УДК/UDC 347.772

Особенности использования товарного знака

Гаджикеримова Расият Маллакеримовна
студентка юридического факультета
Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина
г. Краснодар, Россия
e-mail: nekerboker@yandex.ru

Шуманская Екатерина Вадимовна
студентка юридического факультета
Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина
г. Краснодар, Россия
e-mail: nekerboker@yandex.ru

Аннотация

Несмотря на то, что исключительное право на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации иногда называют монопольным, его тем не менее нельзя назвать неограниченным. На сегодняшний день зарегистрированные товарные знаки представляют собой эффективный инструмент для охраны интересов юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. При этом на практике возникают случаи использования третьими лицами этих знаков без соответствующего разрешения правообладателей для своих целей. Данная статья посвящена вопросу использования товарного знака, в том числе с изменением отдельных его элементов, с целью сделать его сходным с чужим товарным знаком и, как следствие, более привлекательным для потребителя. Данная проблема рассмотрена в аспекте ограничения правомочий правообладателя с целью соблюдения законных интересов других участников гражданского оборота.

Ключевые слова: правообладатель, товарный знак, исключительное право на товарный знак, правовая охрана, средство индивидуализации.

Features of use of the trademark

Gadzgikerimova Rasiat Mallakerimovna
student of the faculty of Law
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russian Federation.
e-mail: nekerboker@yandex.ru

Shumanskaya Ekaterina Vadimovna
student of the faculty of Law
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: nekerboker@yandex.ru

Abstract

despite the fact that the exclusive right to the results of intellectual activity and means of individualization is sometimes called a monopoly, it, nevertheless, can not be called unlimited. To date, registered trademarks are an effective tool for protecting the interests of legal entities and individual entrepreneurs. At the same time, in practice, there are cases of use by third parties of these marks without the appropriate permission of the rights holders for their own purposes. This article is devoted to the use of a trademark, in particular with the change of its individual elements, in order to make it similar to someone else's trademark and, as a consequence, more attractive to the consumer. This problem is considered in the aspect of limiting the rights of the right holder in order to comply with the legitimate interests of other participants of civil turnover.

Key words: right Holder, trademark, exclusive right to trademark, verbal name.

Как известно, отечественная гражданско-правовая доктрина предусматривает наличие такого специфического правового института, как товарный знак, представляющего собой обозначение и индивидуализацию товаров, производимых организациями или индивидуальными предпринимателями [1].

Так, согласно п.1 ст. 1484 ГК РФ товарный знак закрепляет за лицом исключительное право его использования, главным образом в виде распоряжения [2]. Однако представители научного сообщества указыва-

ют на то, что использование товарного знака порождает собой также и некоторые виды обязанностей. Так, А. П. Сергеев отмечает, что неиспользование товарного знака может повлечь за собой прекращение правовой охраны такого знака в досрочном порядке [3].

Стоит обратить внимание, что правомочия владельца товарного знака ограниченны, их использование возможно только в рамках так называемого гражданского оборота. Наиболее распространенным примером такого использования является размещение знака на этикетках товаров, производимых теми или другими юридическими лицами, а также использование для продвижения продукта в рекламе [4].

Также при регулировании данных правоотношений законодатель предусмотрел использование товарного знака с некоторыми незначительными изменениями. Так, в соответствии с п. 2 ст. 1486 ГК РФ предусматривается его использование с изменениями, которые не влияют на сущность и смысловое значение товарного знака. При этом владелец исключительного права на товарный знак должен осознавать возможные негативные последствия осуществления таких действий, так как изменение товарного знака может привести к нарушению исключительного права другого лица.

С целью наглядности и лучшего понимания сущности данных правоотношений необходимо рассмотреть судебную практику. Так, в качестве наиболее яркого примера можно привести рассмотренное в Арбитражном суде г. Москвы дело между двумя организациями [5]. Предмет спора заключался в том, что истец использовал товарный знак «TESORO» и осуществлял реализацию алкогольной продукции под данной маркой. Ответчик же продавал аналогичную продукцию под товарным знаком «MARQUES DEL REAL TESORO». Проблема заключалась в том, что ответчик правомерно использовал свое исключительное право, однако посредством увеличения шрифта и изменения цвета в названии торгового знака было выделено словосочетание «REALTESORO».

Таким образом, визуальное изменение этикетки товара привело к недобросовестной конкуренции между товаропроизводителями, поскольк-

ку потребитель зачастую отдавал свое предпочтение товарному знаку, который был усилен эпитетом «REAL» и, соответственно, продукции, которая продается под таким знаком.

В процессе рассмотрения данного дела суд пришел к выводу о том, что словосочетание «REALTESORO», нанесенное на этикетку алкогольной продукции нарушает право истца, который использовал собственный товарный знак ранее. В итоге действия ответчика были признаны противозаконными и направленными на недобросовестную конкуренцию, нарушающую федеральное законодательство. При этом и апелляция, и кассация подтвердили решение суда первой инстанции.

Таким образом, если придерживаться позиции истца, в области использования товарного знака может сложиться практика регистрации в одну строку обозначения, состоящего из нескольких словосочетаний, в т. ч. и знаков, которые в последствии могут использоваться лишь в некоторых словах или части фраз, известных и являющихся более привлекательными для потребителя.

В Постановлении по данному делу ВАС зафиксировал, что использование товарного знака в ситуации, когда доминирующим становится лишь определенный его элемент, неправомерно. Выделение или соответствующее обозначение слов, имеющих определенную репутацию, может привести к нарушению исключительных прав третьих лиц и ввести потребителей в заблуждение, несмотря на то, что на продукции присутствуют все словесные элементы зарегистрированного правообладателем обозначения [6].

Товарный знак как особое средство индивидуализации той или иной продукции применяется достаточно часто. Это объясняется тем, что товарный знак является весьма действенным способом защиты исключительных прав участников гражданского оборота. Безусловно, существуют некоторые дискуссионные моменты в регулировании данных правоотношений, к которым можно отнести, например, необходимость как минимум увеличения срока, по истечении которого можно подать заявление о прекращении регистрации товарного знака. В рамках под-

нятой темы существует множество проблемных аспектов, однако теоретическая проработка каждого из них поспособствует не только их скорейшему разрешению, но и повышению эффективности изучаемого правового института.

Список литературы

1. Шульга А. К. Товарные знаки как средства индивидуализации товара, работ и услуг / Теория и практика гражданского и предпринимательского права / А. К. Шульга; под науч. ред. З. И. Цыбуленко// Российская акад. юридических наук, Северо-Кавказский НИИ актуальных проблем современного права. Москва, 2010. Сер. Молодые ученые России и стран СНГ. 167 с.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 2006. № 52 (1.Ч.). Ст. 5496.

3. Сергеев А. П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учебник. 3-е изд. М., 2003. С. 636.

4. Шульга А. К. Совершенствование законодательства о товарных знаках // Власть закона. 2012. № 3 (11). С. 132–137.

5. Моисеев М. В. Товарный знак. Аспекты бухгалтерского учета и налогообложения // Промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение. 2010. № 7. С. 33–46.

6. Постановление Президиума ВАС РФ от 4 февраля 2014 г. № 14567/13, принятое по делу Арбитражного суда города Москвы No А40-27210/12-19-247 // Вестник ВАС РФ. 2014. № 6. 270 с.

References

1. Shulga A. K. Trademarks as a means of individualization of goods, works and services / Theory and practice of civil and business law / A. K. Shulga; under the scientific. ed. Z. I. Tsybulenko // Russian Acad. Law, North Caucasian Research Institute of Actual Problems of Modern Law. Moscow, 2010. Ser. Young scientists of Russia and the CIS countries. 167 c.2. Civil code of the Russian Federation (part four) from 18.12.2006 No 230-FZ / / Collection of legislation of the Russian Federation, 25.12.2006, No 52 (1 h.), article 5496.

3. Sergeev A. P. intellectual property Law in the Russian Federation: Textbook. 3rd ed. Moscow, 2003. Pp. 636.

4. Shulga A. K. Improvement of legislation on trademarks // Power of law. 2012. No. 3 (11). Pp. 132-137.

5. Moiseev M. V. Trademark. Aspects of accounting and taxation // Industry: accounting and taxation. 2010.No. 7. Pp. 33-46.

6. Resolution of the Presidium of the Supreme Arbitration Court of the Russian Federation dated February 4, 2014 No. 14567/13, adopted in the case of the Arbitration Court of the city of Moscow No. A40-27210 / 12-19-247 // Herald of the Supreme Arbitration Court of the Russian Federation. - 2014.- No. 6.