**СОДЕРЖАНИЕ:**

 Введение

Глава 1: Международно – правовые механизмы охраны товарных знаков.

§ 1 . Международные регистрационные системы

§ 2 Международные охранные системы (в рамках ЕС, ТРИПС, ВОИС)

Глава 2: Охрана тов. знаков и их имплементация в АР

§. 1 Нормы в области защиты товарных знаков в АР

§. 2 Ответственность за неправомерное использование товарного знака по законодательству АР

Заключение

Список литературы

**Введение:**

Продолжающийся процесс углубления и расширения рыночных отношений в стране ведет к появлению значительного разнообразия товаров. В результате связанными с действующими рыночными законами.

В этих условиях наблюдается повышенный интерес со стороны предпринимателей к товарному знаку как инструменту, позволяющему завоевать место на рынке, достойное качеству реализуемых изделий.

В результате расширения экономических, производственных, научно-технических и других отношений с начала 90-х годов, сегодня азербайджанский рынок представляет потребителю огромное разнообразие товаров как отечественного, так и зарубежного производства. Успех Вашего бизнеса напрямую зависит от удачного выбора оригинального товарного знака для индивидуализации товаров, работ, услуг. Как следствие расширения экономических, производственных, научно-технических и других отношений с начала 90-х годов до сегодняшнего дня наш рынок представляет собой огромное разнообразие товаров как отечественного, так и зарубежного производства. В качестве средств отличий товаров, работ, услуг одних юридических и физических лиц от других получили распространение специальные обозначения, именуемые товарными знаками. Товарный знак не только позволяет выделить свой товар среди однородных, служит гарантом качества, он запоминается потребителем и соответственно позволяет завоевать место на рынке. Товарному знаку необходима правовая защита для предотвращения его несанкционированного использования, как на внутреннем так и на внешнем рынках, которая устанавливается путем государственной регистрации, либо в силу международных договоров. В результате регистрации выдается свидетельство на товарный знак, которое удостоверяет приоритет товарного знака, исключительное право владельца на него в отношении товаров, работ, услуг указанных в свидетельстве. В соответствии с Законом АР «О товарных знаках и географических указателях» владелец товарного знака имеет исключительное право пользования и распоряжения им, а также право запрещать его использования другим лицам. Никто не может использовать охраняемый в АР товарный знак без разрешения его владельца. Так, в случае нарушения Ваших исключительных прав на товарный знак, Вы можете предпринять меры гражданско-правового, уголовно-правового характера для предотвращения дальнейшего использования, а также по взысканию с нарушителей ущерба, а свидетельство на товарный знак будет являться неопровержимым доказательством. Существует понятие общеизвестности товарного знака, которое приобретается через мероприятия, проводимые его владельцем, в первую очередь, за счет высокого качества изделий на уровне, определяющем высокий спрос со стороны потребителей, а также широкой рекламной компании, которые требуют значительного вклада средств и времени в процесс достижения общеизвестности. С точки зрения нарушителя, использование высокой репутации общеизвестного товарного знака позволяет получать незаконную прибыль без дополнительных капиталовложений в технологию производства высококачественных товаров, в рекламную кампанию и, в конечном итоге, обмануть потребителя. С точки зрения защиты интересов потребителей любая имитация или копирование широко известного товарного знака вводит в заблуждение, обманывает потребителей, у которых выработался высокий кредит доверия к настоящему товарному знаку и настоящему производителю, ставшему общеизвестным за счет высокого качества выпускаемой продукции. Именно этим объясняется интерес владельца к защите своих прав и к мерам, позволяющим пресечь незаконное использование товарного знака или его имитации. Существует понятие общеизвестности товарного знака, которое приобретается через мероприятия, проводимые его владельцем, в первую очередь, за счет высокого качества изделий на уровне, определяющем высокий спрос со стороны потребителей, а также широкой рекламной компании. Эти мероприятия требуют значительного вклада средств и времени в процесс достижения общеизвестности. Примерами общеизвестных знаков могут служить такие товарные знаки, как Coca-Cola, Microsoft и т.п., которые согласно ст.6-бис Парижской конвенции по охране промышленной собственности автоматически получают правовую охрану не только в Азербайджане, но и во всем мире. Товарный знак может выступать в качестве специфического «товара». Яркий пример представляет собой деятельность индивидуального предпринимателя господина Довганя, возглавлявшего конгломерат франчайзинговых фирм различных организационно-правовых форм. Сделав свой портрет торговой маркой и логотипом корпорации «Довгань - защищенное качество», он предоставлял входящим в группу фирмам лицензию на свой товарный знак, а эти фирмы в рамках франчайзинговых договоров предоставляли сублицензии третьим фирмам-производителям. Схема, построенная господином Довганем, приносит прибыль каждой фирме, участвующей в ней, благодаря обязательству господина Довганя рекламного сопровождения, поставок этикеток с товарным знаком, упаковок, тары и т.д. Может быть ситуация, В 1999 году было возбуждено дело против директора ООО «Мониц», который реализовывал товар с фирменной маркировкой «Вуд Майзер», в то время как право на эту маркировку принадлежит ООО «Джи И сервис».Обе фирмы представили два свидетельства с разными номерами, с разными написаньями маркировки (чего в принципе не может быть). Свидетельство на товарный знак с ранней датой выдачи удостоверяет настоящего владельца товарного знака, а именно ООО «Джи И сервис». когда фирменное наименование одной организации совпадает с товарным знаком другой. При этом фирма - владелец зарегистрированного товарного знака (в свидетельстве должны быть указаны классы МКТУ\*), может ограничить права организации с идентичным фирменным наименованием, т.е. имея право на свое фирменное наименование, эта организация не сможет осуществлять свою деятельность под ним.

Выше изложенное мною отчетливо показывает, на сколько важна защита товарного знака сегодня. И в своей работе я попытаюсь показать механизмы данной защиты, как на международном, так и на национальном уровнях. В этой работе я попытаюсь раскрыть некоторые особенности в области использования и охраны товарных знаков в условиях развивающихся рыночных отношений и действия Закона Азербайджанской Республики ,,О товарных знаках, и географических указателях” .

С товарными знаками мы сталкиваемся ежедневно, когда совершаем мелкие и крупные покупки, будь-то часто покупаемый пакет молока или такая редкая покупка как автомобиль. Товарный знак представляет собой символ, предназначенный, в первую очередь, для идентификации производителя. Товар одного и того же вида, например мыло, может производиться различными фирмами, причем каждая из них проставляет на этом продукте свой товарный знак. Потребители, руководствуясь этими знаками делают покупки. Если ранее приобретенный ими товар полностью удовлетворил их, то повторно аналогичный продукт покупается, как правило, с запомнившимся товарным знаком. Совершенно необязательно, чтобы покупатель точно знал кому принадлежит товарный знак. При покупке потребитель делает выбор между аналогичными по назначению товарами, производимыми фирмами конкурентами, ориентируясь исключительно на товарный знак. Очевидно, что товарные знаки должны обладать высокими различительными свойствами. Как следствие выше написанного хочу дать краткую характеристику главам, которые будут изложены ниже.

В соответствии с планом работы, первая глава будет посвящена механизмам международной охраны товарного знака. Наиболее важным способ международной охраны товарного знака является его международная регистрация в соответствии с Мадридским соглашением « О международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г.» Международная регистрация товарных знаков осуществляется на основе Мадридского соглашения о международной регистрации знаков. Мадридское соглашение было принято 14 апреля 1891 года и несколько раз подвергалось пересмотру, однако в течение более ста лет его основные положения остались практически неизменными и поэтому оно сегодня является наиболее важным правовым элементом международной защиты товарного знака. Также важны положения Парижской конвенции «Об охране промышленной собственности» от 20 марта 1893 г. В ней четко представлены такие важные понятия как право «приоритета», положения национальной охраны в связи с международной регистрацией. Здесь мною также будет выделен ряд региональных систем охраны товарного знака, к примеру в рамках ЕС, в рамках соглашения ТРИПС. Волкова Н.А. в своей работе «Защита права Использования наименования места происхождения  и указания происхождения товара» дает отчетливо понять, что соглашение ТРИПС не в полной мере может обеспечить защиту товарных знаков всех участников, так в  ходе переговоров по подготовке Соглашения ТРИПС Франция настояла на включении указанного положения, руководствуясь которым, она получила право отозвать из сферы общего применения такие обозначения, как «шампанское» и «коньяк», изначально являвшиеся географическими названиями ее провинций,  и зарезервировать право их использования исключительно за виноделами этих мест. Другие государства, имевшие сходные интересы, хотели добиться такого же положения: Испания -  для «шерри» и Португалия – для «портвейна». Но им в этом было отказано.

Вторая глава моей работы посвящена рассмотрению механизмов охраны товарного знака в рамках законодательства АР. Главным орудием охраны товарных знаков в АР является Закон АР « о товарных знаках и географических указателях». Примечателен тот факт, что в законе нашли свое отражение и закрепление положения Мадридского соглашения « О международной регистрации товарных знаков», Парижской Конвенции « Об охране промышленной собственности», что является основным залогом максимально правильной и эффективной защиты товарного знака в нашей стране.

**Глава 1: Международно-правовые механизмы охраны товарных знаков.**

**§ 1: Международные регистрационные системы.**

Для того, что бы логотип компании или марка продукции была известной и узнаваемой необходимо удачное и четкое позиционирование, эффективная реклама, поддержка имиджа. И, наверное, ни одна компания не придет в восторг, когда узнает, что ее логотип использует кто-то другой.

Сегодня товарный знак можно характеризовать как обозначение или сочетание обозначений, служащее для того, чтобы отличить товар или услуги одного предприятия от товаров или услуг других предприятий. Одним из наиболее широких определений товарного знака является представление его в качестве особого символа товарной собственности, обозначающего, кому принадлежит исключительное право распоряжаться данным товаром, получать прибыль и обязанность нести убытки за поставку некачественного товара.[[1]](#footnote-1) При этом идентификационная функция, обеспечивающая выделение товара из общей массы аналогичных товаров позволяет фирме-изготовителю зарекомендовать себя перед потенциальными покупателями, что создает предпосылки более легко проникновение на рынок

 Для того чтобы можно было максимально защитить товарный знак от несанкционированного использования другими лицами, а в случае использования имели больше возможностей для привлечения нарушителя к ответственности, необходимо международная регистрация товарного знака

 Все законы, связанные с интеллектуальной собственностью имеют территориальные ограничения.[[2]](#footnote-2) Действие регистрации, производимой в Азербайджанском патентном ведомстве, ограничено территорией Азербайджанской Республики. В случае необходимости выхода на международный рынок требуется регистрация в соответствии с Мадридским соглашением о международной регистрации знаков 1891 г.[[3]](#footnote-3) Подать заявку на международную регистрацию можно только после получения положительного решения по Азербайджану. Заявка на международную регистрацию подается в Азербайджанское патентное ведомство. При подаче международной заявки на товарный знак, Азербайджанское патентное ведомство, передает делопроизводство в международное ведомство - **WIPO**, находящееся в Женеве, которое рассылает заявки в страны, отмеченные в заявке и координирует делопроизводство по заявке.

 Международная регистрация товарных знаков осуществляется на основе Мадридского соглашения о международной регистрации знаков[[4]](#footnote-4). Мадридское соглашение было принято 14 апреля 1891 года и несколько раз подвергалось пересмотру, однако в течение более ста лет его основные положения остались практически неизменными. Мадридское соглашение является открытым международным соглашением, действующим в рамках Парижской конвенции по охране промышленной собственности. Это означает, что любое государство – член Парижского союза имеет возможность присоединиться к Соглашению или выйти (денонсировать) из него.

На начало 2000г. участниками соглашения являлось более 50 государств. В основном это страны континентальной Европы, включая Австрию, Белоруссию, Грецию, Францию, Германию, Италию, Казахстан, Нидерланды, Португалию, Испанию, Швейцарию, Украину, Югославию. Россия как правопреемник СССР участвует в соглашении с 1 июля 1976г, Азербайджанская Республика также с 25 декабря 1995 года стала участницей соглашения.

Вместе с тем участниками Соглашения не являются ряд стран, фирмы которых весьма активно регистрируют свои товарные знаки за рубежом. К ним относятся США, Великобритания, Дания, Норвегия, Швеция, Финляндия, большинство стран Латинской Америки и Япония.

Мадридская система позволяет подавать многоклассовую заявку, следовательно, одна международная регистрация, как правило, охватывает несколько классов Международной классификации товаров и услуг. В настоящее время действует более 300000 международных регистраций. Самая «древняя» из них - международная регистрация (четырнадцатая по счету), которая все еще остается в силе, датируется 27 марта 1893 г. (знаменитый швейцарский товарный знак LONGINES для наручных часов).

Заключение Мадридского соглашения в конце прошлого века неразрывно связано с развитием промышленности и торговли, ставивших задачу быстрейшего обеспечения охраны знаков в различных странах.[[5]](#footnote-5)

Известно, что для получения охраны в нескольких странах заинтересованное лицо должно выполнить формальные требования к регистрации знака национальных ведомств каждой отдельной страны (разные процедуры, необходимость подачи заявки на разных языках, различные сроки охраны, приводящие к разным датам продления регистрации, и в некоторых случаях необходимость назначения местного поверенного). Кроме того, подача национальных заявок в каждую страну приводит к весьма значительным расходам (национальные пошлины, гонорары поверенным, переводчикам, подлежащие уплате в каждой стране)[[6]](#footnote-6). Цель Мадридского соглашения заключается в том, чтобы избежать этих осложнений. Для подачи заявки на международную регистрацию, распространяющую свое действие на страны – участницы Мадридского соглашения, заявителю необходимо соблюдать только один перечень формальных требований Международного бюро ВОИС[[7]](#footnote-7)

Заявка на международную регистрацию представляется в ведомство страны происхождения, которое затем направляет ее в МБ ВОИС.

Заявляемый для международной регистрации знак должен быть предварительно зарегистрирован на национальном уровне, т.е. ведомством  страны происхождения. Это означает, что первая регистрация - «базовая»  должна предшествовать международной регистрации.

В случае выполнения всех требуемых условий, включая уплату пошлин, МБ ВОИС регистрирует знак в Международном реестре, незамедлительно уведомляет о международной регистрации ведомства указанных в заявке стран, в которых испрашивается охрана и публикует информацию об этом в ежемесячном и периодическом бюллетене ВОИС - «WIPO. Gazette of International Marks Gazette OMPI des marques Internationales», который с июня 1996 года выходит вместо бюллетеня «Les Margues internationales» («Международные знаки»).

Международная регистрация не имеет действия в стране происхождения, где охрана товарного знака, являющаяся основой для международной регистрации, осуществляется в силу национальной регистрации.

Международная регистрация имеет действие только в тех странах, для которых охрана специально испрашивается в соответствии со статьей 3 ter(1) Соглашения[[8]](#footnote-8). Все страны-участницы Мадридского соглашения воспользовались возможностью, предоставляемой статьей 3 bis, предусматривающей, что  каждая договаривающаяся страна может уведомить Генерального директора ВОИС о том, что охрана, возникающая в результате международной регистрации, будет распространяться на эту страну только по специальному заявлению владельца знака.

 Важное практическое значение имеют положения статьи 3(4) Соглашения, устанавливающие, что датой международной регистрации может являться

- дата подачи заявки на международную регистрацию в стране происхождения, если МБ ВОИС получило заявку в течение двух месяцев, считая с даты этой подачи;

- дата получения и регистрации заявки МБ ВОИС, если заявка не была получена в срок, указанный в предыдущем абзаце.

В соответствии со статьей 4 Мадридского соглашения знак, внесенный в Международный реестр, в каждой указанной стране, где испрашивается охрана, пользуется таким же режимом, что и знак, заявленный для регистрации в национальном ведомстве данной страны. Правовая охрана знака, полученная на основе Соглашения, регулируется национальными законодательствами. Это является свидетельством того, что правовые нормы в сфере международного частного права, основным источником которого является национальное законодательство, стремятся к унификации в рамках того или иного международного соглашения.

При этом, такой знак пользуется конвенционным приоритетом, установленным статьей 4 Парижской конвенции, без соблюдения формальных требований, предусмотренных в случае подачи национальной заявки. Это означает, что если международная регистрация осуществляется не позднее шести месяцев, считая с даты подачи первой правильно оформленной национальной заявки в одну из стран-участниц Парижской конвенции, то международная регистрация имеет приоритет не с даты указанной регистрации, а с даты подачи первой национальной заявки.

Согласно статье 5 Мадридского соглашения, ведомства стран, где испрашивается охрана или территориальное расширение, имеют право заявить, что охрана не может быть предоставлена знаку на их территории в отношении всех или части товаров, перечисленных в заявке. В уведомлении об отказе, направляемом в МБ ВОИС, должны быть указаны мотивы, на которых основан отказ. Мотивы могут быть только теми, которые применялись бы в случае, если заявка на регистрацию знака была подана в ведомство по национальной процедуре на условиях, которые в соответствии с  Парижской конвенцией применяются к знаку, заявленному для национальной регистрации[[9]](#footnote-9).

Принимая во внимание, что статьей 6quinques Парижской конвенции предусмотрено, что каждый товарный знак, должным образом зарегистрированный в стране происхождения (а в случае использования Мадридской процедуры это всегда так), может быть заявлен в других странах Союза и охраняется «таким, как он есть», отказ в регистрации, может иметь место только в случаях, когда:

 - регистрация знака может затронуть права, приобретенные третьими лицами в стране, где испрашивается охрана;

 - знак лишен каких-либо отличительных признаков или составлен исключительно из знаков или указаний, могущих служить в торговле для обозначения вида, качества, количества, назначения, стоимости, места происхождения товара или времени его изготовления, либо стал общепринятым в обиходном языке или в добросовестных и устоявшихся торговых обычаях страны, где испрашивается охрана;

 - знак противоречит морали или публичному порядку, и в особенности, если он может ввести в заблуждение общественность.

Согласно статье 6(1) Мадридского соглашения, международная регистрация действует 20 лет вне зависимости от регистрации, предусмотренной национальным законодательством.

В течение первых пяти лет, считая с даты международной регистрации, действие международной регистрации зависит от судьбы «базовой регистрации» в стране происхождения. Если в течение этих пяти лет «базовая регистрация» аннулируется, международная регистрация больше не является действующей ни в одной из стран.[[10]](#footnote-10) Она должна быть аннулирована на основании уведомления ведомства страны происхождения согласно статье 6(3). Это положение применяется также для случая, когда национальная охрана в стране происхождения прекращается вследствие возбуждения судебного дела, начатого до истечения пятилетнего срока с даты международной регистрации.

Установленный в указанной статье называется принципом «*центральной атаки»*, поскольку его использование позволяет заинтересованному лицу, аннулировав регистрацию знака в стране происхождения, добиться аннулирования международного знака во всех странах, где он получил охрану на основе Мадридского соглашения.

По истечении пятилетнего срока, считая с даты международной регистрации, эта регистрация становится независимой от национальной регистрации, обеспечиваемой знаку в стране происхождения. В этом случае прекращение охраны в стране происхождения уже не может затрагивать охрану, возникшую в результате международной регистрации, в других странах-участницах Мадридского соглашения[[11]](#footnote-11).

Суммируя преимущества Мадридской системы, следует отметить также то, что на ее основе заявитель путем подачи одной заявки на одном языке (французском), на типовом бланке, уплатив пошлину в МБ ВОИС в единой валюте (в швейцарских франках), получает в течении года правовою охрану в странах-участницах Соглашения.

Международная регистрация, производимая с использованием Мадридской системы, сокращает также объем работы патентных ведомств, освобождая их, к примеру, от публикации знаков.[[12]](#footnote-12)

Соглашение предусматривает ряд информационных льгот для его участников, а также оплату за счет ВОИС командировочных расходов одного представителя государства-участника на все совещания руководящих и рабочих органов этого Соглашения.

Несмотря на длительный период успешного функционирования Соглашения, обусловленного рядом преимуществ, которые дает участие в нем, число стран-участниц остается сравнительно небольшим и ограниченным с географической точки зрения. Это связано с тем, что ряд положений Мадридского соглашения препятствуют присоединению к нему некоторых государств[[13]](#footnote-13). Среди таких положений можно назвать следующие:

1. Необходимость регистрации знака в стране происхождения как предварительное условие международной регистрации.

Это условие не устраивает заявителей многих стран, поскольку регистрация на основе национальных законодательств занимает в некоторых из них длительное время, а сам процесс регистрации  знака является достаточно трудоемким.

2. Относительно короткий срок (один год), в течение которого национальные ведомства могут проводить экспертизу знака и направлять уведомление об отказе в его регистрации с указанием всех мотивов для такого отказа. Для некоторых государств, особенно для тех, кто публикует заявки, этот срок является недостаточным.

3. Положение, согласно которому международная регистрация остается зависимой от «базовой регистрации» в течение первых пяти лет с даты регистрации знака и должна быть аннулирована, в случае аннулирования базовой регистрации. Известно, что мотивы, для аннулирования знака в стране происхождения, могут не совпадать с требованиями к знаку в каждой стране, где произведена международная регистрация;

5. Применение в качестве рабочего языка - французского, что не устраивает "англо-говорящие" страны.

Таким образом, некоторые особенности положений Мадридского соглашения явились препятствием для участие в международной системе регистрации знаков ряда стран, активно охраняющих товарные знаки за пределами своей страны. К этим странам, в первую очередь, относятся США, Великобритания, Япония, Канада, Австралия.

В целях преодоления указанных препятствий в последнее десятилетие ВОИС и специалистами ряда стран предпринимались многочисленные попытки создания новой системы, касающейся международной регистрации знаков. Однако эти попытки длительный период времени не давали желаемых результатов.

Параллельно страны-члены Европейского сообщества начали работу по созданию системы, которая в наши дни активно функционирует и известна как система Товарного знака Европейского Сообщества.

Каковы же преимущества регистрации торговой марки Сообщества?
**А)** Унитарная и исключительная защита.

* Единый порядок регистрации обеспечивает надежную защиту во всем Европейском союзе.
* Торговая марка Сообщества едина для всех стран ЕС и дает владельцам исключительные права, позволяющие им запретить любые действия третьих лиц от использования тождественных торговых марок в их коммерческих действиях.

**Б)** Упрощенные формальности:

* Одна Заявка;
* Единый язык регистрации (все документы могут подаваться на одном из официальных языков ЕС);
* Единый административный центр по регистрации;
* Единый документ о надлежащей регистрации торговой марки.
* Простота процедуры подачи документов.

**В)** Уменьшение затрат.

**Г)** Отсутствие необходимости национальной регистрации. В качестве торговой марки Сообщества может регистрироваться и та торговая марка, которая была уже подана на регистрацию либо зарегистрирована по национальной процедуре, а также из государств, членов Парижской Конвенции 1883 года или ВТО.

**Д)** Компания может иметь торговых марок столько, сколько пожелает.

Торговая марка ЕС - ключевой элемент политики экспортирующей компании в объединенной Европе: увеличение ее ценности означает не только удержание на рынке, но и приобретение новых долей рынка. Торговая марка Сообщества - идеальный инструмент для того, чтобы поддержать надежную связь с потребителем в Европе. Она не только идентифицирует происхождение товаров и услуг: она устанавливает отношения с потребителем в общеевропейском масштабе, повышает репутацию компании и гарантирует стабильность качества. Такая торговая марка - это также перспективное капиталовложение. Права на нее могут передаваться по лицензионным соглашениям, использоваться во франчайзинге и продаваться. Как инструмент маркетинга зарегистрированная торговая марка ЕС может даже составить главный актив компании.[[14]](#footnote-14)

Торговая марка Сообщества предоставляет преимущества однородной защиты во всех странах Европейского союза только лишь на основании одной процедуры регистрации в OHIM. Эта процедура является хорошей альтернативой в дополнение к двум ранее существовавшим процедурам: национальной и международной. Каждый из трех типов процедур регистрации торговой марки предлагает тот уровень защиты, который наиболее соответствует определенным деловым потребностям. Национальная торговая марка предлагает защиту, ограниченную рынком одной единственной (отдельной) страны. Торговая марка Сообщества предлагает защиту для полного рынка в пределах Европейского союза. Международная торговая марка выполняет специфические потребности тех, кто желает получить защиту в странах и вне Европейского экономического сообщества[[15]](#footnote-15).

 Эти три типа регистрации торговой марки не исключают взаимно друг друга: различные связи между ними позволяют компаниям развивать систему защиты своих торговых марок согласно их потребностям. Предполагается, что в недалеком будущем, когда Европейское Экономическое Сообщество подпишет Мадридский Протокол, более тесные связи процедуры регистрации торговой марки ЕС будут установлены и с Мадридской системой регистрации торговых марок[[16]](#footnote-16).

Следует уделить внимание самой процедуре регистрации торговой марки в рамках ЕС

 Торговая марка ЕС должна отвечать двум условиям: иметь возможность представления в графической форме и позволять отличить товары и услуги одной компании от товаров и услуги другой компании. Торговой маркой, могут быть:

слова, изобретенные (неологизмы) или принадлежащие известному языку (в последнем случае они не должны использоваться на том языке как родовые (сроки, термины, условия) для товаров и услуг, для которых торговая марка применяется;

* фамилии и имена;
* подписи (экслибрисы) и символы;
* письма, числа (номера);
* акронимы (аббревиатуры),
* лозунги (слоганы);
* комбинации: подписей (экслибрисы), чисел(номеров), шрифтов, знаков, эмблем (графических символов); рекламных девизов (слоганов);
* эскизы, рисунки, узоры, фигуры и пиктограммы;
* портреты людей;
* собрания слов или графических элементов и сложных признаков (подписей), связывающих устные и графические признаки (символы);
* ярлыки, этикетки, наклейки, бирки, клейма;
* трехмерные торговые марки (типа формы товаров) или упаковка;
* цвета или комбинации цветов;
* звуки, в их специфическом музыкальном звучании.[[17]](#footnote-17)

Определяя круг лиц, которые могут получить регистрацию торговой марки, следует отметить, что:

Доступ к регистрации торговой марки Сообщества, как правило, открыт для всех типов претендентов. Любое физическое лицо может подать на регистрацию свою торговую марку, как марку Сообщества. Нет необходимости быть бизнесменом или иметь намерение использовать торговую марку непосредственно на рынке. Графический символ (т.е. то, что мы обычно понимаем под словом логотип) может быть зарегистрирован его автором (разработчиком), с окончательной целью передачи этого знака иной компании. Однако, недобросовестная регистрация может закончиться аннулированием торговой марки.[[18]](#footnote-18)

Любое юридическое лицо также может регистрировать торговую марку Сообщества. Доступ к регистрации открыт как для частных компаний или их ассоциаций (коллективные торговые марки), так и для холдингов для использования в компаниях, которыми они управляют. Регистрация возможна и ассоциациями или другими общественными организациями. Т.е. возможна всеми, кто желает идентифицировать свои товары или услуги.[[19]](#footnote-19)

 Все граждане ЕС и зарегистрированные в ЕС юридические лица, граждане и юридические лица стран, участниц Парижского Договора, или граждане и юридические лица стран, присоединившихся к ВТО, могут быть владельцами торговых марок Сообщества.[[20]](#footnote-20)

Хотелось бы на примере рассмотреть механизмы охраны товарных знаков в ЕС. В 1999-м. Заявитель Intertops Sportwetten GmbH подал году в Европейское Общество по Товарным Знакам изобразительный знак со словом "INTERTOPS" для букмекерских услуг и услуг, связанных со всевозможными видами пари. На эту заявку Sportwetten GmbH Gera, владеющая немецким знаком INTERTOPS SPORTWETTEN подала оппозицию. Основанием для аннулирования знака, по мнению Sportwetten GmbH Gera, являлся факт, что Европейская заявка нарушает принцип общественного порядка и общепринятых правил морали. Заявление об аннулировании было отклонено. Это решение Sportwetten GmbH Gera подала заявление на пересмотр в Суд Первой инстанции, обосновывая это тем, что Intertops Sportwetten GmbH не имеет права предлагать услуги до заключению пари в Германии. Суд, однако, решил, что это обстоятельство не является причиной для аннулирования европейского знака.

По мнению Европейского трибунала из обстоятельства, что Intertops Sportwetten не имеет лицензии на услуги, связанные с заключением пари, не следует, что использование данного товарного знака представляет собой нарушение общественного порядка или общепринятых правил морали в духе Постановления № 40/94. При определении наличия нарушения общественного порядка или общепринятых правил морали рассматривается сам товарный знак, т.е. значение знака как такового во взаимосвязи с товарами или услугами, для которых он используется. В этой связи следует руководствоваться тем, что абсолютные препятствия для получения права на товарный знак должны относиться к свойствам самого заявляемого товарного знака, а не к обстоятельствам, касающихся заявителя. То обстоятельство, что владельцу товарного знака запрещено предлагать букмекерские услуги на территории Германии не распространяется на свойства, присущие самому товарному знаку, и, таким образом не означает, что данный товарный знак представляет собой нарушение общественного порядка или общепринятых правил морали.[[21]](#footnote-21)

Это означает, что хотя заявитель не может использовать свой европейский товарный знак в Германии, он может использовать его во всех других странах - участницах Европейского Сообщества и т.о. поддерживать товарный знак на рынке. Так что товарный знак "INTERTOPS" остаётся в силе.

Очень важным вопросом является вопрос посредничества, то есть с помощью какого органа осуществляется регистрация. Конечно, офис OHIM - это структура, открытая для каждого. Любая заинтересованная компания и частное лицо могут иметь дело непосредственно с ним, подав Заявление прямо в офис. Однако, офис OHIM для заявителей из стран, которые не являются членами Европейского союза, настоятельно рекомендует использовать услуги профессиональных представителей (патентных поверенных) или юристов.

Перспектива существования системы регистрации товарных знаков Европейского Сообщества вызвала откровенное беспокойство в странах-участницах Мадридского соглашения, так как девять из пятнадцати стран-членов Европейского сообщества (Австрия, Бельгия, Франция, Германия, Италия, Люксембург, Нидерланды, Португалия и Испания) являются членами Мадридского союза. Шесть стран-членов Европейского сообщества не являются членами Мадридского союза: Дания, Финляндия, Греция, Ирландия, Швеция и Соединённое Королевство. В связи с этим, в 1980-е годы было признано жизненно необходимым создание такой системы, которая способна была установить связь между Мадридской системой регистрации и будущей системой регистрации Европейского сообщества. Это привело к созданию специальной «Рабочей группы по связям между Мадридским соглашением и Товарным знаком Европейского сообщества».

В 1989 г. деятельность упомянутой рабочей группы по связям привела к разработке Протокола и сохранению Мадридского соглашения. Результатом проделанной работы с участием многих стран было проведение в июне 1989 года в Мадриде Дипломатической конференции по заключению Протокола к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков, созванной и организованной ВОИС. Дипломатическая конференция единогласно приняла Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков.

28 государств, среди них Великобритания, Германия, Франция, Россия (как преемник Советского Союза), подписали Протокол, представляющий собой, несмотря на свое название, самостоятельное соглашение.

Протокол к Мадридскому соглашению, состоящий из 26 статей, решает задачу устранения существующих правовых препятствий для присоединения к системе неограниченного круга стран путем включения положений, позволяющих странам Соглашения осуществлять выбор приемлемых для них условий в целях обеспечения международной регистрации знаков.

Кроме этого, Соглашение позволяет устанавливать связь между системой международной регистрации знаков и возможными региональными системами в области товарных знаков, в частности системой Европейского Сообщества.

Для привлечения новых государств к участию в международной системе регистрации знаков в Протокол по сравнению с Мадридским соглашением введены следующие положения:

1) В соответствии со статьей 2(1)(а) Протокола международная заявка может основываться не только на национальной регистрации, но и на национальной (или региональной) заявке. Это нововведение устраняет основное препятствие для присоединения к Мадридской системе некоторых стран. Препятствие заключается в том, что необходимость получения национальной регистрации до подачи заявки в соответствии с Мадридским соглашением часто занимает много времени, особенно в тех странах, которые имеют систему экспертизы, включающую публикацию заявки.

Предусмотренная Протоколом возможность позволяет пользоваться преимуществом Парижской конвенции - испрашивать конвенционный приоритет;

2) В то время, как в соответствии с Мадридским соглашением ведомства стран должны направлять в ВОИС любое уведомление об отказе в течение срока в один год, Протокол, сохраняя этот срок в качестве основного, предусматривает исключение. Цель этого исключения - позволить присоединиться к Протоколу государствам с «проверочной» системой экспертизы, для которых срок в один год слишком мал даже для сообщения о предварительном отказе. В соответствии со статьей 5(2)(b) Протокола, любая Договаривающаяся сторона может сделать заявление о том, что срок в один год заменяется сроком в 18 месяцев. В таком заявлении может быть также указано, что если отказ является результатом возражения против предоставления охраны, то ведомство этой Договаривающейся стороны может уведомить о таком отказе даже после истечения 18 месяцев. Указанный срок исчисляется с даты отправки МБ ВОИС национальному ведомству уведомления о международной регистрации.;

3) Важным нововведением Протокола, содержащимся в статье 8(7), является возможность для стран-участниц выбирать систему пошлин. Таким образом, ведомство договаривающейся стороны может, если оно того пожелает, получать полную сумму пошлин, взимаемых им за национальную (или региональную) регистрацию или продление регистрации, причем указанная сумма сокращается на размер экономии, являющейся результатом международной процедуры (статья 8(7)).[[22]](#footnote-22)

4) По сравнению с Мадридским соглашением Протокол смягчает принцип «центральной атаки». Согласно статье 9 quinquies предусматривается возможность преобразования международной регистрации в национальные и региональные заявки. Это может иметь место в случае, когда международная регистрация была исключена из международного реестра в результате прекращения действия «базовой» заявки, вытекающей из нее регистрации или «базовой» регистрации, например в случае «центральной атаки». В этом случае национальные или региональные заявки будут рассматриваться так, как если бы они были поданы на дату международной регистрации, и если бы международная регистрация пользовалась конвенционным приоритетом в соответствии с Парижской конвенцией.

Кроме этих новшеств, призванных устранить препятствия для привлечения к системе международной регистрации знаков более широкого круга стран, Протокол, исходя из статьи 14 (1)(в), дает возможность межправительственным организациям стать его участниками, т.е. быть стороной соглашения, если такая организация имеет региональное ведомство для целей регистрации знаков, действующих на территории этой организации.

Протокол содержит статью 9 sexies «Сохранение Мадридского соглашения (Стокгольм)» (так называемая «защитная оговорка»). Причина включения данной статьи заключается в том, чтобы зафиксировать заявления Правительств государств-членов Мадридского союза, а также представителей неправительственных организаций использующих мадридскую систему, о том, что эта система удовлетворяет их в том виде, в каком она есть, и что они хотели бы, чтобы она продолжала существовать.  Данная статья предусматривает, что нововведения применимы только в отношениях между новыми членами, а также между новыми и старыми членами, т.е. участниками действующего Мадридского соглашения.

В целях привлечения к участию в системе международной регистрации знаков англо-говорящих стран Протокол предусматривает введение английского языка в качестве рабочего языка Соглашения наряду с французским.[[23]](#footnote-23)

Протокол к мадридскому соглашению вступил в силу 1 декабря 1995г.

По состоянию на начало 2000г. участниками Протокола являются более 40 стран, в том числе: Австрия, Бельгия, Великобритания, Германия, Дания, Испания, Нидерланды, Португалия, Франция, Швейцария, Швеция, Российская Федерация также стала в июне 1997г. участницей Протокола.

**§ 2. Международные охранные системы товарных знаков**

Основными механизмами в области международной охраны товарных знаков являются международные соглашения. К таковым следует отнести: « Мадридское соглашение о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 года», «Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности охране промышленной собственности от 20 марта 1883 года», «Ниццкое соглашение о международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков» от 15 июня 1957 года», «Венское соглашение, устанавливающее международную классификацию изобразительных элементов знаков» ряд региональных соглашений (ТРИПС, ВОИС).

Двадцатого марта 1883 г. была подписана Парижская конвенция об охране промышленной собственности[[24]](#footnote-24).Указанная конвенция была подписана от имени СССР 12 октября 1967 г. и ратифицирована 19 сентября 1968 г. Именно о ней уже не раз упоминалось в данной работе.

Это самое раннее и наиболее общее международное соглашение в области охраны промышленной собственности.

 «Членство в Парижской конвенции является необходимым условием участия в ряде других соглашений в области промышленной собственности[[25]](#footnote-25)

Парижская конвенция - полностью открытое международное соглашение.

Статья 1(2) Парижской конвенции называет объекты охраны промышленной собственности, а именно патенты на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки, фирменные наименования и указания происхождения или наименования   места   происхождения,   а   также   пресечение недобросовестной конкуренции».

Важнейшее положение Парижской конвенции, зафиксированное в ст. 2 - принцип национальногорежима. В соответствии с этим принципом каждое государство - участник обязано предоставлять гражданам другого государства-участника такие же права в области охраны промышленной собственности, какие оно предоставляет собственным гражданам.

Статья 4 (части А и С) содержит второе важное положение Парижской конвенции - принцип приоритета (заявитель, подавший правильно оформленную заявку в одном из государств-участников, пользуется в других государствах-участниках правом приоритета в течение 6-ти месяцев для товарных знаков)

 После подписания Парижской конвенции в 1891 г. было заключено Мадридское соглашение о международной регистрации знаков[[26]](#footnote-26)

Мадридское соглашение о международной регистрации, заключенное 14 апреля 1891 г., является одним из старейших в рамках Парижской конвенции по охране промышленной собственности.

В  пределах  этого  соглашения  Международным  бюро интеллектуальной собственности рассматриваются заявки на товарные знаки зарубежных заявителей, а также подают заявки на регистрацию товарных знаков в зарубежные страны отечественные заявители. По условиям Мадридского соглашения подача заявки на регистрацию товарного знака от имени какого - либо (включая и азербайджанского) заявителя может осуществляться только на базе национальной регистрации.

С помощью Мадридского соглашения обеспечивается правовая охрана товарного знака, зарегистрированного в стране происхождения, во всех странах Мадридского Союза. Существенным преимуществом Мадридского соглашения является то, что заявка подается только через национальное Патентное ведомство, и, следовательно, может отпасть необходимость в услугах патентных поверенных. Кроме сказанного, исключается необходимость в соблюдении правил национальных законодательств относительно оттисков знака.[[27]](#footnote-27)

Несмотря на ряд преимуществ, предусмотренных Мадридским соглашением, многие страны, в том числе США, Япония, Великобритания, Канада, Австралия, активно защищающие свои знаки за рубежом, до сих пор не присоединились к этой системе.

Подписанный в 1989 г**.** Протокол к Мадридскому соглашению [[28]](#footnote-28)снимает многие правовые препятствия, давая возможность, неограниченному кругу стран, включая названные, путём выбора приемлемых для них условий, стать участниками системы международной регистрации знаков.

Условия Протокола позволяют также региональным системам (межправительственным организациям), имеющим специальные ведомства по регистрации знаков (таким как европейская система), быть субъектами указанного соглашения. Это направлено на максимальный охват стран, становящихся участницами двух соглашений, действующих в рамках Мадридского союза.

Протокол позволяет регистрировать товарный знак в странах-участницах  Мадридского  соглашения,  странах,  подписавших Протокол, и странах Европейского Экономического Сообщества одновременно. Протокол не может действовать независимоотМадридского соглашения.

Тридцать четыре страны ратифицировали Протокол к Мадридскому соглашению. Присоединились к Протоколу и страны Европейского Экономического Сообщества.

Ассамблеей Мадридского союза по международной регистрации знаков, которая происходила 15-18 января 1996 г. была одобрена Общая инструкция к Мадридскому соглашению и Протоколу, устанавливающая правила процедуры для Мадридского соглашения и Протокола, а также для обоих соглашений одновременно.

В 1935 г. Объединенными международными бюро по охране интеллектуальной  собственности  (БИРПИ),  была разработана Международная классификация товаров и услуг для регистрации знаков[[29]](#footnote-29) Первоначально МКТУ представляла собой основную   классификационную   схему   для   систематизации наименований товаров. Классификация состояла из 34 классов товаров и алфавитного перечня товаров. Позднее классификация была дополнена перечнем классов услуг (восемь классов) и впервые издана ВОИС в 1963 г. на французском языке[[30]](#footnote-30).

Текст МКТУ был признан официальным в результате Соглашения, заключенного заинтересованными в использовании МКТУ странами на дипломатической конференции 15 июня 1957 г. в Ницце[[31]](#footnote-31). Соглашение относится к ряду классификационных и предусматривает координацию работ по применению и периодическому пересмотру МКТУ в целях регистрации товарных знаков.

Соглашение пересматривалось в Стокгольме в 1967 г. и в Женеве в 1977 г. В 1979 г. в Соглашение были внесены поправки, аналогичные поправкам к Конвенции ВОИС. Впоследствии эти поправки неоднократно пересматривались.

Также наиболее важным документом в области охраны товарных знаков является Ниццкое соглашение о международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков от 15 июня 1957г., пересмотренное в Стокгольме 14 июля 1967г. и в Женеве 13 мая 1977г.

Ниццким соглашением предусмотрено принятие странами, подписавшими его, единой классификации товаров и услуг для регистрации товарных знаков и знаков обслуживания[[32]](#footnote-32). МКТУ представляетсобой переченьклассов товаров и услуг с примечаниями (пояснениями) по их содержанию, снабжена алфавитно-предметным указателем наименований товаров и услуг с отнесением их к соответствующим классам (АПУ). Соглашение открыто для государств - участников Парижской конвенции.

Соглашение о международной классификации товаров и услуг является ярким примером приведения к единой системе результатов международного сотрудничества: классификацию в соответствии с Соглашением используют национальные ведомства по товарным знакам 95 стран и три международных организации - ВОИС (в рамках международной регистрации согласно Мадридскому соглашению), Ведомство по товарным знакам Бенилюкса и Африканская организация интеллектуальной собственности, то есть сфера его фактического применения в три раза больше сферы юридического действия.

В соответствии с Соглашением государства - участники используют единую классификацию товаров и услуг в целях регистрации товарных знаков и знаков обслуживания, что упрощает защиту товарного знака для государств – участников[[33]](#footnote-33). Классификация разрабатывается на английском и французском языках; ВОИС содействует заинтересованным государствам в подготовке переводов классификации на рабочие языки своих ведомств по товарным знакам[[34]](#footnote-34).

Наряду с перечисленными международными правовыми актами, заключенными в рамках Парижской конвенции, действует Договор о законах по товарным знакам[[35]](#footnote-35). Договор ТЛТ принят на Дипломатической конференции в Женеве 27 октября 1994 г. Вступил в силу 1 августа 1996 г.

Как сказано в преамбуле к Договору ТЛТ «цель договора состоит в том, чтобы сделать национальные и региональные системы регистрации товарных знаков более удобными для пользователей». Указанная цель достигается путём упрощения и гармонизации процедур и устранения недостатков, что «обеспечивает надёжность процедур для владельцев знаков и их поверенных. В частности, заявителю, подающему документы в патентное ведомство, предоставляется возможность в одном заявлении испросить осуществление   нескольких   юридически   значимых   действий, использовать   типовые   бланки   применительно   ко   всем предусмотренным Договором действиям, использовать в перспективе современные средства связи для подачи заявок, заявлений и переписки с патентным ведомством»[[36]](#footnote-36).

Кроме этого, Договор ТЛТ приводит к сокращению количества документов, которые должны представляться заявителем в ведомства (уменьшение количества образцов товарных знаков; запрет в отношении запроса различных выписок из реестров, уставов предприятий,   справок  об  использовании  товарных  знаков;

установление приоритета без наличия в заявке описания знака и так далее);

включение в процесс осуществления административных процедур   типовых   бланков   (формуляров),   разработанных применительноко  всем  юридически  значимым  действиям, предусмотренным Договором.

 Также необходимо отметить, что в соответствии со ст. 16 Договора ТЛТ, любая договаривающаяся сторона применяет к знакам обслуживания соответствующие положения Парижской конвенции[[37]](#footnote-37) в отношении товарных знаков и регистрирует их.

Важной статьей указанного Договора ТЛТ является ст. 7, которая позволяет осуществлять разделение заявки и разделение регистрации.

Разделение заявки может быть произведено заявителем или по его просьбе на две или несколько заявок путем распределения между такими   заявками  товаров   и/или  услуг,   перечисленных  в первоначальной заявке. Выделенные заявки сохраняют дату подачи первоначальной заявки и её приоритет, при наличии такового.

Указанный Договор ТЛТне применятся к голографическим знакам и знакам, не состоящимиз визуальных обозначений, в частности, к звуковым и обонятельным знакам, не применяется к коллективным, сертификационным и гарантийным знакам.

В данной главе следует упомянуть и о **Соглашении ТРИПС**. Известно, что в настоящее время Азербайджанская республика проводит активную работу по вступлению во Всемирную торговую организацию (ВТО). Одним из обязательных условий ее участия в ВТО является присоединение к Соглашению ТРИПС.

Соглашение   ТРИПС   в   части   охраны   промышленной собственности «подтверждает действенность для членов ВТО положений Парижской конвенции по охране промышленной собственности. Но при этом Соглашение ТРИПС устанавливает ряд дополнительных обязательств для своих участников»[[38]](#footnote-38)

Положения названного документа предусматривают достаточно жесткие меры наказания в связи с недобросовестной конкуренцией, включая тюремное заключение. Применение установленных санкций сопровождается  конфискацией товара иего уничтожением. Одновременно уничтожаются материалы и оборудование, при помощи которых такие товары и товарные знаки изготовлены.

Соглашение ТРИПС предусматривает «существенное сокращение сроков осуществления ряда юридически значимых действий, что в полной мере отвечает интересам заявителей»[[39]](#footnote-39).

Так,  к примеру, Соглашения ТРИПС требует незамедлительной публикации товарного знака после его регистрации и выдачи свидетельства на товарный знак в течение одного месяца[[40]](#footnote-40).

Что касается общеизвестных товарных знаков, то п. 3 ст. 16 Соглашения ТРИПС содержит требование охраны общеизвестных товарных знаков в отношении всех товаров, хотя бы и отличных от тех, для которых товарный знак зарегистрирован.

Наиболее важным документом и источником в области охраны товарных знаков является «Мадридское соглашение о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 года»[[41]](#footnote-41). Выше мною уже не раз упоминалось данное соглашение, но следует более тщательно рассмотреть его. По - подробнее рассмотрим данное соглашение.

Что же подразумевает под собой международная охрана товарных знаков? Как ее осуществить?

Каждая страна, желающая наделить свой товарный знак международно-правовой защитой представляет заявку в Международное бюро интеллектуальной собственности. Содержание заявки на международную регистрацию осуществляется в соответствии со ст. 3 соглашения. В соответствии со ст. 3.2 Мадридского соглашения

Заявитель должен указать товары или услуги, на которые истребована охрана знака, а также, если возможно, соответствующий им класс или классы согласно классификации, установленной Ниццким соглашением о международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков. Если заявитель не делает такого указания, Международное бюро само классифицирует изделия или услуги по соответствующим классам указанной классификации. Классификация, указанная заявителем, подлежит проверке Международным бюро, которое осуществляет ее совместно с национальной Администрацией. В случае разногласия между национальной Администрацией и Международным бюро решение последнего является окончательным.

В соответствии со ст. 3 bis (территориальное ограничение) каждая договаривающаяся страна может в любое время письменно уведомить Генерального директора Организации (далее именуемого "Генеральный директор") о том, что охрана, возникающая вследствие международной регистрации, будет предоставляться в этой стране только в случае, когда владелец знака прямо испросит ее в заявке. Это уведомление вступает в силу только через шесть месяцев после даты сообщения, которое будет сделано по данному поводу Генеральным директором другим договаривающимся странам. В соответствии со ст. 3 ter требование о территориальном расширении, заявленное после международной регистрации, должно быть направлено через Администрацию страны происхождения знака на бланке, предписанном Регламентом по выполнению Соглашения. Это требование незамедлительно регистрируется Международным бюро, которое без промедления извещает о нем заинтересованные Администрации. Требование публикуется в периодическом журнале, издаваемом Международным бюро. Территориальное расширение вступает в силу с даты соответствующей записи в Международном реестре; оно прекращает свое действие по истечении срока международной регистрации знака, к которому она относится.

Очень важным моментном в плане охраны товарных знаков является последствие международной регистрации. Ст. 4.1 соглашения предусматривает, что с момента регистрации в Международном бюро в соответствии с положениями статей 3 и 3-ter, в каждой заинтересованной договаривающейся стране знаку предоставляется такая же охрана, как если бы он был заявлен там непосредственно. Классификация изделий или услуг, предусмотренная в статье 3, не связывает договаривающиеся страны в отношении определения объема охраны знака. В ст. 4.2 соглашения предусмотрено, что всякий знак, который был предметом международной регистрации, пользуется правом приоритета, установленного статьей 4 Парижской конвенции по охране промышленной собственности; при этом необязательно выполнение формальностей, предусмотренных в пункте D этой статьи:

1. всякое лицо, желающее воспользоваться преимуществом приоритета на основании предшествующей заявки, обязано подать заявление с указанием даты подачи заявки и страны, где она произведена. Каждая страна устанавливает, не позднее, какого момента должно быть подано такое заявление.
2. Страны Союза могут требовать от лица, подающего заявление о приоритете, представления копии ранее поданной заявки (описания, чертежей и т. д.). Копия, заверенная учреждением, принявшим эту заявку, не требует никакой легализации и может быть во всех случаях представлена в любой момент в течение трех месяцев со дня подачи последующей заявки без уплаты каких-либо сборов. Предоставляется право требовать, чтобы к ней была приложена справка о дате подачи заявки, выданная этим учреждением, и перевод.)

Таким образом, можно сделать вывод, что международная защита товарных знаков достаточно сложный и многогранный процесс. Как видно из выше написанного, наиболее эффективным методом международной защиты товарного знака является международная регистрация товарного знака, осуществляемая на основании международный соглашений, наиболее важным из которых является Мадридское соглашение о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г. Большинство стран являются участниками вышеупомянутого соглашения, что, конечно же, упрощает процедуры международной защиты товарных знаков и их защиты в отдельных государствах.

#### Глава 2: Охрана товарных знаков в АР

**§ 1: Нормы в области защиты товарных знаков в АР**

С недавних пор степень интереса к товарным знакам в нашей республике возросла. Это связано с объективными факторами развития экономики страны, притоком инвестиций, привлечением ряда зарубежных фирм в национальный бизнесс, ростом предпринемальской деятельности, созданием новых субъектов бизнесса (фирмы, предприятия) . В связи с этим в стране выработана определенная законодательная база по защите товарных знаков.

Рыночный механизм, как известно, четко воспринимает реакцию потребителя на произведенный продукт. Потребитель либо признает, либо отвергает его. В этом процессе товарные знаки, являясь связующим звеном между изготовителем и покупателем, промышленностью и торговлей, производством и потреблением, играют роль безмолвного продавца, непременного участка рыночных отношений.

Сопровождающие продукцию с непосредственной целью ее индивидуализировать товарные знаки стимулируют качество товаров, служат активным средством привлечения к ним внимания покупателей, позволяют потребителям выбрать необходимые им товары.

В связи с той ролью, которую эти объекты играют при реализации и продвижении товара на рынке, весьма актуальна проблема обеспечения их правовой охраны.

Закон Азербайджанской республики "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара"[[42]](#footnote-42) создает необходимый правовой механизм для охраны прав участников хозяйственной деятельности, изготавливающих товары, и пресечения неправомерных действий, направленных на дискредитацию высококачественной продукции.

Как показывает практика общения с владельцами знаков для товаров и услуг, многие из них, если не большинство, не знают, какие права они имеют и каким образом их реализовать. Этому не в последнюю очередь способствует нечёткость отдельных положений нормативных актов, которые регулируют эти вопросы.

Но чтобы правильно и качественно регулировать отношения, связанные с товарным знаком, с начала следует определить, что такое товарный знак согласно законодательству нашей республики.

Согласно закону товарный знак - графическое изображение знака или любая комбинация знаков, способная отличить товары и услуги одного владельца от однородных товаров и услуг другого владельца;

географический указатель - государство или регион, или участок в регионе (географический объект), связанный с происхождением товара, его особыми качествами, популярностью или другими свойствами;

коллективный знак - зарегистрированный знак или комбинация знаков на имя союза, ассоциации или любого объединения;

транслитерация - передача букв одной письменности посредством букв другой письменности.[[43]](#footnote-43)

Определившись с понятием, следует также отметить из каких нормативных актов состоит законодательство по регулированию данных отношений.

Законодательство Азербайджанской Республики о товарных знаках и географических указателях состоит из Конституции Азербайджанской Республики, настоящего Закона, иных законодательских актов Азербайджанской Республики и межгосударственных договоров, стороной которых является Азербайджанская Республика. Если международным договором, стороной которого является Азербайджанская Республика, установлены иные правила, чем те которые содержатся в настоящем Законе, то применяются правила международных договоров.[[44]](#footnote-44)

 Правовая охрана товарного знака и географических указателей, зарегистрированных соответствующим органом исполнительной власти осуществляется на основании правил, установленных настоящим Законом и в соответствии с международными соглашениями и договорами о регистрации международных знаков, к которым присоединилась Азербайджанская Республика

Правовая охрана товарного знака и географических указателей, не зарегистрированных в Азербайджанской Республике, но имеющих силу, в соответствии с международными договорами, к которым присоединилась Азербайджанская Республика, осуществляется в соответствии с настоящим Законом.[[45]](#footnote-45) Но первоначально нам необходимо определить, какие знаки могут быть зарегистрированы как товарный знак.

В виде товарных знаков могут быть зарегистрированы нижеследующие знаки: слова, личные имена, буквы, цифры, изобразительные обозначения, товарные формы или их упаковки, цвета или любые вышеуказанные сочетания[[46]](#footnote-46). Это в свою очередь не означает, что только при вышеуказанных случаях не допускается регистрация знаков в качестве товарных. В ст 5 закона представлен перечень знаков, регистрация которых не допускается. К таковым следует отнести:

1) знаки не соответствующие понятию "товарный знак", приведенному в статье 1 настоящего Закона и знаки, не соответствующие видам знаков статьи 4;

2) не обладающие отличительной восприимчивостью, т.е. знаки, не отличающиеся основными факторами;

3) знаки, указывающие вид, качество, количество, назначение, стоимость, а также историю и место производства и другие особенности товаров и услуг;

4) товарные знаки, не относящиеся к происхождению вин и спиртных напитков, но отождествляя их, сохранив в составе географический указатель;

5) определяющие сущность товара, придавая ему важное значение и необходимые формы для технического достижения;

6) состоящие из выражений противоречащих общественному порядку, морали, нравственности, элементов способствующих упадку авторитета личности, знаков, состоящих из государственных и религиозных символов;

7) товарные знаки, состоящие из указателей и знаков, обильно используемых в разговорной речи, долгие годы используемых в торговой деятельности Азербайджанской Республики;

8) торговые знаки, способные ввести в заблуждение потребителя относительно особенностей качества товара или обслуживания, или наименования географического указателя;

9) товарные знаки, которые невозможно зарегистрировать согласно статьи 6-ter Парижской конвенции об охране промышленной собственности. Сюда относятся запрещения, касающиеся государственных гербов, официальных клейм контроля и эмблем межправительственных организаций[[47]](#footnote-47).

10) награды и другие отличительные знаки без разрешения соответствующих исполнительных органов власти.

 С момента принятия настоящего Закона регистрация вышеуказанных товарных знаков считается аннулированной.

 Если до даты принятия на регистрацию исковых документов, указанных в пунктах "б", "в" и "г" первой части настоящей статьи, но имеющих отличительные черты в период пользования, в регистрации товарных знаков отказать невозможно, и если товарный знак зарегистрирован, регистрация не может считаться недействительной[[48]](#footnote-48).

 Воспрещается использование товарного знака, содержащегося в составе знаков, относящихся к пункту "ж" части первой настоящей статьи :

 торговые знаки, способные ввести в заблуждение потребителя относительно особенностей качества товара или обслуживания, или наименования географического указателя.

 Статья 6 закона регламентирует иные основания для отказа регистрации товарных знаков:

Не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени их смешения с нижеследующими:

а) товарные знаки, ранее зарегистрированные или заявленные на регистрацию в Азербайджанской Республике, на имя другого лица в отношении однородных товаров;

б) товарные знаки, охраняемые в Азербайджанской Республике в силу международных договоров, к которым присоединилась Азербайджанская Республика;

в) популярные товарные знаки, охраняемые в Азербайджанской Республике, согласно статьи 7 настоящего Закона;

г) товарные знаки о фирменных названиях, принадлежащие другим лицам, заручившимся правом пользования фирменными названиями в Азербайджанской Республике ранее даты поступления исковых документов в отношении однородного или похожего товарного знака на товары или услуги (при условии их публикации в официальном бюллетене);

д) охраняемые в Азербайджанской Республике географические указатели и зарегистрированные на лицо, имеющее право использования, за исключением введенных в товарный знак как незащищенный элемент;

г) с зарегистрированными сертификационными знаками.

 Не регистрируются в качестве товарных знаков и их элементов нижеуказанные повторяющиеся знаки:

а) промышленные образцы, права на которые в Азербайджанской Республике принадлежат иным лицам;

 б) названия известных в Азербайджанской Республике произведений науки, литературы и искусства, персонажи из них, цитаты или их фрагменты без согласия обладателя авторского права или его наследника;

в) фамилии, имена, псевдонимы известных лиц и производные от них выражения, без согласия таких лиц и их наследников[[49]](#footnote-49).

Если эти обозначения являются достоянием истории и культуры Азербайджанской Республики, при отсутствии известных лиц и их наследников, обозначения эти регистрируются с разрешения соответствующего органа исполнительной власти.

 Вышеуказанный вид охраны товарных знаков служит предотвращению регистрации знаков, регистрация которых была бы нарушением настоящего закона и служит залогом здоровой конкуренции.

 Из выше написанного следует, что владелец товарного знака обладает Исключительным правом на товарный знак. То есть, только он на территории Азербайджанской Республики обладает правом использования и распоряжения знаком на период действия товарного знака.

 Воспрещается использование другими лицами товарного знака или схожего с ним товарного знака, товаров и обслуживания без разрешения его владельца. Настоящее условие учитывается также в случае, когда у потребителей может возникнуть ассоциация со схожими или однородными товарными знаками[[50]](#footnote-50).

Считаются затронутыми интересы владельца распространенного товарного знака при использовании товарного знака или знака обслуживания, могущих создать ложные впечатления. То же самое относится к общеизвестным товарным знакам. Для начала следует определить, что такое общеизвестный товарный знак. Данный термин нашел свое закрепление в Парижской Конвенции по охране промышленной собственности в ст. 6 – bis. Там указывается, что страны Союза обязуются или по инициативе администрации, если это допускается законодательством данной страны, или по ходатайству заинтересованного лица отклонять или признавать недействительной регистрацию и запрещать применение товарного знака, представляющего собой воспроизведение, имитацию или перевод другого знака, способные вызвать смешение со знаком, который по определению компетентного органа страны регистрации или страны применения уже является в этой стране общеизвестным в качестве знака лица, пользующегося преимуществами настоящей Конвенции, и используется для идентичных или подобных продуктов. Это положение распространяется и на те случаи, когда существенная составная часть знака представляет собой воспроизведение такого общеизвестного знака или имитацию, способную вызвать смешение с ним. Для предъявления требования об аннулировании такого знака предоставляется срок не менее пяти лет, исчисляемый с даты регистрации знака. Страны Союза имеют право установить срок, в течение которого может быть потребовано запрещение применения знака. Срок не устанавливается для предъявления требования об аннулировании или запрещении применения знаков, зарегистрированных или используемых недобросовестно.

Владелец зарегистрированного общеизвестного товарного знака может потребовать запрет на создающие ложные впечатления репродукции товарного знака, состоящего из переведенного или подражаемого слова и относящегося к нему товара и обслуживания знака, создающего ложные впечатления при несоответствии оценки похожего товарного знака и знака обслуживания на зарегистрированный товарный знак и знак обслуживания., что и гарантируют исключительные права на товарный знак[[51]](#footnote-51).

Исключительное право не распространяется на элементы товарного знака, невозможные зарегистрировать как товарный знак. Соответственно, использование элементов товарного знака не является нарушением товарного знака в целом и исключительных прав в частности. Но немалую роль здесь играет первичность, ибо она является основным критерием, по которому осуществляется защита товарного знака. Но как же установить эту первичность. Закон дает ответ на этот вопрос. В законе, в ст. 10 указано, что

Первичность товарного знака устанавливается по дате поступления в соответствующий орган исполнительной власти исковых документов соответствующих требованиям статьи 9 настоящего Закона[[52]](#footnote-52).

Первичность товарного знака может устанавливаться по дате подачи первого искового документа в стране-участнице Парижской Конвенции (конвенционная первичность). При этом исковой документ о товарном знаке в течение 6 месяцев от этой даты должен поступить в соответствующий орган исполнительной власти.

Первичность товарного знака, помещенного на экспонатах официальных международных выставок, организованных на территории одного из государств - участников Парижской конвенции, может устанавливаться по дате начала открытого показа экспоната на выставке (выставочная первичность). При этом исковой документ о товарном знаке должен поступить в соответствующий орган исполнительной власти не позднее 6 месяцев с указанной даты. Но следует учитывать тот момент, что истец, желающий воспользоваться правом конвенционной или выставочной первичностью, обязан указать это при подаче искового документа или не позднее, чем в течение 3 месяцев с даты поступления исковых документов в соответствующий орган исполнительной власти, но нельзя не учитывать тот факт, что выставочная первичность не продлевает срок конвенционной первичности[[53]](#footnote-53).

Важное значение для регистрации товарного знака играет экспертиза искового документа на товарный знак и географический указатель.

Экспертиза заявки на товарный знак и географический указатель осуществляется в соответствии с правилами, установленными соответствующим органом исполнительной власти и настоящим Законом, состоящими из предварительной экспертизы и экспертизы соответствующего органа исполнительной власти.

 В период проведения экспертизы искового документа до принятия по ней решения истец, оплатив установленную государственную пошлину, вправе по собственной инициативе дополнять, уточнять и вносить поправки к исковым материалам, что делает будущую правовую охрану знака более эффективной и полной.

В ходе проведения предварительной экспертизы искового документа на товарный знак и географический указатель, проверяются содержание искового документа, наличие необходимых документов, а также их соответствие установленным требованиям. По результатам предварительной экспертизы истцу сообщается о принятии заявки к рассмотрению либо об отказе в принятии её к рассмотрению[[54]](#footnote-54).

При требовании Конвенционной или выставочной первичности истцом, не представившим необходимые документы, подтверждающие границы этого требования к моменту рассмотрения и принятия исковых документов, первичность устанавливается с даты поступления исковых документов о товарном знаке, о чем истец информируется.

Экспертиза товарного знака проводится по завершении предварительной экспертизы в течение 6 месяцев. В ходе экспертизы искового товарного знака проверяется соответствие понятию "товарный знак", приведенному в статье 1 настоящего Закона, проверяется соответствие требованиям, предусмотренным в статьях 4, 5 и 6 и устанавливается его первичность.

По результатам экспертизы принимается обоснованное решение о регистрации товарного знака об отказе в его регистрации.

Результаты экспертизы в течение 10 дней доводятся до сведения истца. Истец может ознакомиться с документами указанными в решении экспертизы. По получении решения по исковым документам истец может востребовать копии этих документов в течение 1 месяца. Конечно же, возникает вопрос, что делать в случае несогласия истца с решением экспертной комиссии об исковых документах по поводу товарного знака. В таком случае согласно ст. 15 Закона в течение 3 месяцев с даты получения решения при условии оплаты государственной пошлины истец может подать протест в Апелляционную комиссию соответствующего органа исполнительной власти. В случае несогласия и с решением апелляционной комиссии в течение 3 месяцев с даты получения решения с ее стороны, истец вправе обжаловать это решение в судебном порядке.

На основании решения экспертизы и положительного решения апелляционной комиссии в связи с протестом, а также в соответствии с частью 6 статьи 14 настоящего Закона, соответствующий орган исполнительной власти в течение месяца производит регистрацию товарного знака и географического указателя в Государственном реестре товарных знаков и географических указателей. Сведения, внесенные в Реестр в соответствии со статьей 14 настоящего Закона, публикуются в официальном бюллетене соответствующего органа исполнительной власти[[55]](#footnote-55).

В результате регистрации выдается свидетельство о регистрации на оговоренный товарный знак, имеющий силу на территории Азербайджанской Республики. Свидетельство о товарном знаке подтверждает регистрацию искового знака как товарный знак, его первичность; подтверждает исключительное право владельца на знак о товарах и оказываемых услугах, отражает в себе изображение зарегистрированного знака[[56]](#footnote-56). Но следует определить, что такое «исключительное право» на товарный знак в АР.

Согласно закону исключительным правом владельца товарного знака является право использования и распоряжения знаком на территории Азербайджанской Республики на период действия товарного знака. Воспрещается использование другими лицами товарного знака или схожего с ним товарного знака, товаров и обслуживания без разрешения его владельца.

Настоящее условие учитывается так же в случае, когда у потребителей может возникнуть ассоциация со схожими или однородными товарными знаками.

Считаются затронутыми интересы владельца распространенного товарного знака при использовании товарного знака или знака обслуживания, могущих создать ложные впечатления.[[57]](#footnote-57) В законе, в ст. 25 говорится, что Владелец зарегистрированного общеизвестного товарного знака может потребовать запрет на создающие ложные впечатления репродукции товарного знака, состоящего из переведенного или подражаемого слова и относящегося к нему товара и обслуживания; знака, создающего ложные впечатления при несоответствии оценки похожего товарного знака и знака обслуживания на зарегистрированный товарный знак и знак обслуживания, что в свою очередь означает, что основы честной конкуренции также закреплены в данном законе.

 Исключительное право не распространяется на элементы товарного знака невозможные зарегистрировать как товарный знак[[58]](#footnote-58).

 Если знак не используется в течение 5 лет без перерыва со времени подачи заявления об их неиспользовании заинтересованным лицом, то регистрация аннулируется Апелляционной комиссией.

Регистрация коллективного товарного знака аннулируется полностью или частично преждевременно в судебном порядке в связи с заявлением заинтересованного юридического или физического лица об использовании этого знака, на товарах и географических указателях не имеющего единства качества и оказываемых услугах.

Сообщение об аннулировании регистрации публикуется в официальном бюллетене.

Но что делать в случае нарушения прав зарегистрированного товарного знака? Для начала следует уяснить, что вообще признается нарушением товарного знака. С этой целью обратимся к закону:

Нарушением прав зарегистрированного товарного знака считается его использование без согласия владельца знака, в соответствии со статьями 25 и 26 настоящего Закона.

Считается нарушением прав зарегистрированного товарного знака использование товарного знака для вин и спиртных напитков, в составе которых имеется географический указатель, без согласия на то владельца знака. [[59]](#footnote-59)

В регистрации товарного знака, состоящего из географического указателя, определяющего спиртные напитки и вина, не относящиеся к указанному происхождению, отказывается по требованию заинтересованного лица, или регистрация считается недействительной.[[60]](#footnote-60)

 Запрещаются нижеследующие действия, связанные с использованием зарегистрированного товарного знака и географического указателя:

действия, являющиеся причиной смешения деятельности владельца с деятельностью другого лица, товаров и оказываемых услуг;

недоброжелательные отзывы, дискредитирующие при осуществлении коммерческой деятельности владельца, товар и оказываемые услуги;

показатели свойства, качества, пригодности используемого при коммерческой деятельности товара, способного ввести в заблуждение общественность[[61]](#footnote-61).

 В таком случае возникает спор. Споры, связанные с применением настоящего Закона, рассматриваются в суде, в порядке, установленном законодательством Азербайджанской Республики:

о выдаче регистрационного свидетельства на товарный знак и географический указатель;

о нарушении исключительного права на товарный знак;

о преждевременном аннулировании регистрации товарного знака и географического указателя или признания его неправомочности;

о заключении и исполнении лицензионного договора и договора на выдачу прав;

о незаконном использовании географического указателя.

При судебном разбирательстве договоров соблюдается коммерческая тайна владельца товарного знака, связанного с оказанием услуг и производством товаров.[[62]](#footnote-62)

**§ 2** **Ответственность за неправомерное использование товарного знака по законодательству АР.**

 Лицо, незаконно использующее полностью или частично товарный знак или географический указатель, обязано прекратить их использование и возместить ущерб, нанесенный им владельцу знака.

При судебном разбирательстве незаконного пользования зарегистрированным знаком может быть принято решение о прекращении его использования, возмещения убытка, конфискации или уничтожении использованного знака и оборудования для его изготовления, а также и товаров (если невозможно оторвать незаконно использованный знак).

Лицо, производящее предупреждающий знак о незарегистрированном товарном знаке и географическом указателе несет ответственность в соответствии с законодательством Азербайджанской Республики.

На товары, незаконно снабженные товарным знаком и географическом указателем, ввозимые в Азербайджанскую Республику, за исключением транзитных товаров, накладывается арест прокурором, судом либо соответствующим органом исполнительной власти или же по требованию заинтересованной стороны в соответствии с законодательством Азербайджанской Республики.

На товар накладывается арест и при использовании непосредственно или косвенно ложных сведений о происхождении товара или личности владельца в соответствии с законодательством Азербайджанской Республики.

Владелец товарного знака или лицензиат, чьими знаками снабжены товары, провозимые через таможню Азербайджанской Республики, имеет право с обоснованной просьбой обратиться в таможенные органы для их задержания, получить сведения о количестве товара и имени отправителя.

Если владелец товарного знака и лицензиат не предъявит решения суда на арест товара или документ о начале суда и если при этом не оставит залог на содержание арестованного товара, такой товар хранится в течение не более 15 дней.

 При незаконном задержании товара на таможне, ущерб, нанесенный владельцу, возмещается виновной стороной.

 Если качество товара отличается от оригинала, лицо, незаконно использующее товарный знак и географический указатель, несет ответственность в соответствии с законодательством Азербайджанской Республики[[63]](#footnote-63).

За незаконное использование товарного знака предусмотрена также Уголовная ответственность. В уголовном кодексе АР говорится, что незаконное использование чужого товарного знака или знака обслуживания, наименования места происхождения товара, в случае если это действие происходило неоднакратон либо причинило значительный ущерб – наказывается штрафом в размере от одной до пяти тысяч минимальных размеров оплаты труда, либо исправительными работами на срок до одного года. Но те же деяния, причинившие крупный ущерб наказываются исправительными работами на срок от двух лет, либо ограничением свободы на срок до трех лет, либо же лишением свободы на тот же срок[[64]](#footnote-64).

**Заключение:**

Подытоживая все написанное мною выше, следует отметить, что товарному знаку необходима правовая защита для предотвращения его несанкционированного использования как на внутреннем, так и на внешнем рынках, которая устанавливается путем государственной регистрации, либо в силу международных договоров. Исходя из гл. 1 в результате регистрации выдается свидетельство на товарный знак, которое удостоверяет приоритет товарного знака, исключительное право владельца на него в отношении товаров, работ, услуг указанных в свидетельстве.

Следует отметить, тот примечательный момент, что все законы по товарным знакам носят территориальный характер и в целях международной защиты государства сами выработали механизмы защиты. То есть для максимальной защиты товарного знака, для того чтобы можно было максимально защитить товарный знак от несанкционированного использования другими лицами, а в случае использования иметь больше возможностей для привлечения нарушителя к ответственности, необходима международная регистрация товарного знака. Очевидно и то, что наиболее эффективная Международная защита и регистрация товарных знаков осуществляется на основе Мадридского соглашения о международной регистрации знаков. Мадридская система позволяет подавать многоклассовую заявку, следовательно, одна международная регистрация, как правило, охватывает несколько классов Международной классификации товаров и услуг, что позитивно отражается на работе крупных предприятий и фирм. Тот факт, что заявляемый для международной регистрации знак должен быть предварительно зарегистрирован на национальном уровне, т.е. ведомством  страны происхождения. Дает четко понять, что первая регистрация - «базовая»  должна предшествовать международной регистрации. Но позже, по истечению пяти летнего срока с международной регистрации ликвидация товарного знака на национальном уровне не будет влиять на международную регистрацию. Это является своего рода гарантией того, что международная защита не опирается на национальную, таким образом повышается эффективность международной защиты товарного знака. Но нельзя не учитывать тот факт, что Международная регистрация имеет действие только в тех странах, для которых охрана специально испрашивается в соответствии со статьей 3 ter(1) Мадридского Соглашения. Все страны-участницы Мадридского соглашения воспользовались возможностью, предоставляемой статьей 3-bis, предусматривающей, что  каждая договаривающаяся страна может уведомить Генерального директора ВОИС о том, что охрана, возникающая в результате международной регистрации, будет распространяться на эту страну только по специальному заявлению владельца знака. Данное положение дает понять, что в случае возникновения схожего товарного знака, страна-участник может отказать признанию товарного знака в рамках своей страны. Считаю, что данный факт уменьшает эффективность международной защиты товарных знаков, но в то же время помогает более эффективному осуществлению охраны на национальном уровне. В соответствии со статьей 4 Мадридского соглашения знак, внесенный в Международный реестр, в каждой указанной стране, где испрашивается охрана, пользуется таким же режимом, что и знак, заявленный для регистрации в национальном ведомстве данной страны. То есть, предусматривается создание равных условий и механизмов для охраны знаков в рамках страны-участника, которые были зарегистрированы на национальном уровне и тех, которые были зарегистрированы согласно Мадридскому соглашению и признаны страной-участником.

Подача заявки от имени отечественного заявителя может осуществляться по условиям рассматриваемого соглашения только на базе национальной регистрации. Другим ограничительным условием, которое необходимо учитывать отечественному заявителю — это список стран, участвующих в этом соглашении.

Преимуществом Мадридского соглашения, которым пользуется заявитель, является следующие: отсутствие необходимости подавать несколько заявок на один и тот же товарный знак в несколько выбранных стран. По условию этого соглашения оформляется одна заявка и указываются страны, в которых испрашивается охрана.

Другим преимуществом является то, что заявка оформляется через

национальное Патентное ведомство, т. е. отпадает необходимость в услугах патентных поверенных.

Также важным элементом охраны является Протокол к Мадридскому соглашению. За счет того, что Протокол учитывает также интересы стран, не являющихся участницами Мадридского соглашения из-за ряда экономических причин и нестыковки требований Мадридского соглашения и норм национальных законодательств по товарным знакам, предполагается расширение круга участников системы международной регистрации за счет привлечения США, Канады, Японии, Скандинавских стран и др. Такое увеличение числа стран значительно увеличит объем заявок, поступающих в национальное ведомство,

Этот протокол позволяет отечественным заявителям упростить и удешевить процесс подачи заявок на регистрацию товарных знаков в перечисленные страны. Отечественным заявителям следует учесть, что подача заявок на международную регистрацию в этом случае осуществляется на основании базовой заявки, а не национальной регистрации.

Были отмечены и механизмы защиты товарных знаков в рамках ЕС.

Торговая марка Сообщества предоставляет преимущества однородной защиты во всех странах Европейского союза только лишь на основании одной процедуры регистрации в OHIM. Эта процедура является хорошей альтернативой в дополнение к двум ранее существовавшим процедурам: национальной и международной, таким образом, появляется новый вид защиты товарных знаков. В перспективе процедура регистрации и охраны товарных знаков в рамках ЕС может снизить роль Мадридского соглашения как основного механизма охраны товарных знаков.

В главе 2 было рассмотрено осуществление правовой охраны товарных знаков в нашей республике. Как было видно, основным механизмом охраны является Закон Азербайджанской Республики "О товарных знаках и географических указателях". В главе 2 мною были раскрыты основные положения, способствующие охране товарного знака. Было выделено какие знаки следует считать товарными, чтобы в полной мере осуществлять их защиту. Весьма примечательно то, что товарные знаки, охраняемые в Азербайджанской Республике в силу международных договоров, к которым присоединилась Азербайджанская Республика.

 Названия известных в Азербайджанской Республике произведений науки, литературы и искусства, персонажи из них, цитаты или их фрагменты без согласия обладателя авторского права или его наследника не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков и их элементов. Но если эти обозначения являются достоянием истории и культуры Азербайджанской Республики, при отсутствии известных лиц и их наследников, обозначения эти регистрируются с разрешения соответствующего органа исполнительной власти. Думаю, что создание товарных знаков с обозначением каких-либо культурных памятников или природных ландшафтов на международном уровне будет способствовать поднятию имиджа отечественного бизнесса и его стимуляции к выпуску более качественной продукции.

**Список литературы:**

**Международно-правовые нормативные акты:**

* + - 1. Мадридское Соглашение о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г. ст. 6.3
			2. Протокол к Мадридскому соглашению от 28 июня 1989 года
			3. .Договор о законах по товарным знакам, принят на Дипломатической конференции в Женеве 27 октября 1994 г. Вступил в силу 1 августа 1996 г.

 Парижская конвенция об охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г.

* + - 1. Ниццкое Соглашение о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков  от 15 июня 1957 г
			2. Венское соглашение о международной классификации изобразительных элементов товарных знаков —1973 год
			3. Соглашение ТРИПС - Соглашение по Торговым Аспектам Прав Интеллектуальной Собственности

**Учебные пособия и монографии:**

1. Шестимиров А.А. Товарные знаки. Учебное пособие. – М.: ВНИИПИ – 1997г.
2. Государство и право, 1998, №1, Зубарев Л.В. – «Интеллектуальная собственность и свободное движение товаров»
3. «Юридическая основа и практика применения товарного знака, знака обслуживания и фирменного наименования», И.П. Янушкевич, Москва 1999г.
4. C.A. Горленко «Международные соглашения и правовая охрана товарных знаков и географических указаний».//Патенты и лицензии № 10/98. С. 15.
5. О практике охраны торговых марок в ЕС... - проф., доктор А.В. фон Фюнер, (г. Мюнхен, ФРГ)
6. Март Энн Коппель, BSEE, JD, MIP, патентный поверенный в Эстонии и Европе - Пример приведен в рабочем документе Меморандума о товарных знаках Коалиции в защиту прав интеллектуальной собственности – июнь 2000г. // перевод на рус. яз «Бейкер и Макензи» (Москва)
7. Буряк Е.М., Рыбина НА., Будникова Л.Ф. и Дунаевская Н.П. Международные договоры и соглашения в области охраны промышленной собственности: Нормативные акты и документы патентного поверенного, т. 1. - М.: Роспатент, 1995.
8. Международные договоры и соглашения в области охраны интеллектуально собственности, Москва 1997г
9. Андрианов С.Н., Берсон А.С., Никифоров А.С. Англо-русский юридический словарь. М., 1993, с.191
10. Могилевский В.М. Знаки, вводящие всех в заблуждение. - "Юридическая практика", 2006

**Национальное законодательство:**

1. Закон АР « О товарных знаках и географических указателях»12.08.1998г.
2. Гражданский Кодекс АР принят 11.11.1999г., вступил в силу 01.09.2000г.
3. Уголовный Кодекс АР 08.02.2000.
4. Закон Российской Федерации "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров"05.06.1997.г

 **Интернет ресурсы:**

1. Шестимиров А.А. Товарные знаки. Учебное пособие. – М.: ВНИИПИ – 1997 г. – с. 12-1 [↑](#footnote-ref-1)
2. . «Юридическая основа и практика применения товарного знака, знака

 обслуживания и фирменного наименования», И.П. Янушкевич, Москва 1999г. [↑](#footnote-ref-2)
3. . Государство и право, 1998, №1, Зубарев Л.В. Интеллектуальная

 собственность и свободное движение товаров. [↑](#footnote-ref-3)
4. далее Мадридское соглашение [↑](#footnote-ref-4)
5. См.: Journal of World Trade, Vol. 29, №5, 1995. [↑](#footnote-ref-5)
6. «Юридическая основа и практика применения товарного знака, знака

 обслуживания и фирменного наименования», И.П. Янушкевич, Москва 1999г. [↑](#footnote-ref-6)
7. далее МБ ВОИС. [↑](#footnote-ref-7)
8. Далее слово «соглашение» употребляется вместо Мадридского соглашения 1891 года [↑](#footnote-ref-8)
9. Парижская конвенция по охране промышленной собственности

от 20 марта 1883 года, [↑](#footnote-ref-9)
10. Мадридское Соглашение
о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г. ст.6.3 [↑](#footnote-ref-10)
11. Мадридское Соглашениео международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г. ст. 6.3 [↑](#footnote-ref-11)
12. C.A. Горленко.. «Международные соглашения и правовая охрана товарных знаков и географических указаний».//Патенты и лицензии № 10/98. С. 15. [↑](#footnote-ref-12)
13. . «Юридическая основа и практика применения товарного знака, знака

 обслуживания и фирменного наименования», И.П. Янушкевич, Москва 1999г. [↑](#footnote-ref-13)
14. О практике охраны торговых марок в ЕС...
проф., доктор А.В. фон Фюнер, (г. Мюнхен, ФРГ) [↑](#footnote-ref-14)
15. О практике охраны торговых марок в ЕС...
проф., доктор А.В. фон Фюнер, (г. Мюнхен, ФРГ) [↑](#footnote-ref-15)
16. О практике охраны торговых марок в ЕС...
проф., доктор А.В. фон Фюнер, (г. Мюнхен, ФРГ) [↑](#footnote-ref-16)
17. 17 О практике охраны торговых марок в ЕС...
проф., доктор А.В. фон Фюнер, (г. Мюнхен, ФРГ) [↑](#footnote-ref-17)
18. О практике охраны торговых марок в ЕС...
проф., доктор А.В. фон Фюнер, (г. Мюнхен, ФРГ) [↑](#footnote-ref-18)
19. проф., доктор А.В. фон Фюнер, 2005 [↑](#footnote-ref-19)
20. *Март Энн Коппель*, BSEE, JD, MIP, патентный поверенный в Эстонии и Европе, www.advokaadid.ee/index\_ee.htm [↑](#footnote-ref-20)
21. проф., доктор А.В. фон Фюнер, 2005 [↑](#footnote-ref-21)
22. Пример приведен в рабочем документе Меморандума о товарных знаках Коалиции в защиту прав интеллектуальной собственности – июнь 2000г. // перевод на рус. яз «Бейкер и Макензи» (Москва). [↑](#footnote-ref-22)
23. Протокол к Мадридскому соглашению,ст 16 [↑](#footnote-ref-23)
24. далее - Парижская конвенция. [↑](#footnote-ref-24)
25. Буряк Е.М., Рыбина НА., Будникова Л.Ф. и Дунаевская Н.П. Международные договоры и соглашения в области охраны промышленной собственности: Нормативные акты и документы патентного поверенного, т. 1. - М.: Роспатент, 1995. [↑](#footnote-ref-25)
26. Мадридское соглашение о международной регистрации знаков. Женева: ВОИС, 1984 год. М.: Роспатент «Международные договоры и соглашения в области охраны промышленной собственности» 1995 г. [↑](#footnote-ref-26)
27. . Международные договоры и соглашения в области охраны интеллектуальной

 собственности, Москва 1997г. [↑](#footnote-ref-27)
28. далее - Протокол [↑](#footnote-ref-28)
29. далее - МКТУ [↑](#footnote-ref-29)
30. ] Андрианов С.Н., Берсон А.С., Никифоров А.С. Англо-русский юридический

словарь. М., 1993, с.191 [↑](#footnote-ref-30)
31. далее - соглашение [↑](#footnote-ref-31)
32. Ниццкое соглашение, ст. 1 [↑](#footnote-ref-32)
33. Ниццкое соглашение, ст 1.1 [↑](#footnote-ref-33)
34. Ниццкое соглаешние, ст 1.4. [↑](#footnote-ref-34)
35. далее - Договор ТЛТ [↑](#footnote-ref-35)
36. Договор ТЛТ, ст 4.е.II [↑](#footnote-ref-36)
37. Парижская Конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 года. [↑](#footnote-ref-37)
38. Н.В. Богданов. «О проблеме вступления России в ВТО». //Проблемы промышленной собственности №8/98. С. 90. [↑](#footnote-ref-38)
39. C.A. Горленко «Международные соглашения и правовая охрана товарных знаков и географических указаний».//Патенты и лицензии № 10/98. С. 15. [↑](#footnote-ref-39)
40. Соглашение ТРИПС ст. 15 [↑](#footnote-ref-40)
41. далее соглашение [↑](#footnote-ref-41)
42. далее Закон [↑](#footnote-ref-42)
43. Закон АР « О товарных знаках и географических указателях», ст.1 [↑](#footnote-ref-43)
44. Закон АР «О товарных знаках и географических указателях» ст. 2 [↑](#footnote-ref-44)
45. Закон АР «О товарных знаках и географических указателях» ст. 3 [↑](#footnote-ref-45)
46. Закон АР «О товарных знаках и географических указателях» ст. 4

. [↑](#footnote-ref-46)
47. Парижская конвенция об охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г., ст. 6-ter [↑](#footnote-ref-47)
48. Закон АР «О товарных знаках и географических указателях» ст. 5 [↑](#footnote-ref-48)
49. Закон Азербайджанской Республики "О товарных знаках и географических указателях", ст. 6 [↑](#footnote-ref-49)
50. Закон Азербайджанской Республики "О товарных знаках и географических указателях", ст 25 [↑](#footnote-ref-50)
51. Закон Азербайджанской Республики «О товарных знаках и географических указателях», ст 25 [↑](#footnote-ref-51)
52. Закон Азербайджанской Республики «О товарных знаках и географических указателях», ст 25 [↑](#footnote-ref-52)
53. Закон Азербайджанской Республики «О товарных знаках и географических указателях», ст 10 [↑](#footnote-ref-53)
54. Закон Азербайджанской Республики «О товарных знаках и географических указателях», ст 14 [↑](#footnote-ref-54)
55. Закон Азербайджанской Республики «О товарных знаках и географических указателях», ст 17 [↑](#footnote-ref-55)
56. Закон Азербайджанской Республики «О товарных знаках и географических указателях», ст 19 [↑](#footnote-ref-56)
57. Закон Азербайджанской Республики «О товарных знаках и географических указателях», ст 25 [↑](#footnote-ref-57)
58. Закон Азербайджанской Республики «О товарных знаках и географических указателях», ст. 25 [↑](#footnote-ref-58)
59. Закон Азербайджанской Республики «О товарных знаках и географических указателях», ст 32 [↑](#footnote-ref-59)
60. Закон Азербайджанской Республики «О товарных знаках и географических указателях», ст 32 [↑](#footnote-ref-60)
61. Закон Азербайджанской Республики «О товарных знаках и географических указателях», ст 32 [↑](#footnote-ref-61)
62. Закон Азербайджанской Республики «О товарных знаках и географических указателях», ст 33 [↑](#footnote-ref-62)
63. Закон Азербайджанской Республики «О товарных знаках и географических указателях», ст 34 [↑](#footnote-ref-63)
64. Уголовный Кодекс АР, ст.197 [↑](#footnote-ref-64)