напитки), признав обозначение ложным. "элементы заявленного обозначения "МЯГКИЙ ХЛЕБ" прямо указывают на определенный вид товара и его свойства и не соответствуют действительности в отношении заявленных алкогольных напитков. Президиум Суда по интеллектуальным правам отменил данное решение, отметив, что "следует рассматривать обозначение на предмет признания его ложным только в отношении тех товаров, для которых испрашивается регистрация обозначения... Применительно к данному спору примером первого является обозначение "МЯГКИЙ ХЛЕБ" в отношении товара "хлеб". При рассмотрении настоящего дела... Роспатент, должен был доказать несоответствие действительности обозначения "МЯГКИЙ ХЛЕБ" в отношении товара "алкогольные напитки" (что было сделано Роспатентом) и правдоподобность восприятия средними потребителями этого обозначения именно как указывающего на вид и свойства конкретного товара, для которого испрашивается охрана (эту обязанность Роспатент не исполнил). обозначение "МЯГКИЙ ХЛЕБ", будучи размещенным на таком товаре, как "алкогольные напитки", априори не может восприниматься как указание на вид товара.*

2. Наиболее характерным примером знаков, способных ввести потребителей в заблуждение, являются обозначения, содержащие в себе намеки на определенную страну происхождения данного товара, притом что в действительности товар был произведен в другой стране. Так, в приказе Роспатента в качестве примера подобного обозначения приведено изображение Великой китайской стены и словесного элемента "Фарфор", выполненного в графической манере, имитирующей китайские иероглифы, заявленное в отношении товара "фарфоровые изделия" российским заявителем, так как Китай известен как основатель производства фарфора.

3. Роспатент отказал ООО "Александровские погреба" в регистрации товарного знака "Viserhal" в отношении товаров 33-го классов МКТУ (вино) установив наличие высокой степени сходства заявленного обозначения с обозначением "BUCEPHALUS", которым маркируется вино), производимая винодельней крупной компании "Delicato Family Vineyards". Заявитель оспорил данное решение.

Суд пришел к выводу о том, что незначительность ввозимых на территорию России партий товара, маркированного обозначением, не может свидетельствовать о возникновении какой-либо ассоциативной связи у российских потребителей товара (вина) с его изготовителем. Но в удовлетворении заявленных требований он отказал. -общество "Александровы погреба" пыталось получить необоснованные преимущества за счет уже существующего бренда элитного вина. хозяйствующий субъект, совершая акт недобросовестной конкуренции, может преследовать цель не смешения своих товаров, маркированных спорным обозначением, с товарами другого лица, а использовать известность производимых им товаров и средств их индивидуализации для того, чтобы привлечь внимание к собственным товарам. компания является известным мировым производителем вина) премиум-класса с наименованием "BUCEPHALUS", которое ввозилось, хотя и в небольших количествах, в том числе и на территорию Российской Федерации. Установив информированность общества "Александровы погреба" об оригинальном производителе и его товарах, суд пришел к обоснованному выводу о том, что общество, подавая заявку на регистрацию товарного знака, выбрало обозначение "Viserhal" не случайно. Целью государственной регистрации спорного товарного знака было получение обществом необоснованных преимуществ за счет уже существующего бренда элитных алкогольных напитков.

## 2. Обозначения, не обладающие различительной способностью

**А, те, что вошли во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида:** целлофан, термос, вазелин, сахарин, эскалатор, граммофон, магнитофон, линолеум,

**Б) Обозначения, являющиеся общепринятыми терминами.** Данные обозначения не способны индивидуализировать товар (услуги) конкретного предпринимателя по причине того, что они выступают устойчивыми названиями конкретных понятий (относящихся к товарам или услугам), используемых в профессиональных сообществах.

*Суд признал недействительной регистрацию в качестве товарного знака обозначения "BSS" для офтальмологического препарата, так как "BSS" является аббревиатурой от термина "сбалансированный солевой раствор" (balanced salt solution) и является традиционным в соответствующем сообществе (офтальмологов) .*

*В судебной практике недействительной была признана регистрация в качестве товарного знака обозначения "подарочная карта". Суд установил, что до даты приоритета оспариваемого товарного знака обозначение "подарочная карта" уже широко использовалось в качестве лексической единицы в области деятельности кредитных организаций. В качестве доказательств суд принял обзор "Рынок подарочных карт в России"; информацию, содержащуюся в средствах массовой информации*

**В) простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров.**

*1. Суд поддержал вывод Роспатента о невозможности регистрации в качестве товарного знака обозначения "GQ", как не имеющего характерного графического исполнения и словесного характера. В другом деле не обладающим различительной способностью было признано обозначение "LFT".*

*2. Суд признал правомерным предоставление правовой охраны обозначению со словесным элементом "ПСБ". Как было отмечено правоприменителями, "входящий в состав рассматриваемого знака словесный элемент "ПСБ" не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой сочетание букв, не имеющее словесного характера. Между тем Роспатент и СИП РФ признали доказанным факт использования данной аббревиатуры банком ОАО "Промышленно-строительный банк" (сокращенное наименование ОАО "ПСБ") задолго до подачи заявки*

## **Г) ОБОЗНАЧЕНИЯ , КОТОРЫЕ ПРЕДСТАВЛЯЮТ СОБОЙ ФОРМУ ТОВАРОВ, КОТОРАЯ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ГЛАВНЫМ ОБРАЗОМ СВОЙСТВОМ ИЛИ НАЗНАЧЕНИЕМ ТОВАРОВ.** под

формой, которая придает существенную ценность товару, понимается прежде всего художественная форма. В соответствии с данным основанием в качестве товарного знака не может быть зарегистрирована, например, статуэтка.

*Для большинства массовых товаров объективно возможен ограниченный набор "внешних оболочек", в которых они могут эффективно использоваться.*

*1 Роспатент отказал в регистрации объемного обозначения, представляющего собой внешний вид торта "Муравейник". -представленное объемное обозначение не является оригинальным, поскольку подобная форма и рельеф являются традиционными для тортов. Кроме того, такие торты подобной формы выпускаются различными производителями, и не представляется возможным установить, что форма торта приобрела различительную способность и ассоциируется только с заявителем.*

*в данном случае учитывалась, во-первых, способность соответствующего обозначения идентифицировать товар заявителя среди однородных; во-вторых, интересы конкурентов - иных производителей тортов.*

*2. Роспатент отказал в регистрации объемного обозначения, представляющего собой реалистическое изображение сухарика с пористой поверхностью вытянутой прямоугольной формы- Каких-либо доказательств того, что само объемное изображение сухарика приобрело различительную способность и ассоциируется только с заявителем, в материалы дела представлено не было"*

3. в отношении правовой охраны кубика "Лего". Речь в данном деле шла об изобразительном знаке. Суд признал правомерной регистрацию в качестве товарного знака изображения кубика "Лего". При этом он отметил : "Обществом не было представлено ни одного доказательства того, что на момент создания кирпичика LEGO компанией LEGO, а также на дату приоритета оспариваемых товарных знаков форма указанного кирпичика была традиционной формой какого-либо товара, выпускаемого различными производителями. В связи с этим отсутствуют какие-либо основания считать, что на дату приоритета оспариваемых товарных знаков форма кирпичика LEGO не являлась оригинальной, была лишена отличительных признаков .

В отличие от российского патентного ведомства европейские правоприменители отказали в правовой охране кубика "Лего". В деле *Lego Juris A/S v. OHIM and Mega Brands Inc.* Европейский суд постановил, что правовая охрана товарного знака "Lego" - объемного обозначения - красный кирпичик - является недействительной. суд подчеркнул, что правоприменители должны оценивать форму с той позиции, выполняют ее существенные характеристики техническую функцию или нет



4. в деле *Mag Instrument Inc v. OHM* заявитель пытался зарегистрировать в качестве товарных знаков различные формы фонариков. Судом было отмечено, что только объемное обозначение, которое существенно отличается от традиционной формы и потому может осуществлять основную функцию - указание на источник происхождения товара, не лишено различительной способности. Тот факт, что заявленная форма является всего лишь возможным вариантом привычной формы продукта, является недостаточным для регистрации. Необходимо всегда определять, позволяет ли подобная марка среднему потребителю продукта отграничивать продукт данного производителя от однородных без дополнительного внимания.

5. суд признал не подлежащей правовой охране форму товара, в деле *Philips v. Remington*. В 1966 г. компанией "Philips" была разработана бритва с тремя бреющими головками, расположенными треугольником. В 1985 г. данная форма была зарегистрирована в качестве товарного знака. В 1995 г. "Remington" начал производить схожие бритвы. Компания "Philips" утверждала, что у формы бритвы были различные альтернативы для достижения схожего технического результата. Между тем суд постановил, что товарные знаки не могут ограничивать свободу конкурентов в отношении технического решения. Если характеристики формы изделия относятся только к техническому результату, то они не могут быть зарегистрированы, несмотря на то что технический результат можно достичь и посредством другой формы.

**д) Описательные обозначения** - сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, качество, количество, свойства, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства,- не обладают различительной способностью.

*Так, суд признал правомерным отказ в регистрации товарного знака "фреш" в отношении товаров "яйца куриные". Данное обозначение было признано описательным, указывающим на характеристики товара (свежесть). В то же время подобное обозначение вполне может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении, например, бара или фитнес-центра*

*примеры описательных обозначений, в регистрации которых, вероятнее всего, будет отказано: понятия, указывающие на качество или количество товара: "лучший", "хороший", "вкусный", "кило", "литр", "дешевый";- понятия, информирующие о цели использования продукта: "похудей!" для товаров для похудения; понятия, указывающие на ценность: "удачная покупка", "это выгодно!"; понятия, указывающие на географическое происхождение товара: "испанская говядина", "швейцарский сыр" и др.*

1. На имя ООО "ЕвроИмп" был зарегистрирован товарный знак "BERGLAND" в отношении классов МКТУ. Обществом "МЕТРО Кэш энд Керри" подано возражение против предоставления правовой охраны по указанному товарному знаку. По мнению заявителя, слово BERGLAND, занимающее доминирующее положение в товарном знаке, полностью совпадает с названием географического объекта, Суд констатировал, что географические названия не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков, если такие названия способны восприниматься потребителем как указание на место нахождения изготовителя товаров.. При отсутствии иной информации на момент проведения экспертизы словесный элемент "BERGLAND" заявленного комбинированного обозначения мог восприниматься как имеющий фантазийное происхождение, что не препятствовало его регистрации >.

Ключевым критерием для разграничения описательных и фантазийных товарных знаков является вопрос, понятен ли среднему потребителю смысл элемента (воспринимает ли он его в качестве характеристики товара) без дополнительных рассуждений и домысливания.

*Суд признал не подлежащим регистрации в качестве товарного знака обозначение "ЖИВОЕ МОЛОКО". Он констатировал, что обозначение "ЖИВОЕ МОЛОКО" не является фантазийным по отношению к товару "молоко", а является широко применяемым в деловой практике обозначением, характеризующим свойства производимой молочной продукции. При этом употребление производителями названного обозначения ориентировано на потребителей, воспринимающих его как характеристику свойств определенного товара, не требующую дополнительных рассуждений*

*Общество, пытавшееся оспорить правовую охрану "ПОЛУГАР", указывало на то, что "ПОЛУГАР" представляет собой термин и является указанием на вид товара и его свойства, так как воспроизводит название хлебного вина крепостью 38,5% и определяет эталон крепости водки, известный в Российской империи, поскольку происходит от метода измерения, закрепленного в нормативных правовых актах царской России. По мнению суда, данный вывод заявителя основывался лишь на исторических сведениях об использовавшемся в некоторый период времени в XIX веке методе оценки крепости алкогольной продукции посредством ее выгорания в определенных пропорциях. При этом известность названного метода современному российскому потребителю алкогольных напитков на дату приоритета оспариваемого товарного знака обществом "Роялти" не была доказана. Также суд принял во внимание результаты социологического опроса, согласно которому 93% опрошенных слово "ПОЛУГАР" неизвестно.*

## е) Обозначения, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали

Согласно [Приказу](#) Минэкономразвития России от 20 июля 2015 г. N 482 к обозначениям, противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, относятся, в частности:

- неэтично примененная национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги, эмблемы);
- антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного содержания;
- призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих;
- слова, написание которых нарушает правила орфографии.

*1. Суд по интеллектуальным правам согласился с Роспатентом относительно отказа в регистрации словесного обозначения "ОТРЯД СПЕЦИАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ" в отношении [33-го класса](#) (алкогольные напитки) . его регистрация в качестве товарного знака, особенно в отношении алкогольной продукции, недопустима как противоречащая общественным интересам. Заявленное обозначение указывает на специальное воинское подразделение государства и имеет отношение к сфере обеспечения государственной безопасности, в связи с чем в сознании потребителя может ассоциироваться с органами государственной власти. использование названия специальных подразделений в системе органов государственной власти в коммерческой деятельности для индивидуализации заявленных товаров способно оказать негативное влияние на их репутацию" .*

В случаях с использованием в товарных знаках государственной символики, в регистрации подобных обозначений может быть отказано по основанию их способности к введению потребителей в заблуждение. средний потребитель может рассматривать такой товар как одобренный государственными органами, реализуемый при их поддержке, прошедший официальный государственный контроль и т.п.

**Ж) обозначения с использованием слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка. Использование жаргонных, нецензурных слов.** Обозначения, содержащие жаргонизмы или нарушения правил орфографии, как таковые противоречат общественным интересам

В соответствии с п. 6 ст. 1 Федерального закона от 1 июня 2005 г. N 53-ФЗ "О государственном языке Российской Федерации" при использовании русского языка не допускается использование слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка.

*1 Суд по интеллектуальным правам поддержал решение Роспатента об отказе в регистрации товарного знака "ФИДЕРРАЦИЯ" в отношении 33-го класса товаров (алкогольные напитки (за исключением пива)). Судом было отмечено, что заявленное на регистрацию обозначение "ФИДЕРРАЦИЯ" выполнено с нарушением правил орфографии русского языка*

*2. Общество обратилось в суд с заявлением о признании недействительным решения об отказе в государственной регистрации товарного знака "ШИРЕ ХАРИ". Суд: заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение "ШИРЕ ХАРИ" содержит жаргонное слово, что противоречит принципам морали.*

### **3) Использование обозначений в противоречии с базовыми ценностями российского общества, связанное с формированием неправильных социальных моделей поведения.**

Роспатент отказал в регистрации товарного знака "В кругу семьи" в качестве маркировки алкогольной *продукции* -это способно породить в сознании потребителей представление о том, что употребление алкоголя в кругу всех членов семьи, включая детей, является нормой, тем самым пропагандируя такую связь как проявление семейных ценностей.

## II. Относительно неохраноспособные обозначения

- это обозначения, которые тождественны или сходны до их смешения с:
  - зарегистрированными или заявленными на регистрацию товарными знаками на имя другого лица и обладающими более ранним приоритетом в отношении однородных товаров;
  - товарными знаками других лиц, охраняемыми на основе международных договоров в отношении однородных товаров;
  - товарными знаками других лиц, признанными общеизвестными, в отношении любых товаров.

Данная группа обозначения считается относительно неохраняемой, поскольку при наличии письменного согласия владельца соответствующего товарного знака эти обозначения могут охраняться.



2. не допускается регистрация в качестве товарного знака обозначения, тождественного названию **известного на дату подачи заявки произведения науки, литературы или искусства, персонажу или цитате из такого произведения, произведению искусства или фрагмента**, без согласия правообладателя.

законодатель борется с паразитированием предпринимателей на известности конкретного литературного произведения. Вместо того чтобы вкладывать средства в раскрутку бренда, улучшение качества товаров, предприниматель стремится привлечь потребителей посредством формирования у них ассоциаций с произведением. Кроме того, подобное использование элементов произведения может нарушить как имущественные, так и неимущественные интересы авторов и правообладателей.

*необходимо говорить не о любых персонажах, названиях или цитатах, а только о тех, что охраняются авторским правом. Такие объекты обладают самостоятельным творческим характером и оригинальностью. Именно поэтому они способны выступить в качестве коммерчески привлекательных товарных знаков, с высокой различительной способностью. Иной подход приведет к тому, что "из доступа" будет изъят широкий перечень слов и выражений, которые на практике потребители вряд ли будут как-то связывать с литературными произведениями. Так, например, у И. Бунина есть рассказы под названиями "Сосны", "Золотое дно", "Сила", "Хорошая жизнь". Такие обозначения, вероятно, не могут быть квалифицированы в качестве самостоятельных охраняемых объектов.*

Товарному знаку при регистрации могут быть противопоставлены также личные неимущественные права граждан на имя, псевдоним или изображение, факсимиле известного в Российской Федерации на дату подачи заявки лица при отсутствии согласия этого лица или его наследника

# ОХРАНА ОБЩЕИЗВЕСТНЫХ ЗНАКОВ

Общеизвестный товарный знак - это товарный знак, который в результате широкого и длительного использования стал хорошо известным среди потребителей товаров с этим знаком.

Известность товарному знаку обеспечивает в первую очередь высокое качество товаров, которое связывается со вполне определенным производителем. Высокое качество товаров с товарным знаком повышает репутацию производителя, делает товары привлекательными для потребителей.

признается общеизвестным только товарный знак на основе:

- государственной регистрации;
- международных договоров.

Правовая охрана общеизвестному товарному знаку предоставляется решением патентного ведомства, которое принимается на основании Совместной рекомендации о положениях в отношении охраны общеизвестных знаков, принятой в 1999 г. Ассамблеей Парижского союза по охране промышленной собственности и Генеральной Ассамблеей ВОИС. В ст. 2 этой Рекомендации приводятся факторы, которые патентное ведомство должно принимать во внимание:

- степень известности или признания знака в соответствующем секторе экономики;
- продолжительность, степень и регион использования знака;
- продолжительность, степень и регион любой деятельности по продвижению знака, включая рекламу или пропаганду, презентацию на ярмарках или выставках товаров, для которых используется этот знак;
- продолжительность и регион осуществленной регистрации знака и (или) любых заявок на его регистрацию в той степени, в какой они отражают использование или признание этого знака;
- материалы, отражающие факты успешной реализации прав на знак, в частности отражающие степень, в которой этот знак был признан общеизвестным патентным ведомством;
- ценность, присущая этому знаку.

Товарный знак, который признан патентным ведомством общеизвестным, вносится в **Перечень общеизвестных товарных знаков**, а сведения, относящиеся к общеизвестному товарному знаку, публикуются в Официальном бюллетене патентного ведомства.

Патентное ведомство выдает **свидетельство на общеизвестный товарный знак** после внесения товарного знака в Перечень общеизвестных товарных знаков.

*Оказываемые иным субъектом под известным брендом обозначения товары (услуги) могут оказаться низкого качества. Все это может повредить репутации основного бренда. У потребителей могут возникнуть в отношении него негативные ассоциации, даже если смешения и не произошло. С тем чтобы защитить интересы правообладателей, в таких случаях распространение получил институт **размывания товарного знака (trademark dilution)**.*

Рассматривая спор о товарном знаке "Dimple", суд установил, что такой бренд приобрел широкую известность применительно к высококачественному виски. Ответчик зарегистрировал тождественное обозначение в качестве товарного знака, маркирующего косметическую продукцию. Суд признал, что это размывает ценность товарного знака. Использование репутации чужого товарного знака для продвижения на рынке своих продуктов противоречит принципу добросовестности

## размывание товарного знака

Согласно [п. 3 ст. 1508](#) ГК РФ нарушением исключительного права на общеизвестный товарный знак признает незаконное использование другим лицом сходного с данным товарным знаком обозначения, в том числе в отношении неоднородных товаров, если такое использование будет ассоциироваться у потребителей с правообладателем общеизвестного знака и может ущемить его законные интересы.

1. Суд по интеллектуальным правам вынес решение об обязанности Роспатента аннулировать товарный знак CRISTALINO, зарегистрированный на производителя дешевого вина. Заявителем по данному делу выступила компания - производитель известного шампанского Cristal. Как отметил суд, "в рассматриваемой ситуации потребитель вводится в заблуждение не потому, что принимает игристое вино, маркируемое обозначением, за дорогостоящее шампанское, маркируемое обозначением, а тем, что может воспринимать первое как продолжение линейки товаров, маркируемых обозначением "CRISTAL", более доступным аналогом дорогого элитного напитка. Данное обстоятельство может вести к "размыванию" товарных знаков компании

## ОБЩЕИЗВЕСТНЫЙ ТОВАРНЫЙ ЗНАК И БРЕНД

Общеизвестный товарный знак часто отождествляется с брендом производителя. Однако понятие "бренд" шире, чем "общеизвестный товарный знак", поскольку включает не только товарные знаки (**trade marks**), но и фирменные наименования (**trade names**), деловую репутацию и престиж производителя товаров (**goodwill**). Бренд - это обобщающая характеристика, включающая имя (**brand-name**) и образ (**brand-image**) производителя товаров или услуг. бренд не является объектом интеллектуальной собственности.

*Общеизвестные товарные знаки многих известных производителей весьма часто становятся предметом незаконного использования малоизвестными производителями. Очень часто продукция выпускается с общеизвестными товарными знаками и экспортируется в страны с высоким уровнем цен. В результате основным производителям товаров наносится значительный моральный и материальный ущерб, а потребители приобретают товары, как правило, низкого качества. Охрана общеизвестных товарных знаков направлена на пресечение такой формы использования товарных знаков и предотвращение выпуска на рынок контрафактных товаров.*

## Срок охраны товарных знаков

исключительное право на товарный знак действует в течение **10 лет** со дня подачи заявки в патентное ведомство. Срок действия исключительного права **может быть продлен на 10 лет** по заявлению правообладателя, поданному в течение последнего года действия этого права. Продление срока действия исключительного права возможно **неограниченное число раз**.

правовая охрана общеизвестного товарного знака действует **бессрочно**

## **Исключительное право на товарный знак прекращается на основании:**

- истечения срока действия исключительного права;
- отказа правообладателя от права на товарный знак;
- ликвидации юридического лица или прекращения деятельности индивидуального предпринимателя;
- использования коллективного знака на товарах, не обладающих едиными характеристиками качества или иными общими характеристиками;
- связи с неиспользованием товарного знака непрерывно в течение любых трех лет после его государственной регистрации
- признания регистрации недействительной. Регистрация товарного знака признается недействительной, если:
  - *произведена в нарушение абсолютных и (или) относительных оснований для отказа в регистрации;*
  - *товарный знак превратился в обозначение, вошедшее во всеобщее употребление как обозначение товаров определенного вида;*
  - *поступила заявка, обладающая более ранним приоритетом*



## НАИМЕНОВАНИЯ МЕСТА ПРОИСХОЖДЕНИЯ ТОВАРА (НМПТ)

Понятие "географическое указание" включает: указание происхождения товаров и наименование места происхождения товара.

**Указание происхождения товара - это обозначение, прямо или косвенно указывающее на место действительного происхождения товара, т.е. место его производства. Его обычно представляют в виде названия страны, географического региона, местности или объекта . Например, обозначения "Сделано в СССР" или "Made in China" указывают страну, в которой произведены товары.**

Вместе с названиями могут использоваться изображения соответствующих географических объектов. Например, товары, произведенные в горных местностях, часто отмечают не только названиями, но и изображениями горных и иных объектов. На упаковки и на сами товары часто наносятся обозначения, указывающие на их происхождение. **указания происхождения товара не регистрируются.**

**Наименование места происхождения товара - это обозначение, которое отражает уникальные свойства товара, характерные для места его происхождения, т.е. особые природные, трудовые условия.** *Количество наименований мест происхождения вин, спиртных напитков, сыров и иной сельскохозяйственной продукции велико, это не только Beaujolais, Cognac, Tequila, Gruyere, Emmental, но и многие другие наименования. Особенностью таких товаров и продуктов является их особое качество и репутация, связанные с местом производства, используемым сырьем, технологией производства, в том числе и с вековыми традициями и секретами. Во многих странах особые наименования мест происхождения товаров принадлежат в основном сельскохозяйственной продукции и товарам пищевой промышленности. Например, во Франции из почти 600 действующих наименований мест происхождения товаров 470 относятся к винам и алкогольной продукции, 47 - к молочным продуктам, 30 - к иным сельскохозяйственным продуктам.* **В отличие от указаний мест происхождения товаров наименования мест происхождения товаров подлежат государственной регистрации**

Охраняемому в России наименованию места происхождения товара присущ ряд обязательных признаков.

Во-первых, оно обязательно должно являться наименованием определенного географического объекта (за исключением случая, , например, когда обозначение Камамбер (Camembert) стало видовым обозначением, но обозначение Camembert de Normandie является охраняемым географическим указанием для сыров, производимых в Нормандии (Франция).

Во-вторых, должна существовать связь этого наименования с товаром, обладающим особыми свойствами.

В-третьих, должна существовать характерная для данного географического объекта географическая среда (под которой понимаются природные условия и (или) людские факторы).

В-четвертых, должна прослеживаться зависимость особых свойств товара от географической среды.

В-пятых, определенные товары (т.е. товары с особыми свойствами) производятся в рассматриваемой географической местности

## Этапы регистрации

1. Подача заявки в Роспатент. Заявка на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара, подаваемая в патентное ведомство, **должна содержать:**

- заявляемое наименование места происхождения;
- указание товара, для которого предназначено наименование;
- указание места происхождения товара;
- описание особых свойств товара;
- заключение компетентного органа;
- документ, подтверждающий уплату установленной пошлины. При подаче заявки зарубежными лицами они представляют документ, подтверждающий их право на заявленное наименование в стране происхождения товара.

2. Экспертиза заявки включает предварительную экспертизу и экспертизу заявленного обозначения.

**Предварительная экспертиза** выполняется в течение двух месяцев . При ее проведении проверяются содержание заявки, наличие необходимых документов, соблюдение установленных требований к ним. По результатам предварительной экспертизы выносится решение о дальнейшем рассмотрении заявки либо об отказе в рассмотрении заявки.

В случае принятия заявки к дальнейшему рассмотрению патентное ведомство проводит экспертизу заявленного наименования, в процессе которой устанавливается, является ли заявленное обозначение *названием страны, населенного пункта, местности или другого географического объекта, в том числе историческим названием географического объекта, используемым для обозначения товара.*

Самым сложным элементом экспертизы является установление связи между особыми свойствами товара и природными и (или) иными факторами заявленного наименования места происхождения товара. Решение принимается на основе **заключения компетентного государственного органа управления, имеющего отношение к производству сельскохозяйственной, пищевой и иной продукции, которое должно подтвердить, что особые свойства товара, наименование места происхождения которого регистрируется, связаны с его природными особенностями и (или) иными факторами.**

3. По результатам экспертизы патентное ведомство принимает решение о регистрации наименования места происхождения товара или об отказе в регистрации. В случае положительного решения патентное ведомство производит регистрацию наименования места происхождения товара в Государственном реестре. В Реестр вносятся наименование места происхождения товара, сведения об обладателе свидетельства, указание и описание особых свойств товара и т.д. Эти же сведения публикуются в официальном бюллетене патентного ведомства.

После регистрации наименования места происхождения товара патентное ведомство выдает заявителю **свидетельство об исключительном праве на наименование места** происхождения товара.

Обладатель свидетельства не является единственным субъектом, который имеет право использовать зарегистрированное наименование места происхождения товара. В соответствии с [п. 2 ст. 1518](#) исключительное право использования наименования места происхождения может быть предоставлено любому лицу, которое в границах того же географического объекта производит товар, обладающий теми же особыми свойствами. Для обладания правом пользования зарегистрированным наименованием места происхождения товара заинтересованные лица могут подавать в патентное ведомство соответствующую заявку.

законодательство предоставляет субъектам охраны исключительное **право пользования наименованием места происхождения товара**, т.е. обозначение им товаров, их этикеток, упаковок, вводимых в гражданский оборот, а также указание этого наименования в рекламе, в том числе в Интернете, на документах, в том числе цифровых, и т.д.

Законодательство не допускает использования зарегистрированного наименования места происхождения товара лицами, не имеющими свидетельства, даже если при этом указывается подлинное место происхождения товара или любое сходное наименование, способное ввести потребителя в заблуждение относительно места происхождения и особых свойств товара.

Предоставляемое право использования наименований мест происхождения товаров отличается от иных исключительных прав тем, что это право **не может быть передано иным лицам**. Наименования места происхождения товара могут иметь **предупредительную маркировку**, которая не означает возникновения права на использование наименования, а указывает, что данное наименование зарегистрировано в патентном ведомстве. обладатель свидетельства для оповещения о своем исключительном праве может помещать рядом с наименованием места происхождения товара знак охраны в виде словесного обозначения "зарегистрированное наименование места происхождения товара" или "зарегистрированное НМПТ".

## Срок охраны.

срок действия свидетельства об исключительном праве на наименование места происхождения товара действует в течение 10 лет со дня подачи заявки в патентное ведомство.

Срок действия свидетельства может быть продлен по заявлению обладателя свидетельства каждый раз на 10 лет.

**Другими словами, действие исключительного права на наименование места происхождения товара может быть бессрочным**



Действие регистрации и свидетельства на право использования наименования места происхождения товара может быть прекращено на основании ряда обстоятельств, например, в связи с исчезновением характерных для данного географического объекта условий и невозможностью производства товара с указанными в Реестре свойствами, а для иностранных лиц - в связи с утратой ими права на данное наименование места происхождения товара в стране происхождения товара.

Действие свидетельства может быть прекращено также в связи с:

- прекращением действия регистрации наименования;
- истечением срока действия свидетельства;
- неуплатой пошлин по истечении льготного срока;
- утратой товаром свойств, указанных в Реестре;
- прекращением производства товара;
- ликвидацией юридического лица или прекращением деятельности индивидуального предпринимателя;
- отказом обладателя от свидетельства

# АВТОРСКОЕ ПРАВО

## СУБЪЕКТЫ АВТОРСКОГО ПРАВА

Первичными или первоначальными субъектами авторского права являются авторы произведений литературы, науки и искусства.

Автор - это гражданин, творческим трудом которого создано произведение.

При создании произведений совместным творческим трудом нескольких лиц все они признаются **соавторами**.

- ▶ *Составители сборников и авторы иных составных произведений (антологий, энциклопедий, баз данных, атласа или других подобных произведений). Им принадлежат авторские права на осуществленные ими подбор или расположение материалов (составительство).*

# СУБЪЕКТЫ АВТОРСКОГО ПРАВА

Субъектом авторского права является также *переводчик произведения на другой язык*. Авторское право переводчика распространяется не на само произведение, которое он переводит, а только на созданный им перевод. Исключительное авторское право может принадлежать не только автору произведения, но и иным лицам - правообладателям авторского права. Причем принадлежность исключительного права тому или иному лицу устанавливается по закону или по договору.

По закону или по договору субъектами исключительного авторского права могут быть не только авторы произведений, но и иные лица:

- наследники авторов;
- работодатели авторов служебных произведений;
- издатели некоторых видов произведений;
- правопреемники юридических лиц;
- правообладатели объектов авторского права.

**Наследники авторов** - это физические или юридические лица, которые по закону или завещанию наследуют исключительные права авторов на те или иные произведения.

**Работодатели авторов** - это физические или юридические лица, которые оплачивают работу авторов по созданию служебных произведений.

**Издатели некоторых видов произведений** - это физические или юридические лица, выпускающие в свет энциклопедии, энциклопедические словари, газеты, журналы и иные периодические издания, в том числе сборники научных трудов.

**Правообладатели объектов авторского права** - любые физические и юридические лица, обладающие исключительными правами на объекты авторского права

К субъектам авторского права следует отнести также и **организации, осуществляющие коллективное управление авторскими и смежными правами..**

## НЕ ПРИЗНАЮТСЯ АВТОРАМИ :

- граждане, осуществлявшие контроль за выполнением соответствующих работ. Например, автором такого произведения, как курсовая или дипломная работа, является его создатель – студент, а не научный руководитель (разумеется, студент признается автором при условии, что его работа не скопирована из Интернета и носит самостоятельный, творческий характер.)
- граждане, не внесшие личного творческого вклада в создание такого результата, в том числе граждане, оказавшие автору такого результата только техническое, консультационное, организационное или материальное содействие или помощь либо только способствовавшие оформлению прав на такой результат или его использование.

## Объекты авторских прав- произведения науки, литературы и искусства независимо от достоинств и назначения произведения, а также от способа его выражения

Авторские права распространяются как на обнародованные, так и на необнародованные произведения, выраженные в какой-либо объективной форме, в том числе в письменной, устной форме (в виде публичного произнесения, публичного исполнения и иной подобной форме), в форме изображения, в форме звуко- или видеозаписи, в объемно-пространственной форме

1. **Литературные произведения.** Произведениями литературы признаются художественные произведения, выраженные в словесной форме (например, лекции, книги и т. д.).

2. **Драматические, музыкально-драматические, сценарные произведения** (например, драма, комедия, трагедия, опера, оперетта, мюзикл и т. д.).

3. **Хореографические произведения и пантомимы.** часто возникают споры о незаконном заимствовании идеи танца, пантомимы, их части, а иногда и всего произведения в целом.

4. **Музыкальные произведения с текстом или без текста** (например, песня).

5. **Аудиовизуальные произведения** (например, кинофильм). срок их охраны составляет 50 лет с момента создания произведения

6. **Произведения живописи, скульптуры, графики, дизайна, графические рассказы, комиксы и другие произведения изобразительного искусства.**

7. **Произведения декоративно-прикладного и сценографического искусства:**

художественные изделия бытового назначения, обладающие художественными и эстетическими качествами, не только удовлетворяющие прямые практические потребности, но и являющиеся украшением окружающей среды и человека. К таким произведениям относятся, например, изделия из керамики, фарфора, хрусталя, камня и т. д. Это могут быть столовые приборы, ювелирные изделия, текстильная галантерея и др.

8. **Произведения архитектуры , градостроительства**

**и садово-паркового искусства**, в том числе в виде проектов, чертежей, изображений и макетов.

9. **Фотографические произведения и произведения, полученные**

**способами, аналогичными фотографии**. К последним можно отнести, например, голографию, слайды и т. п. срок охраны не может быть короче 25 лет со времени создания такого произведения

10. **Географические, геологические и другие карты, планы, эскизы и пластические произведения**, относящиеся к географии, топографии и другим наукам.

11. **Производные произведения**. В ряде случаев произведение создается на основе уже существующих произведений. т. е. представляющее собой переработку другого произведения. Это *переводы, обработки, аннотации, рефераты, резюме, обзоры, инсценировки, аранжировки музыкальных произведений, киносценарии* по чьим-либо романам и другие переработки произведений науки, литературы и искусства. В отличие от оригинальных произведений, в которых все охраняемые элементы созданы самим автором, производные произведения могут включать элементы уже существующих произведений. При осуществлении переработки необходимо

получить разрешение правообладателя начального произведения.



12. **Составные произведения** - произведения, представляющие собой по подбору или расположению материалов результат творческого труда. Составительство, будучи творческим трудом, порождает авторские права даже в том случае, когда систематизируются решения или факты, не являющиеся объектами авторского права.

В результате такого труда рождаются сборники или подобные составные произведения.

13. **Название произведения, персонаж**, если по своему характеру они могут быть признаны самостоятельным результатом творческого труда автора и выражены в какой-либо объективной форме (например, названия и персонажи мультфильмов «Маша и медведь», «Смешарики»).

14. **Форма изложения новости, события**. охраняется сама форма изложения сюжета, т. е. творческий подход к подаче материала обществу.

15. **Программы для ЭВМ.** в охраняемые элементы программы для ЭВМ включаются литеральные компоненты программы (исходный текст - код, в читаемой форме понятный программисту, и объектный код, который "понятен машине") либо считается что компьютерные программы существуют в виде исходного текста и дистрибутива компьютерной программы. Компилирование исходного текста производится с помощью компилятора - специальной компьютерной программы. Исполняемые, библиотечные и иные модули программы переносят на материальный носитель, добавляют к ним ту или иную документацию, упаковывают и получают дистрибутив компьютерной программы. Пользователь, как правило, имеет дело только с дистрибутивами программ, но не исходными текстами. Право на декомпилирование подтверждено в [п. 3 ст. 1280](#) ГК, в соответствии с которой "лицо, правомерно владеющее экземпляром программы для ЭВМ, вправе без согласия правообладателя и без выплаты дополнительного вознаграждения воспроизвести и преобразовать объектный код в исходный текст (декомпилировать программу для ЭВМ)". Программы для ЭВМ могут быть выражены на любом языке программирования и в любой форме, включая исходный текст и объектный код. Именно этот факт определяет режим охраны данных объектов - авторские права на компьютерные программы охраняются как права на произведения литературы

В отличие от произведений литературы, программа для ЭВМ **может быть** зарегистрирована . Если программа для ЭВМ зарегистрирована, то и переход исключительного права на зарегистрированную программу для ЭВМ подлежит государственной регистрации . Творчески созданные программы для ЭВМ охраняются с момента создания. При этом в настоящее время факт создания вредоносной программы является преступлением вне зависимости от дальнейшего характера ее использования.

Уголовный кодекс РФ для признания создания вредоносной программы уголовно наказуемым деянием ввел два конструктивных признака: заведомость действия программы и его несанкционированность. При этом под несанкционированностью понимается достижение результата без разрешения владельца ЭВМ или иного законного полномочия, а под заведомостью - убеждение лица в определенном характере действия программы, сложившееся на основании известных ему объективных признаков. Соответственно вредоносность определяется не в зависимости от назначения программы, а в зависимости от способа ее использования.

**16. База данных.** Это совокупность самостоятельных материалов, представленных в объективной форме, так, чтобы данные могли быть обработаны с помощью ЭВМ. авторское право на базу данных распространяется на подбор и организацию соответствующих данных, но не на сами данные. Элементы, составляющие содержание базы данных, могут быть самостоятельным объектом авторско-правовой охраны

Исключительное право изготовителя базы данных возникает в момент завершения ее создания и действует в течение пятнадцати лет, считая с 1 января года, следующего за годом ее создания.

Исключительное право изготовителя базы данных, обнародованной в указанный период, действует в течение пятнадцати лет, считая с 1 января года, следующего за годом ее обнародования.

Сроки возобновляются при каждом обновлении базы данных.

По истечении срока действия исключительного права соответствующий результат интеллектуальной деятельности переходит в общественное достояние.

# АДАПТАЦИЯ И МОДИФИКАЦИЯ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И БАЗ ДАННЫХ

Под переработкой (модификацией) программы для ЭВМ или базы данных понимаются любые их изменения, в том числе перевод такой программы или такой базы данных с одного языка на другой язык, за исключением адаптации

*Основные признаки адаптации ПО связаны с действиями, которые осуществляются исключительно с целью обеспечения работоспособности и функционирования ПО и не преследуют каких-либо иных целей.*

Лицо, правомерно владеющее экземпляром программы для ЭВМ или экземпляром базы данных (пользователь), вправе без разрешения автора или иного правообладателя и без выплаты дополнительного вознаграждения осуществлять действия, необходимые для функционирования программы для ЭВМ или базы данных (в том числе в ходе использования в соответствии с их назначением), включая запись и хранение в памяти ЭВМ (одной ЭВМ или одного пользователя сети), внесение в программу для ЭВМ или базу данных изменений исключительно в целях их функционирования на технических средствах пользователя, исправление явных ошибок, если иное не предусмотрено договором с правообладателем

Сложные современные программы для ЭВМ, базы данных для обеспечения их функционирования в конкретном программном и аппаратном окружении конечного пользователя часто требуют комплексной настройки, интеграции и (или) доработки под требования конкретной организации. Такие работы (услуги), направленные на создание адаптированной версии программы для ЭВМ, базы данных, в том числе путем параметрической настройки, доработки и изменения скриптов, конфигурационных файлов, в том числе файлов, учитывающих параметры оборудования клиента и необходимых для привязки программы для ЭВМ, базы данных к оборудованию клиента, и т.п., являются адаптацией программы для ЭВМ, базы данных.

Адаптация ПО - это такие изменения в исходный и/или объектный код ПО, которые удовлетворяют следующим практическим критериям:

- 1) без этих изменений ПО неработоспособно;
- 2) в результате этих изменений ПО становится работоспособным на конкретных технических средствах пользователя и/или под управлением конкретных программ пользователя;
- 3) признаком адаптации ПО также является то, что адаптированное ПО становится неработоспособным: а) при отмене/"реверсе" внесенных изменений по адаптации на исходном программно-аппаратном комплексе пользователя; б) при полном копировании ПО на другой произвольный программно-аппаратный комплекс у пользователя

Адаптация - это техническая операция, которую может совершить любой пользователь, не обращаясь к автору. Модификация приравнивается к выпуску программы для ЭВМ в свет (исключительные права), а адаптация - техническая операция.

### Модификация/переработка ПО

Реализация правомочия на переработку произведения (в том числе на модификацию программы для ЭВМ) предполагает создание на основе имеющегося произведения (которое само по себе продолжает использоваться и в исходном, неизменном виде) нового произведения. И это новое, производное произведение является само по себе тоже объектом авторского права, используется при условии соблюдения прав автора первоначального произведения, но пользуется самостоятельной охраной.

Под модификацией следует понимать не только внесение изменений в исходный и/или объектный код, но также любые иные изменения, в том числе те, которые ведут как к изменению функционала или устранению технических средств защиты, так и к изменению интерфейса программного обеспечения. В отсутствие разрешения правообладателя, явно предусмотренного договором, пользователь программы для ЭВМ **не вправе осуществлять переработку (модификацию) программы - то есть любые ее изменения, которые приведут к результату**, не предусмотренному в договоре с правообладателем (разработчиком программы для ЭВМ).

# Свободное использование объектов авторского права

Гражданский кодекс предусматривает использование объектов авторского права без согласия правообладателя в случаях:

- 1) свободного воспроизведения произведения в личных целях
- 2) свободного использования произведения в информационных, научных, учебных или культурных целях;
- 3) свободного публичного исполнения музыкального произведения ;
- 4) свободного воспроизведения произведения для целей правоприменения ;
- 5) свободной записи произведения организацией эфирного вещания в целях краткосрочного пользования



Возможно также свободное использование например, ст. 1325 устанавливает, что, если оригинал или экземпляры правомерно опубликованной фонограммы введены в гражданский оборот на территории Российской Федерации путем их продажи или иного отчуждения, дальнейшее распространение оригинала или экземпляров допускается без согласия обладателя исключительного права на фонограмму и без выплаты ему вознаграждения; п. 2 ст. 1343 устанавливает, что, если исключительное право публикатора на произведение не перешло к приобретателю оригинала произведения, приобретатель вправе без согласия обладателя исключительного права публикатора использовать оригинал произведения способами, указанными в абзаце втором п. 1 ст. 1291 Гражданского кодекса.

*Признаками свободного использования объектов авторского права в российском праве являются:*

- использование охраняемых произведений без согласия правообладателя;
- использование охраняемых произведений без заключения договора с правообладателем;
- использование охраняемых произведений без выплаты вознаграждения.

# Гражданско-правовые способы защиты авторских прав

Личные неимущественные права подлежат защите **независимо от вины** правонарушителя. В случае, например, если издательство не знало и не могло знать о том, что публикует произведение, присвоенное другим автором, оно должно принять все меры по устранению правонарушения. Если допущена ошибка в имени автора, то автор вправе требовать внесения изменений в тираж либо публикацию, уведомляющих о допущенной ошибке или о том, какое имя считать правильным, либо требовать запрещения выпуска произведения в свет.

На требования о защите личных неимущественных прав **не распространяется** исковая давность

## При нарушении имущественных авторских прав

- может быть наложен арест на контрафактные (т. е. изготовленные с нарушением авторских прав) экземпляры ;
- автор или иной обладатель исключительных прав вправе требовать от нарушителя вместо возмещения убытков выплаты компенсации: от 10 тыс. до 5 млн руб., двукратный размер стоимости экземпляров произведений или объектов смежных прав либо двукратный размер стоимости прав на использование произведений или объектов смежных прав ;
- обладатель исключительных прав вправе требовать возмещения морального вреда, а также компенсации упущенной выгоды;
- суд может вынести решение о конфискации контрафактных экземпляров произведения, а также материалов и оборудования, используемых для их воспроизведения

# Защита **личных неимущественных** прав автора

Защищать права автора и обеспечивать их осуществление может и издатель в тех случаях, когда произведение опубликовано анонимно или под псевдонимом

При отсутствии доказательств иного представителем автора считается издатель, имя или наименование

которого указано на произведении. Это положение действует до тех

пор, пока автор такого произведения не раскроет свою личность и не заявит о своем авторстве (п. 2 ст. 1265 ГК РФ). После смерти автора защиту его авторства и имени может осуществлять заинтересованное лицо, в т.ч. **организации по управлению правами на коллективной основе**

## СРОКИ ОХРАНЫ АВТОРСКИХ ПРАВ

Исключительное право на произведение действует в течение всей **жизни автора и еще 70 лет после его смерти**, считая с 1 января года, следующего за годом смерти автора . Если произведение было создано в соавторстве, то исключительное право на такой результат интеллектуальной деятельности действует в течение всей жизни автора, пережившего других соавторов, и 70 лет, считая с 1 января года, следующего за годом его смерти.

Особенности исчисления действия исключительного права на произведение в ситуациях, когда произведение обнародовано анонимно или под псевдонимом, установлены [п. 2 ст. 1281](#) ГК РФ. Для таких произведений срок действия исключительного права возникает в момент обнародования, а истекает через 70 лет, считая с 1 января года, следующего за годом его правомерного обнародования.

После прекращения срока действия исключительного права произведения как обнародованные, так и необнародованные переходят в общественное достояние в порядке и на условиях, которые предусмотрены [ст. 1282](#) ГК РФ