



Товарный знак и торговая марка

Докладчик:

консультант отдела координации цифровой трансформации
комитета предпринимательства и торговли Администрации
города Курска

Виктор Евгеньевич Горбатенко



История товарных знаков в России начинается с 1667 года.

Первое упоминание о клеймении продукции содержалось в «Новоторговом уставе», изданном при царе Алексее Михайловиче. Выделение товарного знака из общего понятия клейма началось в 1744 году, когда был издан первый русский правительственный Указ об обязательном клеймении всех русских товаров особыми фабричными знаками.

В 1896 году был издан Закон Российской империи о товарных знаках.

По нему товарный знак приобрел самостоятельное значение как средство индивидуализации продукции конкретных товаропроизводителей.

В современной России товарные знаки сначала регулировал Закон РФ «О товарных знаках» от 23.09.1992. В сравнении с советским законодательством это был прогрессивный документ, который учитывал требования рыночной экономики и положения международных соглашений.

Но закон утратил силу после введения в действие Части IV Гражданского кодекса, которая регулирует товарные знаки и сегодня.



Товарный знак и торговая марка отличаются только тем, что **торговая марка (trademark)** – принятое за рубежом название, а **товарный знак** – юридический термин в России.
То есть, по сути разницы нет, но в России правильней говорить "**товарный знак**".

	Товарный знак	Торговая марка
Зачем нужен	Для защиты бизнеса в РФ	Для защиты бизнеса за границей
Маркировка	®	™
Регистрация в Роспатенте	Да	Нет
Использование	После регистрации	Без ограничений
Ответственность за незаконное использование	- изъятие контрафакта - возмещение убытков до 5 млн Р - лишение свободы до 2 лет	Отсутствует
Уровень защиты в РФ	*****	*



Товарный знак — это текстовое, визуальное, звуковое или иное обозначение, которое выделяет продукцию среди конкурентов. Название продукта или компании, логотип бренда и даже оригинальный макет упаковки — все это можно зарегистрировать.

Товарный знак — предмет исключительного права, его подтверждают свидетельством из Роспатента. Никто другой, кроме владельца знака, не вправе использовать его для какого-либо заработка. Например, размещать над входом на вывеске или печатать на коробке без согласования с правообладателем. Иначе — штраф.

Товарный знак не охраняет сам себя. Можно придумать броское название, нарисовать логотип и даже разместить его на упаковке. Но это не остановит конкурентов — обозначение могут украсть. Чтобы правовая охрана сработала, нужно зарегистрировать товарный знак в ФИПС (Федеральный институт промышленной собственности) — это подразделение Роспатента (ст. 1480 ГК).

Товарный знак — бизнес-актив. Если принять его к учету и поставить на баланс, то стоимость предприятия вырастет. Потом обозначение можно передать в залог кредиторам, «сдать в аренду» по франшизе или продать.

Товарный знак работает только в РФ. Чтобы получить международную охрану, предприниматели проходят регистрацию за границей. Есть несколько таких процедур, включая самую крупную — Мадридскую.

Зарегистрировать товарный знак могут только ИП и организации (ст. 1478 ГК). Если вы не ведете бизнес или хотя бы не открыли юр. лицо, свидетельство не получить.



Виды товарных знаков

В законе указаны только словесные, графические и объемные обозначения, но это не исчерпывающий список (ст. 1482 ГК). Иногда регистрируют даже звуки и цвета.

Вид знака	Что можно защитить	Как выглядит
1. Словесный	<ul style="list-style-type: none"> наименование фирмы слоган хештег адрес сайта название группы в соцсетях фамилию 	
2. Графический	<ul style="list-style-type: none"> логотип картинка дизайн 	
3. Комбинированный	Название + логотип	

4. Объемный	<ul style="list-style-type: none"> изображение товара изображение упаковки персонаж мультфильма 	
5. Звуковой	<ul style="list-style-type: none"> звуки фрагменты произведений звуковые заставки 	<p>Заставка-приветствие для операционных систем Windows 7,8</p> <p>Фрагмент заставки из рекламы Volkswagen</p>
6. Цветовой	<ol style="list-style-type: none"> цвет оттенок 	<p> – знак Газпрома, Pantone 300 CV</p> <p> – знак Vanish, Pink</p>
7. Тактильный	обозначения, выполненные шрифтом Брайля	<p> – знак Underberg,</p> <p>зарегистрированный в Германии, № 30259811</p>

8. Позиционный	уникальное обозначение, логотип, размещенный в определенном месте товара	
----------------	--------------------------------------------------------------------------	--



Как использовать в бизнесе

Правообладатель контролирует любое использование товарного знака в гражданском обороте. Он может пользоваться обозначением самостоятельно — для маркировки своих товаров и услуг, а может разрешить или запретить использование другим предпринимателям. А еще знак можно продать или передать в пользование. Это все называется **«распоряжение исключительным правом»**.

Товарный знак могут использовать и некоммерческие организации.

Эволюция товарного знака в объект имущественных отношений привела к тому, что их применение возможно не только предпринимателями, но и любыми другими юридическими лицами. В том числе и некоммерческими организациями.

Например, церкви: они могут маркировать своим товарным знаком сувенирную продукцию, предметы культа, иные товары на продажу и так повышать свою известность, формировать определенный имидж. От этого их деятельность нельзя признать коммерческой.



Срок действия товарного знака и как его продлить

Регистрация и оплата пошлины.

Размер госпошлины зависит от количества классов МКТУ (Международная классификация товаров и услуг) — это виды деятельности бизнеса, которые предприниматели выбирают при регистрации и в отношении которых будет действовать знак. Чем больше классов, тем выше пошлина, вот таблица.

Минимальная сумма — 33 тысячи ₽.

Действие знака ограничено сроками — 10 лет после подачи заявки (ст. 1491 ГК). Срок не является пресекательным, его можно продлить. Для этого в последний год 10-летнего периода можно подать повторную заявку в Федеральный институт промышленной собственности — на этот раз на продление.

Заявку и пример ее заполнения можно взять на сайте Роспатента.

Знак снова будет работать следующие 10 лет, а количество продлений не ограничено.



Если знак зарегистрирован

1. Для индивидуализации товаров и услуг, в отношении которых знак зарегистрирован. Уникальное обозначение повышает узнаваемость бренда и помогает зарабатывать репутацию. Обычно товарные знаки используют путем (п. 2 ст. 1484 ГК):

нанесения на товары, этикетки и упаковки; нанесения на документы, фирменные бланки, визитки; размещения на вывесках; размещения в рекламных материалах, на буклетах и листовках, в объявлениях; любого использования в интернете, в том числе регистрации сходного доменного адреса сайта.

2. Для противодействия конкурентам. Нельзя взять чужой или похожий на чужой товарный знак и напечатать его на своих товарах, рекламе или вывесках без разрешения (п. 3 ст. 1484 ГК). Если конкуренты так сделают, их можно привлечь к ответственности, а товары — признать контрафактными. Обычно правообладатели просят у нарушителей компенсацию до 5 млн. рублей, но есть и другие виды ответственности.



3. Для запуска франшизы. Когда продают франшизу, обычно заключают договор коммерческой концессии. Суть договора — передача товарного знака в «аренду», разрешение его использовать в бизнесе (ст. 1027 ГК). Вместе с обозначением, франчайзер делится с покупателем франшизы своим коммерческим опытом и деловой репутацией. Но если не зарегистрировать товарный знак, то и продавать по франшизе будет нечего. Иногда предприниматели игнорируют это требование: продают франшизу без регистрации товарного знака, а пользователям обещают пройти регистрацию в будущем. Так делать опасно — если Роспатент откажет, партнеры пойдут в суд возвращать деньги. И будут правы.

4. Для повышения стоимости бизнеса и привлечения капитала. Торговый знак — это нематериальный актив бизнеса. Его можно оценить, поставить на баланс и тогда стоимость компании вырастет. Это полезно, например, при привлечении инвесторов, продаже предприятия или учреждении нового бизнеса — товарный знак можно внести в уставной капитал ООО. А еще знак можно заложить и взять кредит по госпрограмме. С 2020 года займы под залог интеллектуальной собственности выдает МСП-Банк. Если есть свидетельство из Роспатента, можно получить деньги на развитие бизнеса по льготной ставке 7% годовых.

В некоторых городах, например, в Москве, без регистрации товарного знака нельзя повесить вывеску на улице. Неважно, регистрируете вы только название или логотип: что-то из вашей символики обязательно должно быть официально защищено через Роспатент. Это служит доказательством, что вы не нарушаете права на чужую ИС и продвигаете свои товары или услуги на законных основаниях.



Если знака нет: зачем регистрировать

1. Для защиты бизнеса. Если компания придумала себе обозначение и применяет его в коммерческой деятельности без регистрации, это не означает, что товарный знак не зарегистрировал кто-то другой. Можно использовать чужой знак и не догадываться, что нарушаешь чье-то исключительное право. Если об этом узнает правообладатель — пришлет претензию, а потом может и в суд пойти. Поэтому без свидетельства Роспатента любой предприниматель в опасности: можно попасть на штраф или вообще лишиться бизнеса.

2. Для захода на полки супермаркетов и маркетплейсов. Если компания хочет разместить продукцию в торговых сетях вроде «Перекрестка» и «Магнита» или на известных площадках вроде «Озона» и «Ламоды», сначала нужно зарегистрировать свое обозначение. Без него крупные ритейлеры откажутся сотрудничать — потому что тоже боятся штрафов за торговлю контрафактом.

Вывод: только регистрация обозначения дает реальные правовые гарантии защиты бизнеса. Чтобы не рисковать своим названием, товарами и вывесками, предприниматели идут в Роспатент и получают свидетельство. Но это не всегда возможно.



**Пока у компании нет товарного знака
— кто угодно может взять себе такое же название или другие объекты.**

Если есть товарный знак — похожих на ваш брендов в РФ не будет.



КУРСК 2023