

Охрана маркетинговых обозначений: общая характеристика

Шоланова Яна гр.102

Понятие маркетинговые обозначения

Под маркетинговыми обозначениями в теории права интеллектуальной собственности понимаются указания участников рыночных отношений - в частности, производителей и выпускаемых ими товаров, организаций и лиц, оказывающих или предоставляющих услуги.

К маркетинговым обозначениям относятся:

- фирменное наименование;
- товарный знак;
- наименование места происхождения товара;
- указание происхождения товара;
- доменное имя.

- За исключением доменного имени, остальные объекты давно используются для обозначения товаров и их производителей, и во многих странах они являются охраняемыми. В 1883 г. Парижская конвенция признала их охрану на международном уровне, причем товарным знакам посвящена большая часть Конвенции, чем изобретениям и промышленным образцам.
- Представление о маркетинговых обозначениях, несмотря на его простоту и естественность, является новым в системе интеллектуальной собственности, в экономике и маркетинге.
- Из вышеперечисленных видов маркетинговых обозначений наибольший интерес вызывают фирменное наименование и товарный знак.

Охрана фирменных наименований

- Фирменное наименование — это название участника гражданского оборота, которое может не совпадать с его полным или сокращенным наименованием, регистрируемым в установленном порядке, но имеет с ним то или иное сходство.
- Оно состоит из двух частей: корпуса (организационно-правовая форма) и произвольной части (название), которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.
- В соответствии со ст. 8 Парижской конвенции «фирменное наименование охраняется во всех странах Союза без обязательной подачи заявки или регистрации и независимо от того, является ли оно частью товарного знака»

Другими словами, Парижская конвенция устанавливает, что:

- фирменное наименование является охраняемым объектом интеллектуальной собственности;
- имеет экстерриториальную охрану в странах Парижского союза;
- не требует регистрации.

Требование регистрации фирменного наименования заявлено в ст. 1473 гражданского кодекса Российской Федерации, в соответствии с которой «юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица».

Гражданский кодекс Российской Федерации в ст. 1475 предоставил юридическому лицу «исключительное право на фирменное наименование, включенное в единый государственный реестр юридических лиц».

Защита исключительного права на фирменное наименование от незаконного использования осуществляется путем:

- публикации в средствах массовой информации о решении суда в целях защиты деловой репутации юридического лица;
- удаления за счет нарушителя с контрафактных товаров, этикеток, упаковок незаконно используемого фирменного наименования;
- уничтожения за счет нарушителя контрафактных товаров, этикеток, упаковок в случае невозможности удаления с них незаконно используемого фирменного наименования;
- передачи контрафактных товаров, этикеток, упаковок юридическому лицу, обладающему правом на фирменное наименование.

Защита исключительного права на фирменное наименование от незаконного использования может осуществляться иными способами в соответствии с законодательством.

Охрана товарных знаков

- Товарный знак (также товарная марка, англ. Trademark)(™) — обозначение (словесное, изобразительное, комбинированное или иное), служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.
- Правовая охрана товарных знаков осуществляется на основании их регистрации. Право на товарный знак подтверждается свидетельством, которое удостоверяет исключительное право владельца на товарный знак в отношении товаров, указанных в свидетельстве.
- Заявленный к регистрации товарный знак должен быть новым, т. е. не совпадать с тождественными или сходными обозначениями. Причем обозначение считается тождественным с другим обозначением, если оно совпадает с ним во всех элементах, и сходным до степени смешения, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их некоторые отличия. Обычно новизна товарного знака устанавливается по отношению к обозначениям, используемым для товаров или услуг, на которые заявляется товарный знак.

В большинстве стран, в том числе и в Российской Федерации (ст. 1491), исключительное право на товарный знак действует в течение 10 лет со дня подачи заявки в патентное ведомство.

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;
- неиспользования товарного знака в течении любых трех лет после его 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;

Охрана географических указаний

- Понятие «географическое указание» сформировалось в последние годы, тогда как ранее использовалось и продолжает использоваться словосочетание «наименование места происхождения товара». Международная охрана «указания происхождения или наименования места происхождения» закреплена в ст. 1(2) Парижской конвенции.
- Несмотря на то, что Парижская конвенция декларирует охрану указаний происхождения или наименований места происхождения товаров, конвенция признает, что защита указаний, в том числе и в форме ареста товаров, не является экстерриториальной и страны не обязаны ее осуществлять, если это не установлено в национальном законодательстве,
- В настоящее время объектом охраны признаются географические указания происхождения товаров. В соответствии со ст. 22(1) Соглашения ТРИПС географические указания — «это указания, которые определяют товар как происходящий с территории члена или региона, или местности на этой территории, при этом особое качество, репутация или другая характеристика данного товара главным образом приписывается его географическому происхождению».

Следовательно, понятие «географическое указание» включает:

- указание происхождения товаров;
- наименование места происхождения товара.

Несмотря на то, что эти понятия на первый взгляд выглядят синонимами, в действительности это не так.

Указание происхождения товара — это обозначение, прямо или косвенно указывающее на место действительного происхождения товара, т. е. место его производства.

Указание происхождения товара обычно представляют в виде названия страны, географического региона, местности или объекта (в том числе исторического). 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.

Подобно фирменным наименованиям, указания происхождения товара не регистрируются.

Охрана доменных имен

- Доменное имя (domain name) — это адрес сетевого соединения, который идентифицирует владельца адреса.

Регистрация доменов представляет собой занесение информации о домене и его администраторе в центральную базу данных с целью обеспечения уникальности использования домена, а также получения прав на администрирование домена администратором. Услуга по регистрации домена считается оказанной с момента занесения информации в базу данных.

- Регистрация домена действует в течение одного года, считая с момента регистрации домена.

Выводы:

- С сегодняшнее развитие мирового рынка и международной торговли в условиях усиливающейся конкуренции и глобализации способствует возрастающей роли и потребности в средствах индивидуализации товаров и их правовой защиты. Именно наличие средств индивидуализации юридических лиц (производителей) и их продукции (товаров) с функциональным механизмом их правовой защиты, является неотъемлемой составляющей здоровой конкуренции, развития и предоставления товаров и услуг соответствующего качества.
- Правовая охрана средств индивидуализации товаров предоставляется на основании действующего законодательства и предполагает государственную регистрацию, в результате которой субъект наделяется исключительными правами.
- Упущения связанные с несовершенством механизма правовой защиты и недооценка значимости проблемы государством в сфере индивидуализации товаров приводят к ситуации, когда потребительский рынок массово заполняется контрафактной и фальсифицированной продукцией.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Судариков С.А. Право интеллектуальной собственности. – М.: Проспект, 2010 г.
2. Правовая охрана фирменных наименований
[URL: http://ez2www.com/book_553_chapter_27_PRAVOVAJA_OKHRANA_FIRMENNYKH_NAIMENOVA_NIJJ.html](http://ez2www.com/book_553_chapter_27_PRAVOVAJA_OKHRANA_FIRMENNYKH_NAIMENOVA_NIJJ.html)
3. Понятие товарный знак.
[URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%B0%-D1%80%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B7%D0%BD%D0%B0%BA](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%B0%-D1%80%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B7%D0%BD%D0%B0%BA)
4. Защита интеллектуальных прав
[URL: http://speed-surf.ru/grazdanskoe_pr/13-zaschita-intellektualnyh-prav.html](http://speed-surf.ru/grazdanskoe_pr/13-zaschita-intellektualnyh-prav.html)
5. Гражданский кодекс РФ. Часть 4
[URL: http://www.consultant.ru/popular/gkrf4/](http://www.consultant.ru/popular/gkrf4/)
6. Погребинская Т.Ю. Средства индивидуализации: фирменные наименования, товарные знаки, наименования мест происхождения товаров, коммерческие обозначения. Гражданско-правовая охрана в РФ: Сборник схем. - Система ГАРАНТ, 2011 г. – 206 с.
7. Понятие доменное имя.
[URL: http://www.dl-hosting.ru/st_domain.php](http://www.dl-hosting.ru/st_domain.php)