

Сравнительный анализ нормативных правовых актов России и стран ЕС в сфере защиты прав на товарные знаки и торговые марки

А. В. Тимофеева

аспирантка кафедры гражданско-правовых дисциплин РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»,
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: Timofeeva.av@rea.ru

Comparative Analysis of Regulatory Legal Acts of Russia and EU-states in the Field of Protection of Rights to Service and Trade Marks

A. V. Timofeeva

Post-Graduate Student of the Department of Civil Legal Disciplines of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation
E-mail: Timofeeva.av@rea.ru

Аннотация

В статье производится сравнительный анализ нормативных правовых актов России и стран Евросоюза в сфере защиты прав на товарные знаки и зарегистрированные товарные марки. Показаны способы их регулирования в законодательствах России и ЕС, а также выявлены особенности защиты прав на товарные знаки. Определено, что первые законодательные акты в данной сфере появились в России позднее, чем в странах Евросоюза, но при этом основной период развития системы законодательства проходил одновременно. На основе проведенного исследования сделан вывод о том, что в настоящее время прослеживается частичное соответствие законодательств в области регулирования товарных знаков благодаря серьезной модернизации и ускорению в редактировании нормативных правовых актов в связи с переходом Российской Федерации к рыночным отношениям с быстрорастущей глобализацией и вытекающей из этого необходимостью в индивидуализации товаров большого числа производителей. Также установлено, что в связи со сближением экономических и политических связей между Российской Федерацией и Европейским союзом потребовалось усилить интеграцию в их правовых системах, включая сферу защиты прав на товарные знаки, что свидетельствует о возможном развитии дальнейших экономических отношений.

Ключевые слова: зарегистрированная торговая марка, защита товарного знака, исключительное право, сравнительный анализ, производитель, экономика, интеллектуальная собственность, глобализация, конкуренция, регистрация товарного знака, срок использования.

Abstract

This article provides a comparative analysis of regulatory legal acts of Russia and the EU-states in the field of protection of rights to trademarks and registered trademarks. We compare the regulation in the legislation of Russia and EU, and also identify the features of trademark protection. It is determined that the first legislative acts in this area appeared in Russia later than in the European Union, but, at the same time, the main period of development of the legal system took place simultaneously. The conducted research shows that at the present time there is a partial compliance of legislation in the field of trademark regulation, since a very serious modernization and acceleration in the editing of normative legal acts was required due to the transition of the Russian Federation to market relations, with rapidly growing globalization and, consequently, the need to individualize the products of a huge number of manufacturers. It was also found that due to the growing convergence of economic and political ties between the Russian Federation and the European Union, it was necessary to strengthen integration in their legal systems, including the sphere of trademark rights protection, which indicates the possible development of further economic relations.

Keywords: registered trademark, trademark protection, exclusive right, comparative analysis, manufacturer, economy, intellectual property, globalization, competition, trademark registration, term of use.

Как известно, в настоящее время товарный знак стал неотъемлемой частью гражданских правоотношений, так как представляет конечный

результат работы индивидуума по созданию нового, непохожего ни на что продукта, который должен иметь поддержку и защиту от государства.

В условиях быстроразвивающейся глобализации мировой экономики и роста торговли между большим числом стран вопрос о защите прав на товарные знаки выходит на первый план [1. – С. 11].

Стремительный рост развития мировой экономики все больше требует от международного частного сектора постоянного новаторства товарного разнообразия. Именно поэтому в современной мировой экономике так важен вопрос о товарных знаках, их многообразии и защите. В условиях современной конкурентной борьбы товарных знаков не только внутри одного государства, но и на мировом уровне, актуальным является совершенствование правовых основ взаимодействия между государствами в области права, связанного с товарными знаками, исключительного права на результаты интеллектуальной деятельности и на средства индивидуализации [3. – С. 147].

Как известно, товарный знак – это условное символическое обозначение, размещаемое на самих товарах или продукции, на упаковке или сопроводительной документации, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. Товарные знаки играют важную роль в сфере конкуренции, так как они призваны выступать в качестве меры недопущения недобросовестной конкуренции. Важнейшей функцией товарного знака как объекта промышленной собственности является возможность отличить разнообразную продукцию одного производителя от представляемой продукции других производителей. Смотри на товарный знак, покупатель ассоциирует его с производителем продукции, который предоставляет покупателю своего товара гарантии определенного набора качеств и услуг. Поэтому производители крупных организаций прикладывают много усилий для охраны товарного знака, поддержания его качества и защиты своей репутации.

Как правило, в качестве товарных знаков на регистрацию представляются различные виды и формы обозначений, обеспечивающие узнаваемость производителя и позволяющие выделять его товары среди всех представленных. Именно поэтому, зарекомендовав себя на рынке, производитель стремится не допустить того, чтобы иное лицо под таким же обозначением продукта или услуги продавало некачественную продукцию по более рентабельной цене. Покупатели не всегда могут отличить оригинал от подделки, что впоследствии может оказать негативное воздей-

ствие на оригинального производителя в виде отрицательного фидбека. Кроме того, владелец товарного знака может потерять часть прибыли, если на рынке имеется такой же товар, с аналогичным товарным знаком. В свою очередь потребители из-за сходства товарных знаков могут приобрести некачественную продукцию, которая не соответствует потребностям и ожиданиям покупателя.

В связи с тем, что такая проблема существует повсеместно, важно хорошо разбираться в нормативно-правовых аспектах в сфере защиты прав на товарные знаки для своевременной защиты своих интересов.

Исходя из этого особый интерес представляет анализ нормативных правовых актов двух разных систем по вопросам защиты товарных знаков: России и ЕС. Одним из основных документов, регламентирующих способы защиты товарных знаков в Российской Федерации, является часть IV Гражданского кодекса Российской Федерации, а в странах ЕС этими нормативными правовыми актами выступают регламенты и директивы Европейского союза [1. – С. 11].

Проводя сравнительный анализ нормативных правовых актов России и стран Европейского союза, нам стоит прежде всего обратить внимание на процесс подачи заявки знака, обладающего любым цветным изображением. К сожалению, в нашей стране особый способ заявки при наличии у товарного знака цветного изображения не регламентируется. При этом на территории ЕС такой способ регламентируется статьей 30 Регламента Совета № 207/2009 от 26 февраля 2009 г. Данный нормативный акт говорит о том, что при подаче заявления на регистрацию торговой марки, производитель должен представить цветной код торговой марки. Для этого существует общепринятая шкала идентификации цветной палитры. Возвращаясь к срокам подачи заявки, нам стоит обратить внимание на сроки рассмотрения. Так, на территории стран ЕС срок рассмотрения заявки на регистрацию торговой марки не превышает девяти недель, что касается России, то данный срок может составить около года.

Немаловажным является и то, что в ЕС и Российской Федерации объемы правовой защиты товарного знака почти тождественны. В качестве примера можно привести сроки охраны зарегистрированных товарных знаков. Закон в обеих правовых системах говорит о том, что срок охраны товарного знака от недобросовестного ис-

пользования любым другим лицом составляет десять лет. Этот срок при желании или необходимости может быть экстраполирован обладателем права на товарный знак. Обе стороны регламентируют и сроки допустимого неиспользования торговой марки, но они все же разнятся: в ЕС – 5 лет, в Российской Федерации – 3 года, прежде чем будет досрочно прекращена охрана прав на интеллектуальную собственность.

Принципы исчерпания права также являются различными в ЕС и России. Для законодательства Евросоюза характерен региональный принцип исчерпания прав, тогда как по нормативному правовому акту России, а именно Гражданскому кодексу РФ, предусматривается национальный принцип. Также нормативные правовые акты России предусматривают такие определенные отличительные знаки для защиты товарной марки, как например буква «R» в окружности ®, тогда как в странах Европейского союза данная норма не регламентируется и не является обязательной [1. – С. 12–13]. В Российской Федерации также можно использовать незарегистрированный товарный знак до тех пор, пока это не нарушает законодательство и права третьих лиц [3. – С. 149].

Вместе с тем существует еще несколько положений, различающихся в нормативно-правовых актах России и Евросоюза в сфере защиты прав на товарные знаки:

1. Поиск. Во избежание конфликтов прав, возникающих при регистрации торговых марок, существует такая система, как поиск. Но в Российской Федерации система поиска не является обязательной, однако при выявлении на экспертизе заявки на регистрацию товарного знака, который содержит в себе тождественные сходства с уже имеющимся товарным знаком, заявка отклоняется.

2. Представительство. В Российской Федерации имеется такое понятие, как «патентный поверенный». Это определение существует для того, чтобы при смене места регистрации юридического лица – правообладателя товарного знака, данное лицо – представитель, могло вести дела с органами исполнительной власти Российской Федерации по интеллектуальной собственности. Однако нормами ЕС данное лицо не регламентировано, так как при изменении места своей деятельности на другую страну производитель теряет свои полномочия на предоставление клиенту данного товара или услуги. При этом мера длительного нахождения в одном месте про-

должает использоваться в России, но ЕС данную меру не признал. Это происходит из-за того, что в Российской Федерации нет понятия национальной регистрации, схожего с понятием регистрации в странах ЕС. Однако, если производитель осуществляет торговлю только в одной стране ЕС, ему потребуются защита только в этой стране. В таком случае он может зарегистрировать товарный знак именно на национальном уровне [4. – С. 122].

3. Продление производства. Странами ЕС регламентирован так называемый льготный период для регистрации торгового обозначения. На территории ЕС существует возможность получить или запросить автоматическое продление производства, но при условии оплаты штрафа за просрочку. В Российской Федерации, по Гражданскому кодексу РФ сроки, регламентирующиеся законом и пропущенные заявителем, по просьбе данного лица могут быть восстановлены федеральным органом. На подачу заявки о продлении сроков выделяется шесть месяцев со дня истечения этого срока, но причины для продления должны быть весомыми. В своем заявлении производитель должен указать причины, по которым срок не был соблюден [5. – С. 64].

Подводя итоги, можно сделать вывод, что сравнительный анализ нормативных правовых актов в сфере защиты прав на товарные знаки и торговые марки в Российской Федерации и ЕС показывает, что в настоящее время имеются как различия, так и сходства, которых со временем будет больше ввиду быстрорастущей интеграции всего мирового сообщества в единый общий рынок товаров и услуг. Наличие различий во многом связано с тем, что законодательство ЕС в данной сфере развивается уже давно, однако основной период формирования нормативных правовых актов, связанных с защитой торговых марок, проходил примерно в один период времени. Особенно быстро формирование таких нормативно-правовых актов началось после 1993 г., когда в полную силу заработал Договор о Европейском союзе. При этом законодательство Российской Федерации все еще находится в стадии совершенствования [2]. Очевидно, что законодатель не прописывает конкретные нормы поиска зарегистрированных товарных знаков для более отлаженной работы по предотвращению совпадений в тех или иных товарных знаках с целью меньшего числа последующих разбирательств. В связи с этим предлагаем:

1. На территории Российской Федерации сделать обязательной систему поиска для выявления знаков, которые содержат в себе тождественные сходства с уже имеющимся товарным знаком. Предлагаем создать автоматизированную систему, осуществляющую хранение и обработку данных зарегистрированных товарных знаков. Необходима интеграция с базами данных, которые имеются в Российской Федерации и за рубежом, чтобы увидеть степень смещения подавае-

мого на регистрацию товарного знака с уже зарегистрированным товарным знаком. Считаем, что данная мера упростит регистрацию товарных знаков.

2. Нормами ЕС «патентный поверенный» не регламентирован, считаем, что его введение в закон ЕС о торговых марках необходимо. В этом случае представители стран ЕС получают защиту не только на территории страны, где используется зарегистрированная торговая марка.

Список литературы

1. Глушков И. В., Филиппов С. А. Сравнительный анализ отдельных положений нормативно-правовых актов России и ЕС в сфере защиты прав на товарные знаки // Олимп. – 2016. – № 8 (10). – С. 11–13.
2. Дроздова В. А. Правовая защита товарного знака // Международный научно-инновационный центр. – 2014. – № 3 (27). – URL: <http://politika.snauka.ru/2014/03/1394> (дата обращения: 14.02.2020).
3. Мишальченко Ю. В., Маслова А. В. Международно-правовые аспекты защиты прав на товарные знаки в мировой экономике // Молодой ученый. – 2019. – № 52. – С. 147–149.
4. Новоселова Л. А. Права на товарный знак : монография. – М. : Юридическое издательство «Норма» ; Инфра-М, 2018.
5. Успенская Н. В. Некоторые проблемы правового регулирования товарных знаков (торговых марок) в России и Европейском союзе // Издательская группа «Юрист». – 2006. – № 5. – С. 60–64.