

# Конкурс среди школьников в сфере интеллектуальной собственности «Открывая мир интеллектуальной собственности»

## Этап 3

### Лекция

#### «Поговорим о средствах индивидуализации»

##### 1. Введение

На прошлой лекции вы узнали, что объекты промышленной собственности подразделяются на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации и изучили объекты промышленной собственности, относящиеся к результатам интеллектуальной деятельности.

Помните, что к ним относится? Это изобретения, полезные модели, промышленные образцы, сорта растений, топологии интегральных микросхем и самые секретные объекты интеллектуальной собственности – ноу-хау или секреты производства.

А сегодня мы поговорим о средствах индивидуализации. Исходя из названия можно сделать вывод, что основной функцией указанных объектов интеллектуальной собственности является индивидуализирующая. Так, они служат для отличия товаров и услуг одного производителя от товаров и услуг других, а также для отличия определенной организации среди других.

К средствам индивидуализации по законодательству Республики Беларусь относятся:

- Фирменные наименования;
- Товарные знаки (знаки обслуживания);
- Географические указания.

Рассмотрим подробнее каждое из указанных средств индивидуализации.

##### 2. Фирменное наименование

Фирменное наименование охраняется во всех странах нашего региона и является названием юридического лица, то есть принадлежит не какому-либо человеку, а организации.

Например, кто-то из нас любит молочные продукты открытого акционерного общества «Минский молочный завод № 1», или открытого акционерного общества «Савушкин продукт», или открытого акционерного общества «Бабушкина Крынка». Благодаря названиям организаций, фирменным наименованиям, мы сможем выбрать продукцию именно той организации, которую хотим. Так работает фирменное наименование.

Также примерами фирменных наименований юридических лиц являются следующие: совместное открытое акционерное общество «Коммунарка» (Республика Беларусь), публичное акционерное общество «Газпром» (Российская Федерация), акционерное общество «ЛОТТЕ Рахат» (Республика Казахстан).

Из указанных примеров мы можем сделать вывод, что фирменное наименование включает в себя две части:

1. Организационно-правовая форма (как действует организация):  
СОАО – совместное открытое акционерное общество;

ООО – общество с ограниченной ответственностью;  
ЗАО – закрытое акционерное общество;  
ЧТПУП – частное торгово-производственное унитарное предприятие и др.

2. Индивидуализирующая часть (то, что находится в кавычках и отличает организации друг от друга).

Фирменное наименование фиксируется в уставе организации (основном документе, где содержатся сведения о компании, о ее деятельности и пр.) и регистрируется в Едином государственном регистре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Какой-либо охранный документ при этом не выдается. Если фирменное наименование похоже с уже зарегистрированным настолько, что их нельзя отличить, оно не будет включено в указанный регистр.

*В разных странах могут отличаться названия аналогичных регистров. Например: Единый государственный реестр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в Республике Таджикистан; Государственная база данных «Юридические лица» в Республике Казахстан.*

Юридическое лицо имеет исключительное право на фирменное наименование, что означает:

1. право самому использовать фирменное наименование:

- на товарах, их упаковке;

Для слайда:



- в рекламе (на флаерах, билбордах, в видеороликах, сети Интернет и др.);
- на официальных бланках организации и в других документах (например, в договорах организации, на выдаваемых чеках);
- на выставках и ярмарках (например, когда участники и стенд организации идентифицируются благодаря фирменному наименованию) и т.д.

2. возможность разрешить иным лицам использовать фирменное наименование (выдать лицензию). Но отдать (продать, уступить) кому-либо фирменное наименование нельзя.

3. право запрещать иным лицам использовать фирменное наименование.

Если организация прекратит деятельность (будет ликвидирована), право на фирменное наименование также прекращается. То же самое происходит, если организация меняет фирменное наименование.

*Состав средств индивидуализации может отличаться в разных странах. Например, в Российской Федерации к средствам индивидуализации относится также «коммерческое обозначение». В отличие от фирменного наименования коммерческое обозначение используется для индивидуализации как юридических лиц, так и индивидуализации предпринимателей, не подлежит включению в единый государственный реестр юридических лиц и не является обязательным.*

*Например, индивидуальный предприниматель Петров А.А. размещает на вывеске магазина обозначение «Василек», которое и является коммерческим обозначением.*

### **3. Товарные знаки.**

А теперь поговорим о товарных знаках.

Товарный знак – один из самых распространенных и востребованных объектов интеллектуальной собственности и представляет собой обозначение, благодаря которому потребитель отличает товары одного производителя от однородных товаров других производителей.

Однородными называются такие товары, о которых можно подумать, что их производит (выпускает) один производитель (когда товары продаются в одних и тех же местах, имеют схожее назначение или потребителей и пр.). Например, это «свитшот» и «бейсболка», которые являются одеждой, имеют схожие места продаж, или «блендер» и «кухонный комбайн», которые являются техникой для кухни, могут иметь схожее назначение, и иногда даже быть взаимодополняемыми т.д.

Например, если мы решили выбрать определенный йогурт компании «Савушкин продукт» и увидели на витрине в магазине большой их ассортимент, то выбрать конкретный помогут товарные знаки:



Какие же обозначения могут стать товарным знаком?

По законодательству Республики Беларусь – это следующие обозначения (такие же обозначения охраняются во всех странах нашего региона):

1. Словесные, в том числе имена собственные

Иван Буслай	КАРУСЕЛЬ	Добрый Медведь	ALTAGRO
-------------	----------	----------------	---------

2. Буквенные

HDP	EVMG	GTX	GQ
-----	------	-----	----

3. Цифровые

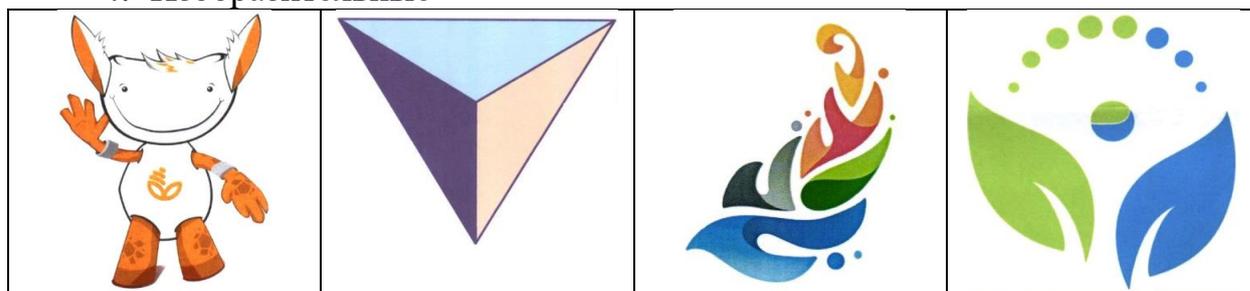
1800	2 <sup>10</sup>	1861	3,62
------	-----------------	------	------

Если указанные обозначения дополнить какими-либо графическими элементами или, например, выполнить в цвете, то они станут комбинированными. Например, обозначение

**КАРУСЕЛЬ**

является комбинированным, поскольку выполнено необычным цветом и в красном цвете.

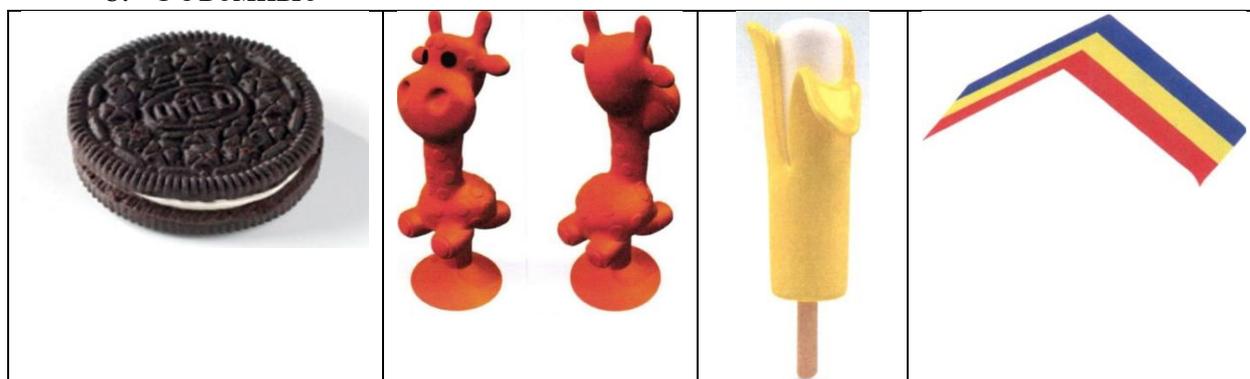
4. Изобразительные



5. Комбинированные, которые состоят из других видов обозначений



6. Объемные



7. Цвет, сочетания цветов

В Республике Беларусь предусмотрена возможность охраны таких обозначений, но в настоящий момент такие товарные знаки отсутствуют. Зато можно привести примеры товарных знаков в виде цвета или сочетания цветов, охраняемых в Российской Федерации.

		
<p>№ 696846 Публичное акционерное общество «МегаФон» «услуги по предоставлению подвижной радиотелефонной [мобильной] связи; предоставление доступа к сети Интернет»</p>	<p>№ 560598 Публичное акционерное общество «Мобильные ТелеСистемы» «подвижная радиотелефонная связь, телематические услуги связи»</p>	<p>№ 310048 Компания «Реккит Бенкайзер Н.В.» «препараты для отбеливания; препараты для чистки ковров; препараты для выведения пятен; все указанные товары могут, как содержать, так и не содержать дезинфицирующие добавки»</p>

Также охраняться могут коллективные товарные знаки. Обычный товарный знак имеет одного владельца: физическое или юридическое лицо, то есть отдельный человек или организация. А коллективный товарный знак принадлежит объединению лиц и нужен для того, чтобы обозначить товары, которые обладают какими-либо одинаковыми характеристиками.

Примеры коллективных товарных знаков, зарегистрированных в Республике Беларусь:



Существуют также общеизвестные товарные знаки, которые благодаря очень активному их использованию стали широко известны. Такие товарные знаки охраняются, как правило, бессрочно в отношении всех товаров и приобретают охрану. При этом, например, в Республике Казахстан общеизвестный товарный знак охраняется в течение 10 лет с возможностью продления срока охраны.

Примеры общеизвестных товарных знаков в Республике Беларусь:



Также 13 марта 2020 г. в Республике Таджикистан товарный знак **ОИЛА** был признан общеизвестным товарным знаком, первым на территории Республики Таджикистан.

Примеры общеизвестных товарных знаков в Республике Казахстан:



В некоторых странах могут охраняться также и другие виды товарных знаков, так называемые «нетрадиционные» товарные знаки.

Например, в Российской Федерации могут охраняться, в том числе звуковые (заставка «Спокойной ночи, малыши», мурлыканье кошки из рекламы «Whiskas»), позиционные товарные знаки (является изображением, наносимым на товар строго в определенном месте и положении) и другие обозначения.



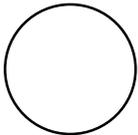
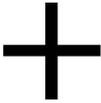
Вы узнали о разных видах товарных знаков, но не любое обозначение может быть зарегистрировано в качестве товарного знака. Чтобы понять, какие обозначения не охраняются, законодательство всех стран предусматривает основания для отказа в регистрации товарного знака.

Например, не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения:

1. Не имеющие признаков различия (самые простые обозначения в виде отдельной буквы или цифры, линии или простой геометрической фигуры и прочие);

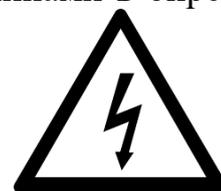
При этом если обозначение выполнено в цвете, оригинальным шрифтом или является комбинацией элементов, оно может получить охрану.

Как вы думаете, какие из представленных обозначений могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков?

1. 	2. 	3. 
4. 	5. 	6. 
7. 	8. 	9. 

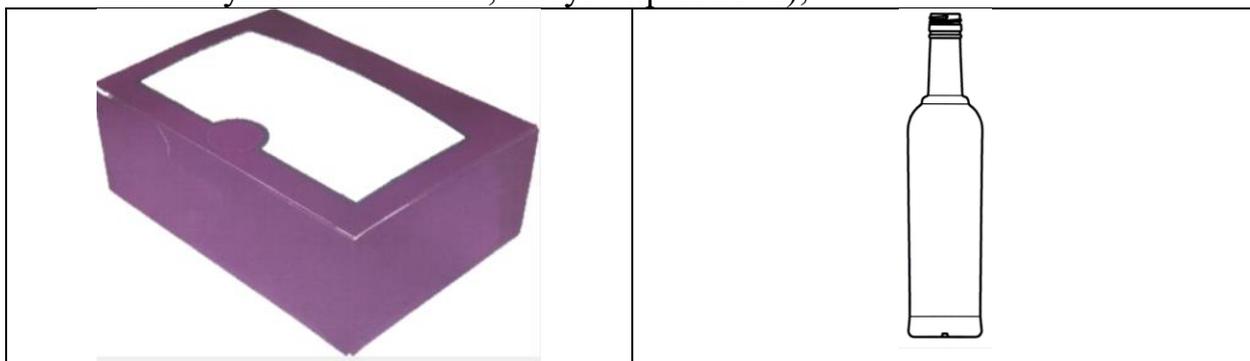
2. вошедшие во всеобщее употребление как обозначение товаров определенного вида: долгое время использовались разными производителями в отношении определенного товара и стали указывать на вид товаров (ТЕРМОС, ЭСКАЛАТОР, ЛИНОЛЕУМ);

3. являющиеся общепринятыми символами и терминами в определенной

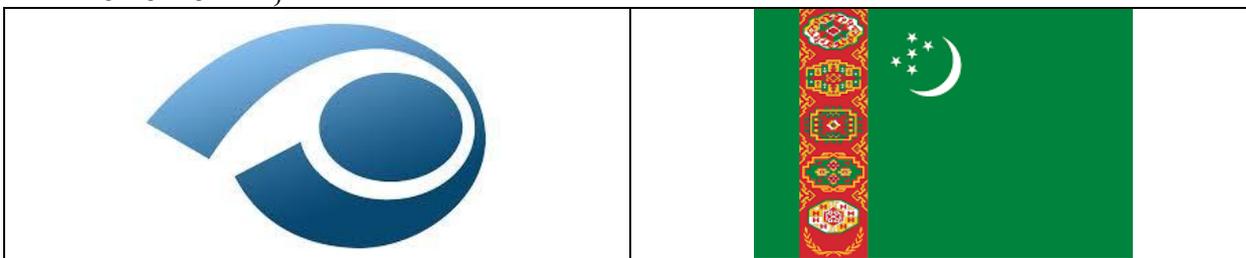


отрасли производства (например, обозначение является стандартным обозначением высокого напряжения и вряд ли может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении электрооборудования или связанных с ним услуг;

4. представляющие собой форму товара или его упаковку, если такая форма или упаковка связаны исключительно с функциональностью и сущностью товара (при этом оригинальные объемные товарные знаки, как мы указывали выше, могут охраняться);



5. состоящие только из государственных гербов, флагов и эмблем, официальных названий государств, флагов, эмблем и сокращенных или полных наименований международных межправительственных организаций, официальных контрольных, гарантийных и пробирных клейм, наград и других знаков отличия или **сходные с ними до степени смешения**;



- б. являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара, места его происхождения или его производителя;

Например, ложным обозначение может быть, если содержит указание на услуги кафе, а регистрируется для услуг аптек; вводящим в заблуждение, если вызывает ассоциации, не соответствующие действительности (содержит указание на компанию «Василёк», а регистрируется на имя Петрова А.А.).

<p>Охраняется в отношении «кафе», но ложно для услуг «аптеки»</p>	<p>Не может быть зарегистрировано на имя отдельного человека, поскольку включает указание на фирменное наименование организации</p>
	

7. противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали (например, нецензурные выражения или непристойные изображения);

Мы рассмотрели основания для отказа в регистрации товарного знака, которые связаны с самим обозначением, тем, что оно из себя представляет (абсолютные наименования). Также существуют основания для отказа в регистрации товарного знака, когда обозначение само по себе может быть товарным знаком, но его регистрация на имя обратившегося лица будет нарушать права других лиц. Такие основания называются относительными.

Например, не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения:

1. тождественные (то есть одинаковые или совпадающие во всех элементах) или сходные до степени смешения (которые ассоциируются друг с другом в целом и можно подумать, что они принадлежат одному

лицу) с зарегистрированными или заявленными на регистрацию в Республике Беларусь на имя лица товарными знаками **в отношении однородных товаров;**

Изображение товарного знака	Владелец заявитель	Товары	Предполагаемое решение
	ООО «СКМ100-БЕЛ»	мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; сетки хозяйственные	Охраняется
	ООО «Алмаз»»	мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; сетки хозяйственные	Отказ в регистрации
	ООО «Алмаз»»	Конфеты, печенье	Решение регистрации о

2. тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, признанными общеизвестными в Республике Беларусь, **в отношении любых товаров.**

Изображение товарного знака	Владелец заявитель	Товары	Предполагаемое решение
	ОАО «Савушкин продукт»	молоко, сметана, сыр, кефир, масло, творог, ряженка, простокваша	Охраняется
	ООО «Алмаз»»	автомобили	Отказ в регистрации
	ООО «Алмаз»»	игрушки	Отказ в регистрации

3. тождественные или сходные до степени смешения с географическим указанием, охраняемым в Республике Беларусь.

*Основания для отказа в регистрации товарного знака схожи в большинстве стран Евразийского региона. При этом в некоторых странах предусмотрены особенные дополнительные основания для отказа в регистрации товарного знака.*

*Например, в Республике Армения не могут быть зарегистрированы в качестве товарного знака обозначения, содержащие символы, считающиеся великим духовным или культурным наследием.*

Рассмотренные нами основания для отказа в регистрации товарного знака проверяются во время проведения экспертизы, которая проводится в процессе процедуры регистрации товарного знака.

Но что же нужно, чтобы зарегистрировать товарного знака?

Нужно иметь в виду, что товарный знак может быть зарегистрирован на имя организации или отдельного человека, они называются заявителями.

В первую очередь необходимо обратиться с заявкой в патентный орган соответствующего государства (Национальный центр интеллектуальной собственности в Республике Беларусь, Агентство по интеллектуальной собственности Азербайджанской Республики, Государственная служба интеллектуальной собственности и инноваций при Правительстве Кыргызской Республики (Кыргызпатент) и др.

Форма заявки может отличаться в разных странах, но всегда необходимо указать само изображение товарного знака и перечень товаров и услуг, в отношении которых лицо желает получить охрану.

Для этого помогает Международная классификация товаров и услуг (МКТУ), состоящая из 45 классов: 34 для товаров и 11 для услуг.

Примеры:

- товары «гитары»: 15 класс МКТУ;
- товары «клюшки хоккейные»: 28 класс МКТУ;
- услуги «кафе»: 43 класс МКТУ;
- услуги «парикмахерские»: 44 класс МКТУ.

Экспертиза заявки, как правило, включает два этапа: 1) предварительная экспертиза (проверка документов, их правильности и перечня товаров и услуг); 2) экспертиза обозначения или по существу (оценивается само обозначение, не подпадает ли оно под основания для отказа в регистрации).

*Но не все относительные основания, предусмотренные законом, проверяются экспертами. Так, например, не могут быть зарегистрированы в качестве товарного знака в отношении однородных товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемыми в Беларуси промышленным образцом, фирменным наименованием, наименованием охраняемого сорта растения, произведением искусства или его фрагментом и др.*

*Если кто-то считает, что товарный знак зарегистрирован с нарушением указанных положений, предусмотрена возможность подать*

*возражение в Апелляционный совет при патентном органе (коллегия в НЦИС, которая рассматривает споры в отношении объектов интеллектуальной собственности). Коллегия Апелляционного совета при патентном органе вправе признать предоставление правовой охраны недействительным, и товарный знак в таком случае будет аннулирован.*

Вернемся к вопросам экспертизы.

Если экспертиза проходит удачно, заявителю выдается свидетельство, которое действует в течение 10 лет с даты подачи заявки в патентный орган. Срок действия регистрации можно продлить на 10 лет неограниченное количество раз. Общеизвестные товарные знаки, как мы говорили ранее, охраняются бессрочно.

Владельцу товарного знака принадлежит исключительное право на товарный знак, которое означает, что его владелец может самостоятельно использовать товарный знак, разрешать или запрещать другим его использовать.

Использовать товарный знак можно разными способами. Например:

- на товарах и их упаковке;
- на этикетках и в документах;
- в сети Интернет и рекламе (на транспорте, в социальных сетях) и т.д.

При этом использованием товарного знака может признаваться его использование с незначительными изменениями отдельных элементов, не влияющими на его различительную способность.

<b>Охраняемый товарный знак</b>	<b>Использование с незначительными изменениями</b>	<b>Вряд ли можно считать использованием охраняемого товарного знака</b>
Ромашка	<u>Ромашка</u>	<b>РО-МАШ-КА</b>

Также владелец товарного знака может продать (уступить) кому-либо свой товарный знак или разрешить им пользоваться (заключить лицензионный договор). Но в отношении коллективного товарного знака так поступить нельзя, его могут использовать только те лица, которые указаны в положении о коллективном знаке, прилагаемом к заявке на регистрацию коллективного товарного знака.

Использовать товарный знак другого лица или сходное до степени смешения обозначение в отношении аналогичных или однородных товаров запрещено, а если это общеизвестный товарный знак, то в отношении всех товаров.

<b>Товарный знак / обозначение</b>	<b>Товару / услуги</b>	<b>Владелец / лицо, использующее обозначение</b>	<b>Будет ли считаться нарушением?</b>

 <p>Зарегистрированный товарный знак</p>	<p>«игры, игрушки; гимнастические и спортивные товары; елочные украшения; игрушки с сюрпризом [розыгрыши]; игры настольные; игры-конструкторы; фишки [жетоны] для игр»</p>	<p>ООО «Евроторг»</p>	
 <p>Тожественное обозначение</p>	<p>«игры, игрушки» (однородные товары)</p>	<p>ОАО «Привет» (не владелец)</p>	<p>Да</p>
 <p>Сходное до степени смешения обозначение</p>	<p>«игры, игрушки» (однородные товары)</p>	<p>ОАО «Привет» (не владелец)</p>	<p>Да</p>
 <p>Тожественное или сходное до степени смешения обозначение</p>	<p>«напитки, одежда, автомобили» (неоднородные товары)</p>	<p>ОАО «Привет» (не владелец)</p>	<p>Нет</p>
 <p>Общеизвестный товарный знак / сходное до степени</p>	<p>«игры, игрушки, напитки, одежда, автомобили» (однородные неоднородные товары) /</p>	<p>ОАО «Привет» (не владелец)</p>	<p>Да</p>

смещения обозначение			
-------------------------	--	--	--

Использование чужого товарного знака другого лица по решению специальных органов может быть признано нарушением исключительного права на товарный знак, за которое предусмотрена ответственность (например, нарушитель должен будет прекратить незаконное использование, заплатить штраф или компенсацию и др.)

Заканчивая рассмотрение вопросов, касающихся товарных знаков, отметит, что зарегистрированные товарные знаки можно найти на официальных сайтах патентных ведомств в сети Интернет:

<https://search.ncip.by/database/index.php?pref=tz&lng=ru&page=1>

(Республика Беларусь)

<https://gosreestr.kazpatent.kz/> (Республика Казахстан)

<https://aipo.am/ru/national-procedure-reg> (Республика Армения) и пр.

#### 4. Географическое указание

Вот мы дошли и до географических указаний.

Оно может помочь, например, при выборе минеральной воды:

- Минеральная вода «МИНСКАЯ»;
- ЕССЕНТУКИ;
- БОРЖОМИ (BORJOMI).

То есть географическое указание так же, как и товарный знак, выделяет товары среди других. Но это уже не любое обозначение, а идентифицирующее товар как происходящий с определенной территории, если качество, репутация или другие характеристики товара тесно связаны с определенной географической местностью (традиции производства, сырье с определенной территории, человеческий фактор).

Географическое указание представляет собой слово или словосочетание, оно не может быть, например, изобразительным или комбинированным обозначением. Так, в Республике Беларусь охраняются следующие географические указания:

- ТУЛЬСКИЙ ПРЯНИК;
- ЛИДСКИЙ КВАС;
- СЕВАНСКАЯ ФОРЕЛЬ и др.

Как было указано выше, характеристики товара должны быть связаны с особенностями места его производства. Например, использовать географическое указание «ЛИДСКИЙ КВАС» можно только при производстве кваса на территории города Лиды и с соблюдением определенных качественных характеристик (определенная вода, состав и пр.).

Или, например, в Азербайджане охраняется географическое указание «ИСМАИЛЛИНСКАЯ ПИП ДОЛМА». Характерными особенностями пип долмы являются используемые продукты, создаваемая листом пипа, в который завернута начинка с другими продуктами, а также приготовление, техника изготовления и подача блюда на стол местным населением с давних пор. При приготовлении долмы используют консервированные или свежие листья

фисташкового дерева (пип). Это бесплодное дерево, которое растет в лесах этой местности. Все это и придает долме с указанной территории уникальные свойства и неповторимый вкус.

Или в Российской Федерации охраняется географическое указание «КОВРИЖКА ЗАРАЙСКАЯ». В истории города Зарайск коврижка появилась в XVIII-XIX веках. Коврижка Зарайская представляет собой мучное кондитерское изделие прямоугольной формы с содержанием меда натурального, пряностей, добавок. Коврижка Зарайская должна соответствовать определенным органолептическим и физико-химическим показателям, что достигается благодаря определенным продуктам и технологиям производства, сложившимся в Городе Зарайске.

Необходимо понимать, что особенностью географических указаний, в отличие от товарных знаков, является то, что они могут применяться только на товарах, произведенных в определенной местности.

Географическое указание, как и товарный знак, регистрируется в патентном органе и вносится в реестр, но впоследствии право пользования им патентный орган может предоставить всем, кто производит товар с указанными в описании географического указания особыми свойствами в определенной местности.

Например, право пользования географическим указанием «ЕССЕНТУКИ № 17» принадлежит ООО «Ессентукский завод минеральных вод на КМВ», ООО «СЛАВЯНОВСКАЯ», ООО Универсальный завод розлива минеральной воды «Аква-Вайт», то есть сразу нескольким предприятиям.

Так же, как и для товарного знака, исключительное право на географическое указание включает право использовать его по своему усмотрению и запрещать его использование другим лицам, если только это лица, имеющие право пользования географическим указанием. При этом географическим указанием нельзя распорядиться, то есть продать кому-то или передать.

Для регистрации географического указания или получения права пользования им необходимо подать заявку в патентный орган. Заявка должна содержать в том числе описание особых свойств, качества, репутации или других характеристик товара.

Кроме того, в разных странах к заявке может быть необходимым приложить определенные документы. Например, в Республике Беларусь к заявке прикладывается заключение специального органа, который сможет оценить такие характеристики. Такой порядок предусмотрен для белорусских лиц, а иностранцы должны представить документ, подтверждающий, что они обладают правом пользования географическим указанием в стране происхождения товара.

Срок действия права пользования географическим указанием исчисляется с даты подачи в патентный орган заявки на предоставление права пользования таким географическим указанием и составляет 10 лет. Этот срок можно продлить на каждые 10 лет неограниченное количество раз при условии подтверждения, что товар не утратил особых свойств.

Географическое указание – уникальный объект интеллектуальной собственности. Потребители все чаще обращают внимание на географическое происхождение товаров, их состав и качество. Географическое указание играет важную роль в сохранении традиций производства и качества товаров определенного региона, способствует развитию туристического потенциала всего государства.

Итак, на сегодняшней лекции вы узнали:

- какие бывают средства индивидуализации;
- что такое фирменное наименование, товарный знак, географическое указание;
- что может быть товарным знаком, а каким обозначениям, скорее всего, будет отказано в регистрации;
- как можно использовать средства индивидуализации и что нужно сделать, чтобы их охранять.