**Как защитить уникальный продукт от происков конкурентов**

Александр Рева, бренд-менеджер ЗАО «МасанРусТрейдинг»

Как защитить уникальный продукт от происков конкурентов? Российское законодательство предлагает два пути — регистрация товарного знака (знака обслуживания) или патентование промышленного образца. Но в этой свободе выбора, как оказалось, скрывается западня для производителя оригинальной продукции как обладателя исключительных прав.

Для начала уточним термины. Товарный знаки, или знаки обслуживания — это «обозначения, способные отличать товары и услуги одних юридических и физических лиц от однородных товаров и услуг других юридических и физических лиц» (согласно закону РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 17 октября 1992 г.). Товарным знаком может быть название продукта или компании, написанное особым образом (логотип) или уникальная упаковка (объемный товарный знак).

Понятие промышненного образца, оговоренное Патентным законом РФ, подразумевает художественно-конструкторское решение изделия (его части), определяющее его внешний вид. Можно запатентовать как плоскостной, так и объемный промышленный образец, либо сочетания плоскостных и объемных изображений. Иными словами, регистрируя промышленный образец, Вы тем самым получаете исключительные права на оригинальный внешний вид продукта.

Казалось бы — какая разница? Если Вы зарегистрировали оригинальные свойства продукта или запатентовали исключительный дизайн упаковки товара, что может угрожать Вашим правам? Оказывается, добросовестный производитель легко может оказаться жертвой такого разнообразия возможных правовых решений. В качестве примера можно привести историю судебного разбирательства между ЗАО «Масан Рус Трейдинг» и компанией ТД «Вироско».

С 2001 года компания «Масан Рус Трейдинг» производит и реализует по всей территории Российской Федерации соусы торговой марки «Chin-Su» («Чин-Су»). Под ТМ «Chin-Su» выпускаются соевые соусы и соусы чили в оригинальных бутылочках с крышечкой в виде пагоды. Но в 2004 году на российском рынке вдруг появляются соусы «Secret of The Chief», повторяющие ассортимент «Чин-Су», а главное — в точно таких же бутылочках с такой же крышечкой-пагодой. Каково же было удивление менеджеров компании «Масан Рус Трейдинг», когда им стало известно, что производитель контрафактных соусов ТД «Вироско» обладает столь же законным правом на оригинальную упаковку: он зарегистрировал в качестве объемного товарного знака бутылочку и крышечку «Chin-Su»!

Разумеется, компания «Масан Рус Трейдинг», обладающая правами на использование промышленного образца «Бутылка» и полезной модели «Затвор для сосуда», подтвержденные соответственно патентами № 56267 и № 34505, подала иск в суд Приморского края (ТД «Вироско» зарегистрирован во Владивостоке). 8.09.04 краевой суд вынес решение удовлетворить иск компании «Масан Рус Трейдинг» и запретить компании «Вироско» реализацию соусов «Secret of the Chief». Однако Федеральный Арбитражный суд Дальнего Востока, куда компания «Вироско» подала апелляцию, отменил решение краевого суда и отправил дело на доследование. Далее потянулась длинная череда судебных разбирательств и апелляционных жалоб. Лишь в ноябре прошлого года была поставлена точка в этой истории. Федеральный Арбитражный суд Московского округа оставил без изменений решение Приморского краевого суда о запрещении реализации соусов «Secret of The Chief» и предписал изъять из торговой сети соусы данной марки.

Компания «Масан Рус Трейдинг» выиграла эту тяжбу благодаря весьма тонкому юридическому нюансу. Промышленный образец должен обладать мировой новизной. То есть Вы можете запатентовать оригинальный вид Вашего продукта лишь в том случае, если нигде в мире подобного еще не было. Этим качеством, бесспорно, обладали те самые бутылочка и крышечка-пагода от «Масан Рус Трейдинг». А товарный знак должен быть уникальным в пределах региона («территориальный принцип»), благодаря чему компания «Вироско» смогла бесприпятственно зарегистрировать на Дальнем Востоке бутылочку и крышечку соуса Chin-Su.

Компания «Масан Рус Трейдинг», наученная горьким опытом, рекомендует все же не полагаться на преимущества того или иного способа защиты исключительных прав, а использовать все имеющиеся для этого средства — то есть зарегистрировать товарный знак (знак обслуживания) и запатентовать промышленный образец.