

ТОВАРНЫЙ ЗНАК И ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ

Товарный знак и знак обслуживания — это обозначение, способствующее отличию товаров и услуг одних юридических или физических лиц от однородных товаров или услуг других юридических или физических лиц (или - это обозначение позволяющее распознавать товары определенной фирмы и отличать их от продукции ее конкурентов).

В качестве товарных знаков регистрируются обозначения словесные, включая имена собственные (в виде слов, словосочетаний, сочетаний букв, имеющих словесный характер, предложений), буквенные (состоящие из букв и не имеющие словесного характера), цифровые (состоящие из цифр), изобразительные (в виде изображений живых существ, предметов, природных и иных объектов, фигур любых форм, композиций линий, пятен, фигур на плоскости, а также слов, букв и/или цифр в особом графическом исполнении), объемные обозначения, включая форму товара или его упаковку (в виде объектов или фигур в трех измерениях); сочетание цветов, а также комбинации таких обозначений.

Логотип - словесный товарный знак в особом графическом исполнении.

Сертификационный товарный знак - т.з. зарегистрированный на имя организации, которая разрешает пользоваться им при условии соблюдения свойств и качества товаров, установленных этой организацией, и под ее контролем.

Блокирующий т.з. - товарный знак, сходный с действительно используемым товарным знаком, принадлежащим тому же владельцу, и зарегистрированный с целью предотвращения регистрации третьим лицом знаков, сходных с используемым.(пример -AVODART, EVODART, AVIDART).

Также бывают товарные знаки звуковые (музыкальные, но не относящиеся к человеческой речи) и обонятельные.

Общеизвестные товарные знаки - т.з., которые в результате длительного использования являются хорошо известными широкому кругу потребителей и служат гарантией высокого качества продукции и товаров, маркируемых этими знаками.

Как можно защитить товарный знак?

Защита товарного знака может основываться и на регистрации или на первом использовании знака в хозяйственном обороте. В Белоруссии и др. странах бывшего Советского Союза, ФРГ, Франции, Италии, Японии исключительное право на товарный знак приобретается на основании и с момента его регистрации в патентном ведомстве. В США, Англии, Канаде, Швейцарии исключительное право на товарный знак признается в силу фактического его применения в обороте, а не регистрации. Лицо, применившее первым знак при продаже товаров, рекламе становится обладателем права. Началом оформления права на товарный знак является оформление и подача заявки на товарный знак в Патентный орган.

Каким же требованиям должен отвечать товарный знак?

Основное требование - **охраноспособность** товарного знака (одно из главных условий охраноспособности т.з. - его различительный характер, который оценивается по отношению к тем товарам и услугам, для которых этот знак регистрируется).

В тоже время товарный знак должен обладать **рекламоспособностью**. Под рекламоспособностью понимается способность товарного знака привлекать внимание потребителей к обозначенным им товарам и услугам, что характеризуется следующей совокупностью признаков: **новизной идеи** (т.е. оригинальностью, отсутствием подражательности), **эстетичностью**, **лаконичностью**, **ассоциативностью** (т.е. наличием связей между т.з. и маркируемым им товаром), **цветом**, **способностью к адаптации** (т.е. возможности использования знака в течении длительного времени, привнесении в него незначительных изменений), **удобопроизносимостью**,

технологичностью (товарный знак должен одинаково хорошо выглядеть на любом носителе).

Как разработать товарный знак?

При разработке товарных знаков необходимо учитывать вид и характер маркируемых товаров, объем продукции, профиль и традиции предприятия, наличия у него других знаков, перспективу использования т. з. (товар, его упаковка, документация), возможность экспорта.

Выделяют следующие этапы разработки:

1. Определение круга товаров, которые будут маркироваться разрабатываемым знаком.
2. Знакомство с профилем предприятия, его историей и традициями.
3. Определение круга потребителей, в том числе стран экспорта.
4. Выбор числа товарных знаков для предприятия.
5. Выбор вида товарного знака.

Исключительное право на товарный знак

Владелец имеет исключительное право использовать товарный знаки распоряжаться им, а также запрещать использование товарного знака другими лицами.

Нарушением прав владельца товарного знака признаются несанкционированное изготовление, применение, ввоз, предложение к продаже и иное введение в гражданский оборот или хранение с этой целью товарного знака или товара, обозначенного этим знаком или обозначения сходного с ним до степени смешения.

Абсолютные основания для отказа в регистрации

1. Не допускается регистрация товарных знаков:
 - 1.1. не имеющих признаков различия (отдельные буквы, цифры, не имеющие характерного графического исполнения, простые геометрические фигуры, математические знаки, общепринятые сокращения и другие);
 - 1.2. вошедших во всеобщее употребление как обозначение товаров определенного вида (целлофан, термос, ланолин, вазелин, линолеум);

1.3. являющихся общепринятыми символами и терминами;

1.4. состоящих исключительно из знаков или указаний, используемых для обозначения вида, качества, количества, свойства, назначения, ценности товаров, а также места и времени их производства или сбыта;

1.5. представляющих собой форму товара или его упаковку, определяющиеся исключительно или главным образом сущностью или природой товара, необходимостью достижения технического результата, существенной ценностью товара.

2. Обозначения, указанные в пункте 1 настоящей статьи, могут быть включены в товарный знак в качестве неохраняемых элементов, если они не занимают в нем доминирующего положения.

3. Положения, предусмотренные пунктом 1 настоящей статьи, могут не применяться в отношении обозначений, которые на дату 01.08.2007 подачи заявки на регистрацию товарного знака фактически приобрели различительный характер в результате использования (пример - «БЕЛШИНА»).

4. Не допускается регистрация товарных знаков, состоящих только из обозначений, представляющих собой государственные гербы, флаги и эмблемы, официальные названия государств, флаги, эмблемы и сокращенные или полные наименования международных межправительственных организаций, официальные контрольные, гарантийные и пробирные клейма, награды и другие знаки отличия или сходные с ними до степени смешения. Такие обозначения могут быть включены как неохраняемые элементы в товарный знак, если на это имеется согласие соответствующего компетентного органа или их владельца.

5. Не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений:

5.1. являющихся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара, места его происхождения или его изготовителя;

5.2. представляющих собой или содержащих указание места происхождения вин или крепких спиртных напитков, не происходящих из данного места;

5.3. противоречащих публичному порядку, принципам гуманности и морали.

Приоритет товарного знака

Приоритет товарного знака устанавливается по дате подачи заявки в патентный орган.

Приоритет **конвенционный** - по дате подачи первой заявки на товарный знак в иностранном государстве - участнике Парижской конвенции (если заявка поступила в патентный орган в течение **шести месяцев** с указанной даты).

Приоритет **выставочный** - по дате начала открытого показа экспоната на выставке(если заявка поступила в патентный орган в течение **шести месяцев** с указанной даты).

Приоритет товарного знака по выделенной заявке - по дате приоритета товарного знака первоначальной заявки.

Приоритет товарного знака может устанавливаться по дате приоритета международной заявки на регистрацию товарного знака, поданного в соответствии с международным договором Республики Беларусь.

Коллективный товарный знак

Коллективным знаком является знак объединения юридических лиц, предназначенный для обозначения выпускаемых и (или) реализуемых им товаров, обладающих едиными качественными характеристиками. Право на использование коллективного знака не может быть передано другим лицам.

Регистрация товарного знака

На основании решения о регистрации товарного знака выдается **свидетельство** на товарный знак.

Регистрация товарного знака действует в течении 10 лет с даты подачи заявки в патентный орган.

Срок действия регистрации товарного знака может быть продлен по заявлению владельца, поданному в течение последнего года ее действия, каждый раз на 10 лет.

