

Лекция 15. Мировая система охраны и защиты брендов

Цель лекции: описать мировую систему охраны и защиты торговых марок, определить принципы и особенности мировой системы охраны и защиты торговых марок

Права интеллектуальной собственности регулируются международными конвенциями, а также положениями, установленными национальными законодательствами стран, на территории которых возникают исключительные права.

Все национальные законы, регламентирующие права в отношении интеллектуальной собственности, имеют территориальные ограничения. Возникновение права на торговую марку у владельца в законодательстве различных стран определяется по-разному. Например, законодательства Франции, Ирана, Филиппин определяют возникновение права на торговую марку на основании факта ее приоритетного использования. Регистрация фирменного обозначения в этих странах носит декларативный характер, и заинтересованные третьи лица в любой момент могут оспорить право пользования знаком, ссылаясь на приоритет его использования.

В законодательстве других стран, например, Финляндии, Греции, некоторых латиноамериканских государствах, предусматривается возникновение права собственности на товарный знак на основании приоритета регистрации. В этих странах регистрация является обязательной процедурой и незарегистрированные обозначения не обеспечиваются правозащитой.

В ряде стран законодательство признает право собственности на товарный знак, если в течение установленного законом срока после регистрации он не будет оспорен лицом, имеющим приоритет на его использование. По истечении этого срока законный владелец знака получает абсолютное право на его использование. Такая система права принята в Великобритании, США, Австралии, Новой Зеландии, Австрии, Бразилии, Дании, Португалии, Марокко и ряде других стран.

Законодательства некоторых стран содержат требования обязательной регистрации только определенных категорий обозначений. Так, в Греции и Турции обязательна регистрация товарных знаков только на фармацевтическую продукцию, в Канаде – на драгоценные металлы.

Несмотря на существенные различия в законодательствах различных государств, владельцы брендов стремятся зарегистрировать фирменные обозначения во всех странах, на рынках которых они осуществляют хозяйственную деятельность, обеспечивая тем самым наиболее надежную защиту своих прав.

Европейское законодательство в области торговых марок. Одно из первых законодательств, обеспечивающих известную степень защиты прав владельцев торговых марок, появилось в Великобритании. 13 августа 1875 г. в Англии был опубликован первый Акт о регистрации товарных обозначений. «Акт о торговых марках», введенный в действие в 1938 г., закрепил их юридический статус, определил общие правила регистрации и соответствующую ответственность за нарушение прав владельцев.

Положения Мадридского соглашения ограничивают срок экспертизы двенадцатью месяцами, после чего заявитель получает информацию о защите своих прав во всех указанных им странах. Это является несомненным преимуществом, учитывая, что во многих странах процедура экспертизы может продолжаться годами. Еще одно преимущество для владельцев торговых марок - необходимость следить за сроком действия только одного знака и продлевать его.

По условиям Мадридского соглашения международная регистрация товарных знаков во всех странах-участницах предоставляется на базе национальной регистрации. Заявка на международную регистрацию представляется в Администрацию страны происхождения знака (национальное патентное ведомство) на официальном бланке. В заявке указываются товары или услуги, на которые истребуется охрана знака, соответствующий им класс или

классы согласно международной классификации товаров и услуг (МКТиУ). В ней также указываются все отличительные особенности знака, подлежащие регистрации. Например, если заявитель относит к отличительным признакам знака цвет, то необходимо приложить к заявке образец цвета или цветовое сочетание, подлежащее регистрации, а также сам товарный знак, выполненный в цветовом сочетании. Впоследствии такие образцы рассылаются Международным бюро вместе с уведомлениями в страны-участницы для осуществления экспертизы.

После завершения экспертизы Международное бюро регистрирует заявленные знаки. Датой регистрации считается дата подачи заявки на международную регистрацию в стране происхождения знака (национальное патентное ведомство). После этого Международное бюро сообщает о регистрации заинтересованным администрациям и публикует знаки в специальном бюллетене.

Международная регистрация производится сроком на двадцать лет с предоставлением возможности возобновления охраны в течение последующих двадцати лет путем уплаты основной пошлины. По истечении пятилетнего срока с даты международной регистрации знак становится независимым от национального знака, зарегистрированного в стране происхождения.

Вопросы для контроля:

1. Опишите мировую систему охраны и защиты торговых марок
2. Определите принципы и особенности мировой системы охраны и защиты торговых марок

Список рекомендуемой литературы:

Учебная литература:

1. Аакер Д., Келлер К. Создание сильных брендов/ пер. с англ.- М.:, 2010 .
2. Байрон Шарп. Как растут бренды. О чем не знают маркетологи. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 272с.
3. Томас Гэд. 4D брендинг. - СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2008. – 228с.
4. Мастерство ритейл-брендинга: Арндт Трайндл — Санкт-Петербург, Альпина Паблишер, 2013 г.- 155 с.
5. Ахметова З.Б. Ценообразование: учебное пособие / З.Б. Ахметова. – Алматы: Казак университеті, 2016. – 296с.
6. Брендинг. Учебник и практикум: С. В. Карпова, И. К. Захаренко — Москва, Юрайт, 2014 г.- 440 с.

Интернет-ресурсы:

Доступно онлайн: Дополнительный учебный материал по «Брендинг потребительских товаров», а также документация для подготовки к семинарам, выполнения СРС/СРСП будет доступна на вашей странице на сайте univer.kaznu.kz. в разделе УМКД.

<http://www.iamr.kz>

<http://econbook.kemsu.ru>

<https://habrahabr.ru>

http://www.w3ii.com/ru/marketing_management

<https://infogra.ru/design/15-lektsij-o-brendinge-i-ajdentike>