# ПРАВОВАЯ ОХРАНА ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ И ЗНАКОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ

#### ВВЕДЕНИЕ

Словосочетание "товарный знак" известно практически каждому. Однако далеко не всякий знает, что оно обозначает. Владеют данным вопросом специалисты - патентные поверенные, патентоведы. А что знают представители других профессий? Думается, что не очень много, хотя информация о товарных знаках может быть полезна как производителям, так и простому потребителю. Попробуем разобраться, что представляет собой товарный знак с юридической и экономической точек зрения.

Появление товарных знаков как знаков, указывающих на производителя товаров, в основном связано с периодом становления товарно-денежных отношений. Отличительные знаки (клейма) ставили на свои изделия (оружие, кухонную утварь, кожу и др.) ремесленники и мастеровые еще в средневековье.

Однако по мере использования товарных знаков все чаще стали появляться случаи фальсификации. Дешевые подделки при наличии знака сходили за изделия признанных мастеров. Чтобы остановить фальсификаторов, требовались юридические меры защиты. В Англии меры защиты против таких нарушений были выработаны судами в середине прошлого столетия. Лицо, имевшее право использовать товарный знак, получало также право запрещать другим умышленно пользоваться репутацией, которая связана с этим знаком. Это был знаменитый запрет на ведение дел под чужим именем. Никто не имел права выдавать свои товары за товары другого лица. В России Законом 1830 г., содержащим правила и способы клеймения товаров, устанавливалась уголовная ответственность за нарушение прав на товарный знак, в том числе за подделку товара или клейма.

По мере того, как все большее число стран создавало систему охраны изобретений, товарных знаков, появилась необходимость гармонизировать законодательства о промышленной собственности на международном уровне. Начиная с конца XIX в. был подписан ряд международных соглашений в области охраны промышленной собственности - Парижская конвенция 1883 г., Мадридское соглашение о международной регистрации знаков 1891 г. и т.д.

ПОНЯТИЕ ТОВАРНОГО ЗНАКА И ЗНАКА ОБСЛУЖИВАНИЯ

ТОВАРНЫЙ ЗНАК

Действующее законодательство определяет товарный знак и знак обслуживания как обозначение, которое физическое или юридическое лицо использует или собирается использовать в хозяйственной и коммерческой деятельности для отличия своих товаров или услуг от однородных товаров и услуг других физических или юридических лиц. (ст.4 Закона ЭР "О товарных знаках"). Чтобы быть признанным в качестве товарного знака, т.е. стать объектом правовой охраны, обозначение должно отвечать ряду условий. Прежде всего товарным знаком признается условное обозначение, своего рода символ, который помещается на выпускаемой продукции, ее упаковке или сопроводительной документации, и заменяет собой подчас длинное и сложное название (наименование) изготовителя товара. Поэтому не может считаться товарным знаком помещение на изделии полных сведений, касающихся изготовителя товара, а также указывающих на время, способ и место производства, на вид, качество и свойства товара и т.п. Их заменяет легко воспринимаемое и запоминающееся условное обозначение.

Законы многих стран, закрепляют принцип не абсолютной, а относительной новизны условных обозначений, заявляемых в качестве товарных знаков. Это, в частности, означает, что регистрация того или иного обозначения в качестве товарного знака в каких-либо других странах не препятствует признанию данного или сходного обозначения товарным знаком, если только иное не вытекает из международных соглашений.

Признак новизны тесно связан с понятием приоритета. Новизна товарного знака определяется по дате приоритета, которая, в свою очередь, устанавливается по общему правилу по дате поступления правильно оформленной заявки на регистрацию товарного знака в Патентный департамент. Наряду с этим приоритет товарного знака может устанавливаться по дате подачи первой заявки на товарный знак в зарубежной стране - участнице Парижской конвенции по охране промышленной собственности (конвенционный приоритет), если в Патентный департамент ЭР заявка поступила в течение 6 месяцев с указанной даты. Приоритет товарного знака, помещенного на экспонатах официальных или официально признанных международных выставок, организованных на территории одной из стран-участниц Парижской конвенции по охране промышленной собственности (выставочный приоритет) может устанавливаться по дате начала открытого показа экспоната на выставке, если в Патентный департамент заявка на товарный знак поступила в течение 6 месяцев с указанной даты.

Таким образом, сущность требования новизны означает, что

обозначение, заявленное в качестве товарного знака, не должно быть

тождественным или сходным с товарными знаками, уже

зарегистрированными или заявленными на регистрацию или

охраняемыми в силу международных соглашений. Тождественным

признается обозначение, которое во всех своих элементах совпадает с

уже известным товарным знаком и при этом относится к одному и тому же классу товаров независимо от различия в их перечне.

Обычно установление тождественности обозначений не вызывает больших затруднений. Так, Госкомизобретений СССР в свое время отказал западногерманской фирме "Шнейдер унд Корн" в регистрации в качестве товарного знака словесного обозначения "Chelios" для товаров по 14 классу. Причиной отказа послужило то, что заявленное обозначение было тождественно ранее зарегистрированному товарному знаку на имя швейцарской фирмы "Хелиос дорложери" для товаров того же класса.

Гораздо сложнее решается данный вопрос тогда, когда речь идет о сходных обозначениях. В действующем законодательстве указывается в общих чертах на недопустимый уровень близости заявляемого обозначения уже известному - наличие между ними сходства до степени их смешения. Хотя данное указание носит в значительной мере абстрактный характер, оно все же вносит некоторую ясность. В частности, очевидно, что совпадение отдельных элементов обозначений само по себе не может служить причиной отказа в регистрации товарного знака. Поскольку товарный знак ориентирован прежде всего на потенциального покупателя товара, оценка сходства обозначений должна производиться не с профессиональных позиций, например, с позиции дизайнера, художника, графика и т.д., которые способны отметить мельчайшие различия, а с позиции простого покупателя (потребителя), который не имеет специальных знаний и навыков в этой области. В литературе установление сходства обозначений рекомендуется проводить с учетом ряда факторов. Так, у словесных товарных знаков рекомендуется обращать внимание на начало и окончание слогов, число слогов, последовательность гласных и согласных букв; у изобразительных знаков на изобразительные мотивы; у комбинированных обозначений на восприятие изобразительных и словесных элементов как в совокупности, так и в отдельности.

В частности, буквы и слоги, прибавленные к тождественным словесным товарным знакам, не устраняют возможность их cмешения. Так, при экспертизе словесного товарного знака "Cirisol", заявленного в СССР западногерманской фирмой для фармацевтических препаратов, было выявлено сходство этого знака с товарным знаком "Ceritol", зарегистрированным ранее на имя американской фирмы. Отказ в регистрации товарного знака "Quanta" получила итальянская фирма "Инд. С. Оливетти Энд Ко СПА". Это произошло в силу того, что в реестре товарных знаков СССР уже значился по тому же классу товаров сходный знак "Quantab", зарегистрированный на имя американской фирмы "Эймс Компани ИНК., Элкхарт".

Наконец, обозначение может считаться товарным знаком лишь тогда, когда оно в установленном законом порядке зарегистрировано. Вопрос о том, как и в каком порядке осуществляется регистрация товарных знаков, будет рассмотрен чють позже. Здесь же отметим, что по общему правилу лишь с момента официального признания обозначения товарным знаком можно говорить о нем как о самостоятельном объекте правовой охраны. Законодательство ЭР не охраняет незарегистрированные в Патентном департаменте обозначения, за исключением так называемых общеизвестных товарных знаков, которые охраняются в силу принятых международных обязательств. Поэтому фактический пользователь того или иного незарегистрированного обозначения, если только оно не является общеизвестным, не приобретает на него никаких особых прав и не вправе претендовать на исключительное право на его использование независимо от времени введения его в хозяйственный оборот.

Товарные знаки следует отличать от некоторых других сходных с ними объектов промышленной собственности. Так, наиболее близко к товарным знакам примыкают фирменные наименования. Трудности их разграничения возникают обычно тогда, когда имеет место частичное совпадение отдельных элементов фирменного наименования и товарного знака одного и того же или разных пользователей. Хотя в принципе полное совпадение рассматриваемых объектов невозможно, известная степень сходства товарных знаков и фирменных наименований способна ввести в заблуждение потребителей. Именно по этой причине закон запрещает регистрировать в качестве товарных знаков обозначения, сходные до степени смешения с фирменными наименованиями, принадлежащими другим лицам. Различия между фирменными наименованиями и товарными знаками сводятся к следующему. В отличие от фирменного наименования товарный знак может существовать не только в словесной, но и в иной форме, в частности изобразительной, комбинированной и т.д. Кроме того, он подлежит государственной регистрации, носит срочный характер и может быть передан по договору иным пользователям. Нельзя смешивать товарный знак и с промышленным образцом. Последний является составной частью самого промышленного изделия (форма, цвет, рисунок изделия); товарный же знак (слово, рисунок) лишь проставляется на изделии. Сложнее обстоит дело, однако, тогда, когда товарный знак носит объемный характер, выражаясь, например, в оригинальной форме изделия. В этом случае форма изделия может одновременно охраняться и как товарный знак, и как промышленный образец. Будут различаться лишь функции этих объектов: товарный знак призван обозначать изготовителя или продавца товара, а промышленный образец должен привлекать покупателя своим видом, не указывая на изготовителя.

Наконец, товарный знак весьма сходен по выполняемым функциям с производственной маркой, поскольку и маркировка выпускаемой продукции, и проставление на ней товарного знака преследуют, в сущности, одну и ту же цель, а именно связывают изделие с конкретным производителем, обеспечивая потребителю возможность выбора нужной ему продукции. Однако решается эта задача разными путями: при маркировке продукции до потенциального потребителя доводятся в полном объеме все необходимые сведения о производителе и характеристиках товара, а при проставлении на изделии товарного знака потребитель извещается об изготовителе условным обозначением.

ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ

Знаком обслуживания признается обозначение, способное отличать услуги одних юридических или физических лиц от однородных услуг других юридических или физических лиц. Закон предъявляет к знакам обслуживания такие же требования, какие предъявляются к товарным знакам. Иными словами, обозначение может быть признано знаком обслуживания, если оно носит характер символа, является новым и зарегистрировано в Патентном департаменте. Знак обслуживания практически не имеет отличий от товарного знака и по своему правовому режиму. В частности, Закон ЭР о товарных знаках не содержит ни одной нормы, которая бы распространяла свое действие только на товарные знаки или только на знаки обслуживания. Различие между ними проходит лишь по объекту маркировки: если товарные знаки индивидуализируют и рекламируют товары определенных производителей, то знаки обслуживания предназначены для различения однородных услуг, оказываемых разными лицами. Следует, однако, заметить, что на практике указанное различие также нередко стирается, поскольку один и тот же знак может быть зарегистрирован на имя конкретного владельца и по классу товаров, и по классу услуг. Наиболее часто так поступают научно-исследователь-ские организации, которые таким образом индивидуализируют не только проводимые ими исследования и разработки, но и достигнутые результаты, овеществленные в той или ной форме. В качестве примера можно сослаться на возможность одновременной регистрации обозначения по классу товаров "Химические вещества промышленного назначения" (класс 1) и по классу услуг "Исследования в области химии" (класс 42) и т.п. Поэтому на практике формальным критерием для отнесения обозначения к товарным знакам или к знакам обслуживания служит выбор конкретного класса (индекса) Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков. Для регистрации обозначения в качестве знака обслуживания оно должно быть заявлено для одного или нескольких классов услуг: класс 35 - "Реклама", класс 36 - "Страхование и финансирование", класс 37 - "Строительство и ремонт", класс 38 - "Связь", класс 39 - "Транспортирование и хранение", класс 40 - "Обработка материалов", класс 41 - "Образование и развлечения", класс 42 - "Разное". Знаки обслуживания, зарегистрированные для того или иного класса услуг, охраняются лишь в пределах видов услуг данного класса.

#### ВИДЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ И ЗНАКОВ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Действующее законодательство допускает к регистрации в качестве товарных знаков и знаков обслуживания разнообразные условные обозначения, которые различаются между собой по форме выражения, сфере использования, кругу пользователей и некоторым иным моментам.

По форме своего выражения товарные знаки могут быть буквенными, словесными, цифровыми, изобразительными, объемными и их комбинациями . Словесные товарные знаки, которые по общему признанию специалистов являются наиболее эффективными, представляют собой оригинальные слова, словосочетания и фразы. Популярность словесных товарных знаков определяется тем, что они хорошо запоминаются, удобны для рекламы и легко различимы. Нередко они несут в себе особое смысловое содержание, которое в сочетании с удачным звучанием слова или короткой фразы способно вызывать у потребителей благоприятные для производителя товара (услуг) ассоциации.

Словесные товарные знаки чрезвычайно разнообразны. На более ранних этапах в качестве словесных товарных знаков чаще всего избирались имена известных людей, героев художественных произведений или мифологических персонажей (Наполеон, Гамлет, Прометей), названия животных, птиц, растений, драгоценных камней (Лев, Сокол, Клен, Алмаз), наименования природных явлений, небесных тел, географических объектов (Рассвет, Комета, Эверест) и т.п. Широкое распространение получили также словесные товарные знаки, взятые как производные из древних языков (Laktos, Sanorin). В настоящее время в связи с тем, что указанные выше и подобные им наименования оказались практически исчерпанными, все чаще встречаются товарные знаки, представляющие собой искусственно образованные слова. Искусственно образованные слова (неологизмы) широко используются для обозначения новых

веществ, препаратов, приборов и материалов. Как правило, они

подчеркивают новизну и оригинальность товара и обладают большей охраноспособностью. Например, на имя Всесоюзного онкологического центра Академии медицинских наук СССР для обозначения онкологически активных веществ были в свое время зарегистрированы такие товарные знаки, как Тестифенон (Testifenon), Кортифен (Cortifen). Нередко словесные товарные знаки так или иначе связываются с фирменным наименованием предприятия, в частности воспроизводят его существенные элементы. Иногда в качестве словесных товарных знаков регистрируются словосочетания и даже короткие фразы. При регистрации словесных товарных знаков охраняется не только само слово или словосочетание, но и их шрифтовое решение.

Изобразительные товарные знаки - это обозначения в виде

разнообразных значков, рисунков, орнаментов, символов, изображений животных, птиц, всевозможных предметов и т.п. Хотя их эффективность по сравнению со словесными товарными знаками оценивается ниже, в среднем на их долю приходится около 70% всех регистрируемых товарных знаков. Изобразительные товарные знаки разрабатываются на основе использования изображений известных памятников истории и культуры, архитектурных сооружений, географических объектов, народных орнаментов, внешнего вида самого предприятия или производимого им товара. Еще более распространены абстрактные изображения и всевозможные символы. Успех изобразительных товарных знаков в большой степени определяется их простотой, броскостью и эффективностью с точки зрения рекламы, возможностью использования изображения на всевозможных материалах, смысловой нагрузкой и т.п. Напротив, излишне сложные и перегруженные деталями товарные знаки показывают свою малую эффективность.

Объемные товарные знаки представляют собой изображения товарного знака в трех измерениях - его длине, высоте и ширине. Предметом объемного товарного знака может быть либо оригинальная форма изделия, например, форма мыла, свечи, пилюли и т.д., либо его упаковка, например, оригинальная форма бутылки для напитка или флакона для духов. Однако объемный товарный знак не может просто повторять внешний вид известного предмета, а должен характеризоваться новым и оригинальным внешним видом. Кроме того, форма изделия не должна определяться исключительно его функциональным назначением. Она должна быть оригинальной и способной выделять изделие конкретного изготовителя из ряда однородных товаров. Наиболее часто встречающийся вид объемных товарных знаков - это оригинальная упаковка товара. Например, таллиннскому производственному объединению "Левико" было выдано свидетельство на право пользования товарным знаком, представляющим собой оригинальную бутылку для ликеров, напоминающую старинную башню. В идеале объемный товарный знак должен соответствовать характеру маркируемого товара, стилю предприятия, вкусам потребителей и ряду других факторов.

Комбинированные товарные знаки сочетают в себе элементы названных выше знаков. Чаще всего такие знаки представляют собой сочетания рисунка и слова, рисунка и букв, рисунка и цифр, слов и цифр и т.п. Нередко указанные сочетания несут в себе смысловую нагрузку, а используемые элементы взаимно дополняют и поясняют друг друга. Весьма желательно, чтобы словесная и изобразительная части образовывали единое целое, будучи связанными как композиционно, так и сюжетно. Одним из самых распространенных видов комбинированных товарных знаков являются разнообразные этикетки, в которых, как правило, сочетаются словесные и изобразительные элементы в определенном цветовом исполнении. Например, на имя Московской экспериментальной кондитерской фабрики "Красный Октябрь" зарегистрирована в качестве комбинированного товарного знака красочная этикетка, служащая оберткой для конфет "Мишка-Косолапый".

Наряду с подразделением товарных знаков по форме их выражения они делятся и по иным основаниям. Так, в зависимости от числа субъектов, имеющих право на пользование товарным знаком, следует различать индивидуальные и коллективные товарные знаки. Коллективным товарным знаком является товарный знак, в отношении которого объединение юридических лиц обладает исключительным правом использовать его для обозначения товаров и услуг данного объединения и членов данного объединения на условиях, установленных уставом объединения или товарного знака (ст.25 Закона ЭР "О товарных знаках"). Коллективный товарный знак должен соответствовать всем требованиям, предъявляемым к индивидуальным товарным знакам. Однако правовой режим коллективных товарных знаков имеет ряд особенностей.

Во-первых, такой товарный знак может принадлежать только объединению предприятий. При этом коллективный товарный знак является объектом исключительного права объединения как такового, а не права, совместно принадлежащего объединенным в его составе предприятиям. Во-вторых, субъектом пользования коллективного товарного знака могут быть только такие входящие в объединение предприятия или организации, за которыми по закону признается возможность обладания индивидуальным товарным знаком. Будучи включенными в состав хозяйственного объединения, эти предприятия и организации становятся пользователями коллективного товарного знака. Сведения о предприятиях, имеющих право на пользование коллективным товарным знаком, вносятся в Государственный реестр товарных знаков, а также в выдаваемое объединению свидетельство. Коллективный товарный знак и право на его использование не могут быть переданы другим субъектам, не входящим в объединение. В-третьих, предприятия - участники объединения могут использовать коллективный товарный знак в качестве единственного средства для обозначения товара либо применять его наряду со своим индивидуальным товарным знаком. В-четвертых, необходимым условием регистрации коллективного товарного знака является наличие у товаров, которые будут обозначаться этим знаком, единых качественных или иных общих характеристик. В-пятых, объединение, на имя которого зарегистрирован коллективный товарный знак, обладает правом контроля за его использованием. В-шестых, указанные выше условия использования коллективного товарного знака отражаются в специальном правовом документе, именуемом уставом коллективного товарного знака. Он разрабатывается и утверждается самим объединением и прилагается к заявке на регистрацию коллективного товарного знака.

По степени известности товарные знаки подразделяются на обычные и общеизвестные. В качестве обычных товарных знаков выступают любые новые оригинальные обозначения товаров, отвечающие всем критериям охраноспособности. В частности, необходимым условием их признания и охраны является обязательная государственная регистрация обозначения. Общеизвестным товарным знаком признается такое обозначение, которое знакомо широкому кругу потребителей благодаря его использованию для обозначения определенных товаров.

## СУБЪЕКТЫ ПРАВА НА ТОВАРНЫЙ ЗНАК И ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ

До недавнего времени советское законодательство значительно сужало круг лиц, который мог пользоваться товарными знаками и знаками обслуживания. Право на них признавалось за государственными предприятиями, организациями и объединениями, кооперативными и общественными организациями, являющимися юридическими лицами и осуществляющими производственную или торговую деятельность либо оказывающими соответствующие услуги. Гражданам подобное право не предоставлялось в связи с существовавшим запретом на частнопредпринимательскую деятельность. Правда, подобный запрет не касался иностранных граждан, которые могли регистрировать товарные знаки на свое имя. Ситуация стала меняться с принятием в 1986 г. Закона СССР "Об индивидуальной трудовой деятельности". Допущение в хозяйственный оборот частных лиц объективно требовало наделения этих лиц правом индивидуализации производимого ими товара или оказываемых услуг. В 1987 г. Положение о товарных знаках 1974 г. было дополнено п.41, который предоставил возможность пользоваться товарными знаками и знаками обслуживания гражданам, занимающимся индивидуальной трудовой деятельностью. В дальнейшем данную возможность приобрели все частные предприниматели.

Закон от 1 октября 1992 г. устанавливает, что товарный знак может быть зарегистрирован на имя юридического лица, а также физического лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность . Что касается юридических лиц, то право на товарный знак и знак обслуживания могут приобретать, естественно, те из них, которые производят товары, занимаются их реализацией, ремонтом, осуществляют их сервисное обслуживание и т.п., а также оказывают потребителям всевозможные услуги. При этом имеются в виду прежде всего предприятия всех форм собственности, а также иные организации, созданные в целях извлечения прибыли и признанные юридическими лицами. Однако правом на товарные знаки (знаки обслуживания) могут обладать и учреждения, которым в соответствии с их учредительными документами предоставлено право осуществлять приносящую доходы деятельность. Например, товарный знак (знак обслуживания) может быть зарегистрирован на имя финансируемого из госбюджета высшего учебного заведения, научно-исследова-тельского учреждения, учреждения культуры и т.п., если они имеют право заниматься хозрасчетной деятельностью.

Физические лица могут стать обладателями товарного знака, если они занимаются предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. Статус предпринимателя приобретается гражданином с момента его государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя .

Следует подчеркнуть, что действующее законодательство не

закрепляет авторских прав на товарные знаки за их конкретными

разработчиками. Обозначения, регистрируемые в качестве товарных

знаков, могут отвечать всем требованиям, предъявляемым к объектам

авторского права. Однако если их авторы дают согласие на

использование созданных ими произведений в качестве товарных знаков, они не приобретают в связи с этим дополнительных прав или преимуществ. Охрана их личных и имущественных интересов ограничивается сферой авторского права, гарантирующего неприкосновенность достигнутого ими творческого результата, который может стать товарным знаком только с их согласия и на согласованных с ними условиях. Но на сам товарный знак как объект промышленной собственности его создатели никаких прав не приобретают.

## РЕГИСТРАЦИЯ ТОВАРНОГО ЗНАКА И ЗНАКА ОБСЛУЖИВАНИЯ

Как уже отмечалось, обозначение товара признается товарным знаком и знаком обслуживания лишь с момента его государственной регистрации. Регистрацией знаков занимается Патентный департамент ЭР, в компетенцию которого, среди прочего, входит принятие и рассмотрение заявок на товарные знаки и знаки обслуживания , а также выдача соответствующих правоподтверждающих документов. Факт регистрации обозначения имеет правоустанавливающее значение, поскольку с этого момента заявитель признается его единственным правомочным пользователем.

Процедура регистрации товарных знаков и наименований мест происхождения товаров подробно регламентирована в главе III Закона ЭР от 1 октября 1992 г.

Основанием для регистрации как товарных знаков служит заявка. Заявка представляется в одном экземпляре и должна относиться только к одному товарному знаку. Она составляется по установленной форме, представляется на эстонском языке и отражает ряд обязательных сведений. В частности, заявка на регистрацию товарного знака должна содержать:

1) заявление о регистрации обозначения в качестве товарного знака с указанием заявителя (заявителей), а также его (их) местонахождения или местожительства;

1. репродукцию товарного знака;

3) перечень товаров и услуг, для которых испрашивается регистрация товарного знака, сгруппированных по классам Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков.

1. документ об уплате пошлины или его копию;

5) документ, удостоверяющий полномочия патентного доверенного, или его копию, если заявка на регистрацию подается через патентного поверенного;

6) устав коллективного товарного знака, если подается заявка на регистрацию коллективного товарного знака;

Иностранные физические и юридические лица ведут дела по регистрации и сохранению товарных знаков в силе в Эстонской Республике через патентных поверенных Эстонии, постоянно проживающих в Эстонской Республике и имеющих гражданство Эстонии.

Оформленная заявка вместе с прилагаемыми к ней документами подается в Патентный департамент, который при принятии заявки проверяет соответствие представленных документов требованиям статьи 9 настоящего Закона. Если заявка на регистрацию соответствует предъявляемым требованиям, она передается на экспертизу, и Патентный департамент сообщает заявителю дату поступления заявки на регистрацию.

Патентный департамент может в ходе экспертизы потребовать от заявителя уточнения и исправления заявки о регистрации к конкретному сроку. При уплате дополнительной пошлины заявитель имеет право на продление срока. Если заявитель нарушил указанный срок, не уплатил государственную пошлину или не ответил на решение экспертизы, Патентный департамент отклоняет заявку на регистрацию, о чем уведомляется заявитель. Заявитель может отозвать заявку и по собственной инициативе на любом этапе ее рассмотрения, но не позднее даты регистрации товарного знака.

При несогласии заявителя с решением Патентного департамента об отказе в регистрации товарного знака, он может при уплате государственной пошлины опротестовать это решение в Апелляционной комиссии в течение двух месяцев со дня вынесения решения. Государственная пошлина возвращается, если Апелляционная комиссия признает отказ в регистрации необоснованным.

На основании решения о регистрации товарного знака Патентный департамент производит регистрацию товарного знака в

государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания ЭР после уплаты соответствующей государственной пошлины. В

реестр вносятся сами товарный знак, сведения об их владельцах, дата приоритета товарного знака и дата его регистрации, перечень товаров и услуг, для которых зарегистрирован товарный знак. В реестр вносятся и другие сведения, относящиеся к регистрации товарного знака в частности сведения о продлении срока действия свидетельств, аннулировании регистрации и т.п. При регистрации коллективных товарных знаков в реестр дополнительно вносятся сведения о предприятиях, имеющих право на пользование коллективным товарным знаком.

Сведения, относящиеся к регистрации товарного знака публикуются Патентным департаментом в официальном бюллетене. Производится также обязательная публикация всех последующих изменений этих сведений. В этих целях владелец товарного знака обязан уведомлять Патентный департамент об изменении своего наименования (имени) и других сведений о себе. Изменения вносятся в реестр и соответствующие свидетельства после уплаты заявителем установленной пошлины.

На основании регистрации товарного знака в государственном реестре Патентный департамент выдает заявителю свидетельство на товарный знак. Данное действие завершает собой процедуру оформления прав на товарный знак. Форма свидетельства устанавливается Патентным департаментом. Практически в свидетельстве указываются те же сведения, которые вносятся в реестр и публикуются для всеобщего сведения в официальном бюллетене Патентного департамента. В случае изменения этих сведений в свидетельство также вносятся соответствующие изменения.

За подачу заявки, проведение экспертизы, регистрацию и выдачу свидетельства на товарный знак , продление срока действия свидетельства и совершение иных юридически значимых действий, связанных с регистрацией товарного знака взимается государственная пошлина. Все пошлины взимаются, как правило, до совершения соответствующего юридического действия. Документом, подтверждающим уплату пошлины, является копия платежного поручения, имеющая штамп банка об оплате, или квитанция банка об уплате пошлины наличными средствами либо перечислением с лицевого счета. Каких-либо льгот, связанных со снижением размера или отсрочкой уплаты пошлин для отдельных категорий заявителей, закон не предусматривает.

Зарегистрировав товарный знак в Патентном департаменте ЭР, заявитель, желающий обеспечить международную регистрацию своему знаку, указывает в заявке, в каких странах-участницах Мадридского соглашения он желает зарегистрировать знак. По ходатайству заявителя Патентный департамент направляет заявку в созданное участниками Соглашения Международное бюро, находящееся в Женеве. С момента регистрации знака в Международном бюро он получает охрану во всех странах, участвующих в Соглашении и избранных заявителем. Международная регистрация действует в течение 20 лет и может продлеваться каждый раз на срок не более 20 лет. По истечении пяти лет с момента международной регистрации знак становится независимым по отношению к знакам, зарегистрированным в стране происхождения.

Все расходы, связанные с регистрацией товарного знака за рубежом, несут сами заявители или по соглашению с ними иные заинтересованные лица.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТОВАРНОГО ЗНАКА И ЗНАКА ОБСЛУЖИВАНИЯ

Юридические и физические лица, зарегистрировавшие на свое имя товарный знак (знак обслуживания), приобретают право использовать его для обозначения соответствующих товаров на всей территории ЭР. Данное право действует в течение десяти лет, считая с даты внесения в Реестр. При этом указанный срок рассматривается законом лишь в качестве начального периода охраны, который связывается с первичной регистрацией обозначения. В принципе же срок охраны может быть сколь угодно длительным, поскольку действие свидетельства на товарный знак может неоднократно продлеваться в порядке, установленном ст.17, Закона ЭР о товарных знаках.

Заявление о продлении срока охраны, каждый раз на десять лет, должно быть подано обладателем свидетельства в течение последнего года его действия. По ходатайству заявителя для продления срока действия свидетельства ему может быть предоставлен шестимесячный срок после истечения срока действия регистрации при условии уплаты дополнительной пошлины.

Право на товарный знак является абсолютным и исключительным субъективным правом. Это означает, что только его владелец обладает монопольной возможностью использовать товарный знак и распоряжаться им, а также право запрещать использование товарного знака другими лицами. Иными словами, никто не может использовать охраняемый в ЭР товарный знак без разрешения его владельца. Единственное исключение в этом плане составляет использование товарного знака лицами в отношении товаров, которые были введены в хозяйственный оборот непосредственно владельцем товарного знака или с его согласия. Указанное правило выражает известный в сфере охраны промышленной собственности принцип исчерпания прав, в соответствии с которым возможности обладателя исключительного права ограничиваются вводом изделий (товаров) в гражданский оборот, который в дальнейшем осуществляется вне его контроля.

Сущность права на пользование товарным знаком состоит в возможности его неограниченного хозяйственного использования для обозначения производимых и реализуемых им товаров. Использованием товарного знака считается прежде всего применение его на товарах, для которых товарный знак зарегистрирован, и(или) на их упаковке. При этом лицом, применяющим товарный знак, может быть как сам его владелец, так и лицо, которому такое право предоставлено на основе лицензионного договора. При наличии уважительных причин не использования товарного знака в такой форме использованием может быть признано также применение товарного знака в рекламе, печатных изданиях, на вывесках, при демонстрации экспонатов на выставках и ярмарках, проводимых в ЭР.

Использование товарного знака рассматривается законом не только как право, но и как обязанность его владельца.

В частности, ст.19 Закона ЭР о товарных знаках предусматривает возможность досрочного прекращения действия регистрации товарного знака, которое может быть полным или частичным. Данный вопрос решается Апелляционной комиссией по заявлению любого заинтересованного юридического или физического лица. Основанием для этого может быть не использование товарного знака непрерывно в течение пяти лет с даты регистрации или пяти лет, предшествующих подаче такого заявления.

При решении вопроса о досрочном прекращении действия регистрации товарного знака в связи с его не использованием могут быть приняты во внимание представленные владельцем товарного знака доказательства того, что товарный знак не использовался по не зависящим от него причинам, например, из-за стихийного бедствия, отсутствия необходимого сырья, изменения профиля деятельности предприятия и т.п. Достаточно сложным представляется вопрос об объеме использования товарного знака, достаточном для поддержания его регистрации в силе. В литературе обычно предлагается различать две его стороны - количественную и качественную. В частности, применение товарного знака на одном или очень ограниченном числе изделий может быть признано достаточным использованием, если товарным знаком обозначаются какие-либо уникальные приборы или оборудование либо изделия, пользующиеся ограниченным спросом. Напротив, если товарный знак был предназначен для обозначения серийно выпускаемых изделий, но фактически применен лишь при выпуске опытных образцов, это может быть квалифицировано как недостаточное его использование.

Качественная сторона вопроса об объеме использования товарного знака обычно связывается с оценкой соответствия перечня товаров, указанного при регистрации, и того перечня товаров, для обозначения которых товарный знак фактически применяется. Согласно общему правилу, эти перечни должны друг с другом совпадать. На практике, однако, от этого встречаются отступления двоякого рода. С одной стороны, товарным знаком могут обозначаться товары, не указанные в перечне при регистрации. Такое использование товарного знака является неправомерным и, соответственно, не учитывается как исполнение обязанности по применению товарного знака. Правда, нередко возникает ситуация, когда знак используется для обозначения товаров, формально не указанных в перечне, но охватываемых одним из терминов регистрационного перечня как родовым понятием. В этом случае использование знака может быть признано правомерным. С другой стороны, товарный знак часто фактически используется для обозначения более узкого круга товаров, чем это указано при регистрации. Данное обстоятельство может послужить основанием для сужения объема охраны товарного знака путем исключения из перечня товаров тех объектов, которые фактически не производятся владельцем товарного знака и(или) по каким-либо причинам просто не маркируются товарным знаком.

При использовании товарного знака его обладатель может проставлять рядом с указанными обозначениями предупредительную маркировку, указывающую на то, что товарный знак зарегистрирован в Эстонской Республике. Указанная маркировка выполняет как рекламно-информационную, так и патентно-правовую функции. С одной стороны, она позволяет особым образом выделить товарный знак среди других видов обозначений, которыми маркируется товар или его упаковка (символы управления, эксплуатации, хранения, транспортировки и т.п.). Благодаря такому "обособлению" внимание потребителей обращается на особую природу знака, побуждая их к выяснению содержания этой маркировки и способствуя тем самым ее лучшему запоминанию. Кроме того, применение предупредительной маркировки, свидетельствующей о наличии исключительных прав на товарный знак и тем самым подтверждающей его определенную оригинальность, является дополнительным рекламным средством и собственно товарного знака, и маркируемых им товаров, что способствует повышению престижа фирмы в глазах потребителей ее продукции.

С другой стороны, благодаря предупредительной маркировке становится возможным оперативное установление факта регистрации товарного знака. Наличие специальной маркировки предостерегает третьих лиц от нарушения исключительных прав владельца товарного знака и является важным аргументом при разрешении патентно-правовых споров.

Действующее эстонское законодательство не содержит специальных норм, регламентирующих нанесение предупредительной маркировки. Исходя из сложившейся практики, можно констатировать следующее. Прежде всего, необходимо подчеркнуть, что применение предупредительной маркировки является лишь правом, но не обязанностью владельца товарного знака. Она наносится исключительно по их собственному усмотрению и в любой момент может быть снята. Далее владелец товарного знака сам избирает вид и форму предупредительной маркировки. В этой связи она может представлять собой прямое указание на то, что соответствующее обозначение является зарегистрированным товарным знаком, например, содержать слова "зарегистрированный товарный знак" или просто "товарный знак". Данное уведомление может содержать указание на название страны регистрации, номер свидетельства или иного охранного документа, дату регистрации и т.п. Однако предупредительная маркировка может быть выражена и в виде сокращенного обозначения (М, ТМ, Reg. ТМ и др.), специальной изобразительной отметки типа звездочки с последующей расшифровкой в тексте или в сноске, специального символа, непосредственно следующего за знаком и представляющего собой большую латинскую букву R, заключенную в окружность.

Наконец, использование предупредительной маркировки должно быть добросовестным. Проставление указанной маркировки в тех случаях, когда соответствующее обозначение не зарегистрировано в Патентном департаменте, рассматривается как неправомерное действие, вводящее потребителей в заблуждение. Поэтому если обозначение еще только заявлено к регистрации, это должно быть отражено в предупредительной маркировке.

## ПЕРЕДАЧА ПРАВА НА ТОВАРНЫЙ ЗНАК И ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ

Владелец товарного знака обладает не только исключительным правом на его использование, но и может в предусмотренных законом пределах распоряжаться им по своему усмотрению. Распоряжение товарным знаком согласно действующему эстонскому законодательству охватывает собой предоставление лицензии на использование товарного знака (ст.21 Закона ЭР о товарных знаках) и уступку товарного знака (ст. 22).

Уступка товарного знака означает передачу прав на товарный знак его владельцем другому юридическому или физическому лицу в отношении всех или части товаров, для которых он зарегистрирован. Подобная передача прав может осуществляться как на возмездных, так и безвозмездных началах и производится на основании гражданско-правового договора. В силу данного договора владелец товарного знака отказывается от дальнейшего его использования и передает все права на знак приобретателю, который, в свою очередь, принимает на себя все права и обязанности владельца товарного знака и предоставляет отчуждателю встречное удовлетворение, если оно предусмотрено договором. На практике уступка товарного знака обычно обусловлена предстоящей ликвидацией или изменением профиля деятельности владельца товарного знака либо увязана с уступкой прав на иные объекты промышленной собственности, например, изобретения или промышленные образцы.

Наряду с уступкой товарного знака его владелец может предоставить право на использование товарного знака другому лицу по лицензионному договору. В отличие от договора об уступке товарного знака лицензионный договор предполагает предоставление лицензиату права на использование товарного знака на оговоренный в договоре срок. При этом сам владелец (лицензиар) сохраняет право на знак и несет все обязанности его владельца. Напротив, на лицензиата каких-либо дополнительных обременений, кроме обязанностей, принятых им на себя по лицензионному договору, обычно не возлагается.

Условия лицензионного договора определяются в целом самими сторонами. В частности, они сами решают вопрос о том, приобретает ли лицензиат исключительное право на пользование товарным знаком или нет, самостоятельно определяют размер и порядок уплаты вознаграждения, устанавливают срок действия договора и т.п. Однако законом введено два взаимосвязанных обязательных условия, а именно, что лицензионный договор должен предусматривать, что качество товаров лицензиата будет не ниже качества товаров лицензиара (1) и что лицензиар будет осуществлять контроль за выполнением этого условия (2). Указанные требования представляют собой известную гарантию для потребителей, ориентирующихся на уже известный товарный знак. В случае, если маркируемые лицензиатом товары будут худшего качества, лицензиар не только вправе, но и обязан запретить дальнейшую маркировку товара переданным по договору знаком. Вопрос о досрочном прекращении лицензионного договора по данному основанию может быть поставлен и другими заинтересованными лицами, в частности, государственными органами или общественными организациями по защите прав потребителей.

Закон предъявляет особые требования к форме договоров об уступке товарного знака и передаче права на его использование.

Указанные договоры должны совершаться в письменной форме и

регистрироваться в Патентном департаменте. Без этой регистрации они считаются недействительными. За регистрацию договоров взимается специальная пошлина, которая по соглашению сторон может быть уплачена любым из участников договора.

## ЗАЩИТА ПРАВА НА ТОВАРНЫЙ ЗНАК И ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ

Неправомерное использование товарного знака или сходного с товарным знаком обозначения для однородных товаров, а также иные действия, наносящие или способные нанести ущерб владельцу товарного знака, влекут за собой гражданско-правовую и(или) уголовную ответственность в соответствии с действующим законодательством ЭР.

Согласно ст.33 Закона ЭР о товарных знаках исключительное право владельца товарного знака нарушается, если

1) физическое или юридическое лицо использует для обозначения товаров и услуг сходный до смешения знак обозначения однородных товаров и услуг без разрешения владельца либо совершает иные действия, нарушающие исключительное право владельца;

2) лицензиат нарушает условия лицензионного договора.

Общим порядком защиты нарушенных прав на товарный знак является его гражданско-правовая защита, реализуемая в рамках общего, т.е. судебного и административного порядка. В настоящее время все споры, связанные с нарушением рассматриваемых прав в соответствии с действующим законодательством относятся к Апелляционной комиссии по промышленной собственности, которую образует министр промышленности и энергетики.

Способы защиты нарушенных или оспариваемых прав на товарный знак в основном совпадают и сводятся к следующему. Прежде всего владелец товарного знака , права которого оспариваются или не признаются третьими лицами, вправе потребовать официального признания этих прав. Однако с учетом того, что возникновение самого права на рассматриваемые объекты зависит от их государственной регистрации, для заявления подобных требований нет особой почвы. Споры такого рода возникают обычно на базе реорганизации юридических лиц, если в ходе нее нечетко определены права и обязанности вновь возникших юридических образований. Кроме того, иск о признании права на товарный знак может быть заявлен также лицом, претендующим на предоставление охраны его знаку в силу общеизвестности последнего на территории ЭР.

Наиболее распространенным способом защиты, вытекающим из нарушения права на товарный знак, является требование о прекращении их дальнейшего использования. По смыслу закона данное требование может быть заявлено и в целях предотвращения готовящегося правонарушения, когда, например, незаконно маркированный чужим товарным знаком товар лишь готовится к реализации или ввозу на территорию охраны.

К указанному способу защиты близко примыкает требование об удалении с товара или его упаковки незаконно используемого товарного знака или обозначения, сходного с ним до степени смешения, либо уничтожении изготовленных изображений товарного знака или обозначения, сходного с ним до степени смешения. Иногда, однако, сделать это невозможно без причинения существенного вреда самому товару. Представляется, что по смыслу закона в этом случае подлежит уничтожению (переработке) сам товар.

В тех случаях, когда вследствие незаконного использования товарного знака у его обладателя возникли убытки, последние подлежат возмещению нарушителями в полном объеме.

При незаконном использовании товарного знака в качестве потерпевшего выступает прежде всего сам владелец товарного знака, который и имеет право на возмещение убытков. Однако в результате правонарушения ущемляются и законные интересы тех лиц, которые пользуются товарными знаками на основании лицензионных договоров. Поскольку они являются титульными пользователями товарных знаков, их следует рассматривать также как потерпевших, имеющих право на возмещение вреда.

В качестве особого способа защиты права на товарный знак

может служить опубликование судебного решения в целях

восстановления деловой репутации потерпевшего. Такого рода

публикации, текст, место и время опубликования которой во избежание дальнейших споров должны быть определены самим судом, подлежит оплате нарушителем.

Рассмотренные выше способы защиты в основном применяются во внедоговорной сфере. В тех случаях, когда товарный знак используется на лицензионной основе, защита прав владельца товарного знака осуществляется прежде всего с помощью тех мер, которые предусмотрены сторонами в лицензионном договоре.

## ПРЕКРАЩЕНИЕ ПРАВА НА ТОВАРНЫЙ ЗНАК И ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ

Свидетельство на товарный знак обеспечивает его обладателю практически не ограниченную по времени возможность (с учетом права продления срока регистрации) пользоваться соответствующим знаком (наименованием) для обозначения производимых и реализуемых им товаров. Однако закон предусматривает ряд оснований, при наличии которых правовая охрана товарного знака или наименования места происхождения товара может быть прекращена.

Применительно к товарным знакам прекращение правовой охраны происходит лишь в одной форме, а именно в виде аннулированной регистрации товарного знака Патентным департаментом ЭР. Основаниями для этого могут служить следующие факты.

Во-первых, регистрация товарного знака аннулируется в связи с прекращением срока ее действия, если владелец товарного знака своевременно не позаботился о продлении срока охраны. Как уже указывалось, заявление о продлении срока регистрации подается владельцем в последний год ее действия. Если этот срок им пропущен, ему может быть предоставлен дополнительный 6-месячный срок для подачи заявления о продлении срока регистрации при условии уплаты специальной государственной пошлины.

Во-вторых, основанием для аннулирования регистрации товарного знака может быть решение Патентного департамента о досрочном прекращении ее действия по причине использования коллективного знака на товарах, не обладающих едиными качественными или иными общими характеристиками. Такое решение может быть принято Патентным департаментом по заявлению любого заинтересованного лица.

В-третьих, охрана товарного знака досрочно прекращается на основании решения Патентного департамента и тогда, когда знак не используется без уважительных причин непрерывно в течение пяти лет с даты регистрации или пяти лет, предшествующих подаче заявления любым заинтересованным лицом.

В-четвертых, регистрация товарного знака аннулируется при ликвидации юридического лица - владельца товарного знака. При реорганизации юридического лица, а также в случае смерти физического лица - владельца товарного знака, права и обязанности, связанные с товарным знаком, переходят к их правопреемникам.

В-пятых, регистрация товарного знака может быть аннулирована на основании решения Патентного департамента в случае превращения товарного знака в обозначение, вошедшее во всеобщее употребление как обозначение товаров определенного вида. В данном случае товарный знак, благодаря своему широкому и зачастую неконтролируемому использованию, утрачивает свои различительные свойства, которыми он обладал на момент регистрации или в начале использования (для общеизвестных знаков).

В-шестых, правовая охрана товарного знака прекращается в случае отказа от нее владельца товарного знака. Подобный отказ оформляется в виде письменного заявления, которое направляется в Патентный департамент. Обычно к нему прибегают достаточно редко, в основном тогда, когда хотят избежать конфликтной ситуации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Товарный знак и знак обслуживания, которыми маркируются производимые товары и оказываемые услуги, являются активным связующим звеном между изготовителем и потребителем, выступая в роли безмолвного продавца. Наряду с отличительной функцией, популярный товарных знак вызывает у потребителей определенное представление о качестве продукции. Являясь своего рода визитной карточкой предприятия, товарный знак обязывает предприятие дорожить своей репутацией и постоянно заботиться о повышении качества выпускаемой им продукции. Одной из важных функций товарного знака является также реклама выпускаемых изделий, поскольку завоевавший доверие потребителей товарный знак способствует продвижению любых товаров, маркированных данным знаком. Известно также, что на мировом рынке цена изделий с товарным знаком в среднем на 15-25% выше, чем анонимных товаров. Наконец, товарный знак служит для защиты выпускаемой продукции на рынке и применяется в борьбе с недобросовестной конкуренцией.

#### ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. **Адуев А.И., Белогорская Е.М.** Товарный знак и его правовое значение. М., 1972.
2. **Василевский А., Савина-Лазарева Э.** Товарные знаки и проблемы их поиска. М., 1970.
3. **Прахов Б.Г., Зенкин Н.М.** Справочное пособие по изобретательству, рационализации и патентному делу. Киев. 1980.
4. Закон Эстонской Республики о товарных знаках. Таллинн.1992.

#### ОГЛАВЛЕНИЕ

*Введение*....................................................................................................1

1. Понятие товарного знака и знака обслуживания..........................3

1.1 Товарный знак.............................................................................3

1.2 Знак обслуживания......................................................................9

2. Виды товарных знаков и знаков обслуживания...........................11

3. Субъекты права на товарный знак и знак обслуживания...........17

4. Регистрация товарного знака и знака обслуживания..................20

5. Использование товарного знака и знака обслуживания..............25

6. Передача права на товарный знак и знак обслуживания.............31

7. Защита права на товарный знак и знак обслуживания...............34

8. Прекращение права на товарный знак и знак обслуживания...37

*Заключение*...............................................................................................39

*Использованная литература*.................................................................41