

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Юридический  
институт  
Гражданского права  
кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

\_\_\_\_\_ Н.Ф. Качур  
подпись      инициалы, фамилия  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

40.03.01. Юриспруденция

Защита исключительного права на товарный знак

Научный руководитель \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_ М.В. Кратенко  
подпись, дата      должность, ученая степень      инициалы, фамилия

Выпускник \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_ Д.Д. Кириллова  
подпись, дата      инициалы, фамилия

Красноярск 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
1. Правовой режим товарных знаков .....	5
1.1. Понятие и признаки товарного знака. Виды товарных знаков .....	5
1.2. Регистрация товарного знака .....	17
1.3. Исключительное право на товарный знак. Использование товарного знака .....	24
2. Защита исключительного права на товарный знак .....	37
2.1. Виды нарушений исключительного права на товарный знак .....	37
2.2. Гражданско-правовые способы защиты права на товарный знак .....	51
2.3. Меры гражданско-правовой ответственности за нарушение права на товарный знак .....	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	68
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	71

## ВВЕДЕНИЕ

Товарные знаки являются неотъемлемой частью предпринимательской деятельности. В связи с огромным количеством предпринимателей и производимых ими товаров, на рынке возникает острая необходимость в индивидуализации товаров (работ, услуг). В сознании потребителей товарный знак обычно вызывает некоторые ассоциации о товаре, вследствие чего побуждает к приобретению товара. При этом часто можно встретить идентичные товарные знаки, из-за чего потребители вводятся в заблуждение относительно приобретаемых товаров. Эффективная защита исключительных прав на товарные знаки позволяет защитить исключительные права производителя и устранить возможность введения потребителя в заблуждение.

Основным нормативно-правовым актом, касающимся вопроса правового режима товарных знаков и защиты исключительного права на товарный знак, является Гражданский кодекс РФ. Однако на практике возникают различные проблемы, связанные с применением норм о защите исключительного права на товарный знак.

Целью работы является исследование вопроса о защите исключительного права на товарный знак и выявление проблем, связанных с применением норм о защите указанного права. Для достижения поставленной цели, был разработан следующий круг задач:

1. Исследовать посредством обращения к законодательству и доктрине правовой режим товарного знака, а именно: определить понятие товарного знака, понятие и содержание исключительного права на товарный знак.

2. Проанализировать виды нарушений исключительного права на товарный знак.

3. Определить гражданско-правовые способы защиты исключительного права на товарный знак и их особенности.

4. Определить меры гражданско-правовой ответственности за нарушение исключительного права на товарный знак и особенности данных мер.

Объектом исследования следует назвать совокупность гражданско-правовых отношений, которые существуют в связи с необходимостью защиты нарушенного исключительного права на товарный знак. Предмет исследования составляют нормы права, в которых закрепляется правовой режим товарных знаков и способы защиты исключительного права на товарные знаки.

При исследовании указанной темы была проанализирована соответствующая научная литература, среди наиболее значимых работ следует указать на монографии и статьи А.С. Ворожевич, О.А. Курлаева, Л.А. Новоселовой, А.В. Рагулиной и др.

# 1. Правовой режим товарных знаков

## 1.1. Понятие и признаки товарного знака. Виды товарных знаков

Товарные знаки характеризуются широкой распространенностью. Поэтому крайне важно уяснить, что под ними понимается в праве. Товарные знаки служат своеобразным средством рыночной экономики, с помощью которого решаются задачи по достижению эффективности товарного рынка. Они выступают звеном и регулятором товарооборота. Для преодоления хаоса на товарном рынке необходимы товарные знаки, помогающие избежать смешения товаров разных производителей<sup>1</sup>.

Говоря об истории происхождения и становления такой правовой категории, как товарный знак, можно отметить, что первоначально в праве употреблялись такие термины, как клеймо (Новоторговый устав 1667 года) и штемпель, сменивший клеймо в 1783 году<sup>2</sup>. В последующее столетие также издавались различные акты о клеймении фабричных товаров. 1830 год ознаменовался началом учета клейм в Департаменте торговли и мануфактур, то есть велся реестр производителей товаров. Понятие *товарный знак* появилось в российском праве только в 1896 году с принятием Закона «О товарных знаках (фабричных и торговых марках и клеймах)». Под товарными знаками стали понимать различные обозначения, проставляемые на самом товаре или на его упаковке для индивидуализации товаров промышленников и торговцев<sup>3</sup>.

Советский период характеризуется тем, что под товарным знаком понимаются не обозначения, индивидуализирующие продукцию, а обозначения, которые индивидуализируют само предприятие и ведомство, от которого предприятие находится в подчинении.

---

<sup>1</sup> Наврузалиева В.Н. Понятие и признаки товарных знаков и знаков обслуживания в современных условиях рыночной экономики // Гуманитарные и юридические исследования. – 2013. – № 3. – С. 54.

<sup>2</sup> Коник Н.В. Товарные знаки и бренды. – М.: Управление персоналом. – 2006. – С. 17.

<sup>3</sup> Там же.

Период с 1936-1962 ознаменовался тем, что вместо товарных знаков на законодательном уровне было введено понятие товарных марок, в связи с принятием Постановления ЦИК СССР №47, СНК СССР №455 «О производственных марках и товарных знаках». С 1962 года товарные знаки стали приравняться к знакам обслуживания.

В Российской Федерации 23 сентября 1992 года был принят Закон «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», который регламентировал использование и регистрацию товарных знаков. Впоследствии закон утратил силу, так как была принята часть 4 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ). В 1994 годы начал издаваться бюллетень «Товарные знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товаров».

В ст. 1477 ГК РФ под товарным знаком понимается обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. В данном случае закон указывает на субъектов, которые могут использовать товарные знаки.

В науке не сложилось единого подхода к пониманию функций товарного знака. Проведя анализ различных точек зрения, считаю, что необходимо выделить следующие функции товарных знаков, которые имеют наибольшее значение для понимания их сущности. Прежде всего, товарные знаки выполняют функцию индивидуализации производителя и товаров<sup>4</sup>. Они позволяют отделять товары одних производителей от товаров других производителей. Следующая функция – гарантийная, выражается в том, что товарный знак сам по себе указывает покупателю на свойства товара, на его полезность, репутацию товара на рынке, то есть все перечисленное гарантируется покупателю<sup>5</sup>. От данной функции необходимо отличать

---

<sup>4</sup> Карабанов А.Л., Доронина М.В. Товарный знак: как создать и защитить [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>5</sup> Иванова Е.Г. История развития понятия товарного знака и его функций // Юридическая наука. – 2014. – № 3. – С. 51.

функцию защиты, при которой товарный знак является средством защиты от недобросовестной конкуренции. Это основные функции товарного знака.

К вспомогательным функциям необходимо отнести следующие: рекламную – товарный знак служит средством продвижения товара; охранительную, то есть недопустимость использования третьими лицами товарных знаков схожих с другими до степени смешения<sup>6</sup>. Считаю, что данных функций достаточно для характеристики товарных знаков.

С точки зрения психологии, товарный знак должен вызывать какие-то определенные ассоциации о товаре и побуждать покупателя к приобретению данного товара<sup>7</sup>.

Существует дискуссия по вопросу о том, следует ли относить товарные знаки к результатам интеллектуальной деятельности. Здесь следует обратить внимание на понятие средства индивидуализации. В соответствии с общим представлением, это символ, выступающий в качестве носителя информации о производителе конкретного товара или о предполагаемом товаре<sup>8</sup>. А.Г. Полтавченко пишет о том, что товарный знак можно соотнести с результатами интеллектуальной деятельности только в ходе его создания<sup>9</sup>. Рассматривая товарный знак с функциональной точки зрения, важно подчеркнуть, что его сущность состоит в том, что он является объектом охраны, а права на него являются специфическим объектом гражданского оборота. То есть права на данный объект могут переходить только в той мере, в какой товарный знак выполняет функцию индивидуализации. Если эта функция будет утрачена, то правовая охрана товарного знака прекращается, в отличие от

---

<sup>6</sup> Якубова Д.Н. Оценка стоимости товарного знака доходным подходом [Электронный ресурс] // Сайт Оценщик.ру. – Режим доступа: <http://www.ocenchik.ru/docs/207.html>.

<sup>7</sup> Стадильская Н.А. Ассоциативная основа воздействующей функции эффективных товарных знаков // Известия вузов. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2007. – № 4. – С. 82.

<sup>8</sup> Городов О.А. Право на средства индивидуализации: товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, коммерческие обозначения. – М.: Волтерс Клувер. – 2006. – С. 15.

<sup>9</sup> Полтавченко А.Г. Понятие и признаки товарных знаков в отечественной доктрине международного частного права в контексте их трансграничного коммерческого оборота [Электронный ресурс] // Юридический портал Center Bereg. – Режим доступа: <http://center-bereg.ru/b5727.html>.

результатов интеллектуальной деятельности, на которые распространяют свое действие авторское или патентное право. В связи с указанными особенностями товарного знака, к нему применяются специальные нормы права, выделенные в отдельную главу ГК РФ.

Само по себе использование товарного знака обусловлено его экономической природой. Последствия использования товарного знака вызваны не тем, что он является, по словам некоторых авторов, результатом интеллектуальной деятельности, а тем, какое он оказывает воздействие на потребителя.

Товарный знак, по словам А.Г. Полтавченко, имеет значимость во взаимосвязи с конкретными товарами, работами или услугами, для индивидуализации которых он применяется, а сам по себе не представляет особой ценности, как нечто абстрактное<sup>10</sup>. Он теряет свое значение, когда существует без относительно к какому-либо товару или услуге, для индивидуализации которых он был создан и применялся. В этом проявляется служебная роль товарного знака.

Существуют разные подходы к определению понятия товарного знака. Так, одни ученые говорят о том, что он представляет собой просто графическое изображение, отображающее различные слова, предметы и явления, другие рассматривают его как важное средство индивидуализации<sup>11</sup>.

Есть подходы, в которых ученые сужают определение товарного знака до его особенностей. Так, С.П. Гришаев понимает под товарным знаком символическое изображение, обозначение, которое присутствует на товарах, упаковке или сопроводительной документации<sup>12</sup>.

В понятии, которое приводит В.М. Сергеев, прослеживается рекламная

---

<sup>10</sup> Полтавченко А.Г. Понятие и признаки товарных знаков в отечественной доктрине международного частного права в контексте их трансграничного коммерческого оборота [Электронный ресурс] // Юридический портал Center Bereg. – Режим доступа: <http://center-bereg.ru/b5727.html>.

<sup>11</sup> Сокольников Ю. Товарный знак и логотипы. – М.: Тигра. – 2003. – С. 13.

<sup>12</sup> Гришаев С.П. Эволюция законодательства об объектах гражданских прав [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.



функция товарного знака, под которым понимается обозначение, предназначенное для маркировки товаров с целью их рекламы, индивидуализации товаров конкретных производителей для отличия от аналогичной продукции иных производителей<sup>13</sup>.

Своеобразной точки зрения придерживается И.Э. Мамиофа. Его определение отражает психическую составляющую, при которой товарный знак является неким отображением товара в мышлении человека. То есть покупатель отождествляет товарный знак с товаром и его характерными особенностями: упаковкой или непосредственно свойствами самого товара<sup>14</sup>.

Иную позицию занимает С.И. Раевич, который говорит о недопустимости отождествления товарного знака с самим товаром, так как товарный знак не есть составляющее самого товара<sup>15</sup>.

В.Н. Наврузулиева считает, что товарный знак – это своеобразный элемент в структуре связей между предпринимателем и потребителем<sup>16</sup>.

Существуют термины, которые употребляются в качестве синонимичных понятию товарный знак. Так, например товарная марка используется в значении товарного знака как на практике, так и в научной литературе. Обычно под товарной маркой понимается специальный знак, предназначенный для индивидуализации товаров предприятий<sup>17</sup>.

Есть точка зрения, согласно которой товарная марка и товарный знак преследуют одни цели по индивидуализации товаров, поэтому следует

---

<sup>13</sup> Сергеев В.М. Экспертиза товарных знаков // Ленингр. – 1984. – С. 10.

<sup>14</sup> Мамиофа И.Э. Понятие и определение товарного знака // Практика изобретательской и патентно-лицензионной работы. – 1981. – С. 9.

<sup>15</sup> Раевич С.И. Исключительные права. Право на товарные знаки, промышленные образцы, изобретения, авторское право. Л.. – 1926. – С. 15.

<sup>16</sup> Наврузалиева В. Н. Понятие и признаки товарных знаков и знаков обслуживания в современных условиях рыночной экономики // Юридические исследования. – 2013. – № 3. – С. 54.

<sup>17</sup> Письмо Северо-Западного таможенного управления РФ от 03.11.2000 № 01-28-07/12862 «О рекомендациях по совершенствованию процедуры контроля таможенной стоимости» [Электронный ресурс] // Сайт ВСЕ О ТАМОЖНЕ. – Режим доступа: <https://www.tks.ru/news/law/2000/12/19/0009>.

говорить, что они являются синонимами<sup>18</sup>. Однако товарная марка представляет собой маркетинговый термин и используется самостоятельно.

Наряду с термином «товарный знак», может употребляться в качестве синонимичного понятие «бренд» – известная для потребителя торговая марка, характерная для определенного сегмента рынка<sup>19</sup>. Как отмечает М.Н. Панкова, бренд является неким известным продуктом или услугой, а товарный знак – это лишь представление потребителей о продукте или услуге. Поэтому автор говорит о недопустимости отождествления данных понятий. Можно отметить, что бренд связан с имиджем организации, чего о товарном знаке сказать нельзя. Он так же связан и с психологической составляющей. Как утверждает Ф. Котлер, именно знание того или иного бренда побуждает покупателя к покупке того или иного товара, покупатель выбирая товар, относящийся к конкретному бренду, чувствует больше удовлетворения по поводу того, что бренд обладает более высокими качествами<sup>20</sup>. Благодаря товарному знаку у потребителя формируется определенное мнение о качестве продукции.

Также товарный знак следует отличать от логотипа, который представляет собой название фирмы, представленное в сокращенной форме; от знака обслуживания, который используется для индивидуализации услуг (в данном случае товары не производятся и не маркируются); от слогана, который представляет собой формулу, короткую фразу, используемую для рекламы<sup>21</sup>.

Товарный знак может включать в себя наименование места происхождения товара, если у лицензиата есть исключительное право на такое наименование в соответствии с п. 3 ст. 1489 ГК РФ. Например, наименование места происхождения товара «Гульский пряник» включено в товарные знаки: № 206566, № 596802 правообладателем которых является ОАО «Гульская

---

<sup>18</sup> Постановление Пятого арбитражного апелляционного суда от 28.01.2016 № 05АП-11609/2015 по делу № А51-20620/2015 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>19</sup> Романов С.С. Товарный знак: понятие и виды // Таврический научный обозреватель. – 2006. – № 12 (17). – С. 67.


<sup>20</sup> Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс. – 1991. – С. 526.

<sup>21</sup> Романов С.С. Товарный знак: понятие и виды // Таврический научный обозреватель. – 2006. – № 12 (17). – С. 67.

кондитерская фабрика «Ясная Поляна», зарегистрированы для товаров 30-го класса МКТУ<sup>22</sup>.

При этом следует признать незаконной регистрацию товарного знака, который включает в себя только элементы, указывающие на место производства товаров (пп. 3 п. 1 ст. 1483 ГК РФ). Л.А. Новоселова говорит о том, что наименование места происхождения товара может включаться в товарный знак, если оно не занимает в нем доминирующее положение<sup>23</sup>.

Важным является отличие товарного знака от фирменного наименования, назначением которого является индивидуализация юридического лица, которое является коммерческой организацией, выступающей в гражданском обороте под своим фирменным наименованием согласно ст. 1473 ГК РФ. Разные объекты индивидуализации на практике выступают предметом многочисленных споров, поскольку данные обозначения могут наноситься на аналогичные товары, использоваться в рекламе, что может повлечь смешение владельцев данных обозначений, результатов их деятельности. В п. 6 ст. 1252 ГК РФ закреплен принцип старшинства, согласно которому, если средства индивидуализации являются тождественными или схожими до степени смешения, в результате чего потребители могут быть введены в заблуждение, преимущество имеет средство индивидуализации, исключительное право на которое возникло ранее. Также п. 8 ст. 1483 ГК РФ говорит о том, что не регистрируются обозначения в качестве товарных знаков, если они тождественны или сходны до степени смешения с охраняемыми фирменными наименованиями и коммерческими обозначениями.

Так, в одном из судебных решений Суд по интеллектуальным правам сделал вывод о том, что товарный знак № 606244  заявителя, который был зарегистрирован с датой приоритета от 20.02.2016, и фирменное наименование третьего лица, не заявляющего самостоятельных требований, –

---

<sup>22</sup> Онлайн патент [Электронный ресурс] // Сайт Онлайн патент. – Режим доступа: <https://onlinepatent.ru/trademarks/>.

<sup>23</sup> Новоселова Л.А. Права на товарный знак [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

"WEDO TOOLS CO., LTD" имеют высокую степень сходства, так как в данных обозначениях присутствует фонетически тождественный элемент WEDO. В фирменном наименовании данный элемент является единым и неделимым словом, а в товарном знаке он занимает доминирующее положение. Наличие иных элементов в фирменном наименовании не должно приниматься во внимание из-за наличия совпадающего элемента WEDO. Суд посчитал доказанным факт осуществления на территории Российской Федерации деятельности третьим лицом, позволяющей оспорить правовую охрану спорного товарного знака, а именно, что до даты приоритета оспариваемого товарного знака компания осуществляла поставки товара "инструменты ручные", являющегося однородным товарам 8-го класса МКТУ, указанным в перечне регистрации спорного товарного знака, с использованием своего фирменного наименования "WEDO TOOLS CO, LTD". Суд пришел к выводу о том, что Роспатент принял правомерное решение, признав регистрацию товарного знака противоречащей п. 8 ст. 1483 ГК РФ. В соответствии с указанной нормой не допускается регистрация обозначений тождественных или сходных до степени смешения с фирменным наименованием, которому предоставлена правовая охрана на территории РФ<sup>24</sup>. Итак, важно отметить, что принцип старшинства имеет большое значение для разрешения споров о товарных знаках, фирменных наименованиях и других средствах индивидуализации. Это важно, так как в случае использования сходных до степени смешения средств индивидуализации может возникнуть ситуация, когда потребитель будет введен в заблуждение.

От товарного знака следует отличать доменное имя, которое является «непризнанным» средством индивидуализации. Согласно положениям пп. 5 п. 2 ст. 1484 ГК РФ доменное имя, как средство адресации, может обеспечивать индивидуализацию товаров. По мнению А.С. Ворожевич, доменное имя

---

<sup>24</sup> Решение Суда по интеллектуальным правам от 6.11.2019 по делу № СИП-391/2019 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Гарант». – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72874532/>.

является «способом использования товарного знака, то есть не является самостоятельным средством индивидуализации»<sup>25</sup>. С этим следует согласиться. Так, еще в п. 158 Постановления Пленума Верховного Суда РФ № 10 от 23 апреля 2019 г. "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее – Постановление Пленума ВС РФ №10) было указано на запрет регистрации доменов в отношении товарных знаков, являющихся общеизвестными, если по этому адресу не предлагаются такие же товары, как у правообладателя<sup>26</sup>. На практике доменное имя фактически приравнивается к товарному знаку, однако доменное имя не получило правовой охраны в качестве результата интеллектуальной деятельности. Как отмечает К.И. Перельгин, споры, связанные с доменным именем и товарным знаком, их соотношением, могут регулироваться не только законодательством об интеллектуальной собственности, но и актами о конкуренции<sup>27</sup>. При разрешении доменных споров необходимо обращать внимание на запрет совершения действий, вызывающих смешение в отношении предприятия, товаров или коммерческой деятельности конкурента<sup>28</sup>.

Так, арбитражным судом Санкт-Петербурга и Ленинградской области было рассмотрено дело, где ответчик является владельцем доменного имени SAMSUNG-MOBI.RU. Данное доменное имя содержит в полном объеме товарный знак истца SAMSUNG, где слово SAMSUNG несет основную нагрузку и предопределяет коммерческую ценность словосочетания. Суд пришел к выводу о том, что доменное имя сходно до степени смешения с товарным знаком истца. При этом суд подчеркивает, что ответчиком не было

---

<sup>25</sup> Ворожевич А.С. Незаконное использование товарного знака: понятие, меры ответственности [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>26</sup> Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ. – 2019. – № 7.

<sup>27</sup> Перельгин К.И. Использование товарных знаков в доменных именах // Журнал Суда по интеллектуальным правам. – 2016. – № 12. – С. 79.

<sup>28</sup> Конвенция по охране промышленной собственности (Заключена в Париже 20 марта 1883г.) (ред. от 2 октября 1979 г.) [Электронный ресурс] // Система Гарант. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/10106592/>.

обосновано наличие законных прав и интересов в отношении спорного доменного имени, добросовестность использования данного доменного имени. Суд признал обоснованными доводы истца о неправомерности использования ответчиком товарного знака истца в своем доменном имени<sup>29</sup>.

В законе в ст. 1482 ГК РФ говорится о видах товарных знаков. Важно различать словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения. Более подробно содержание отдельных видов раскрывалось в Приказе Роспатента от 5 марта 2003 г. N 32 "О Правилах составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания", который на данный момент утратил силу, но суть понятий, которые были отражены в данных правилах остается прежней.

Самым распространенным товарным знаком является словесный. При его создании возможно использование как уже существующих слов, так и придуманных. Словесные товарные знаки должны включать в себя единицы языка, их сочетания, сам язык значения не имеет. Так, С.С. Романов говорит о возможности использования неологизмов, вымышленных слов<sup>30</sup>. Под словесными товарными знаками следует также понимать лозунги, слоганы.

Изобразительные товарные знаки характеризуются наличием изображения на плоскости совокупности различных предметов, животных, людей и т.д. Такие знаки не содержат текст. Их называют эмблемами. Они могут становиться логотипами компаний, персонажами, дизайном упаковки и т.д.

Объемные товарные знаки представляют собой трехмерные изображения, которые могут отображать форму товара или его упаковки, или форму, не связанную с товаром. Они могут представлять собой трехмерные объекты и их сочетания.

---

<sup>29</sup> Решение Арбитражного суда Санкт-Петербурга и Ленинградской области от 16.10.2019 по делу № А56-34295/2019 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: [//sudact.ru/arbitral/doc/nlzbZPUjRto5/](https://sudact.ru/arbitral/doc/nlzbZPUjRto5/).

<sup>30</sup> Романов С.С. Товарный знак: понятие и виды // Таврический научный обозреватель. – 2006. – № 12 (17). – С. 68.

Логично будет выделить комбинированные товарные знаки, поскольку такие знаки могут состоять из элементов вышеназванных видов товарных знаков, а именно: из словесных, изобразительных, объемных. Такие обозначения называют логотипами.

А.Л. Карабанов, М.В. Доронина в качестве иных товарных знаков называют звуковые, световые, изменяющиеся, голографические, осязательные, позиционные, обонятельные, вкусовые, обозначения, состоящие исключительно из одного или нескольких цветов<sup>31</sup>.

В законе также упоминается общеизвестный товарный знак – товарный знак, получивший известность и широкую распространенность на территории Российской Федерации в результате его интенсивного использования.

При этом А.Л. Карабанов, М.В. Доронина отмечают, что нельзя относить к видам чужой товарный знак<sup>32</sup>. Это товарный знак, который не был уступлен по договору в отношении товаров, либо право на использование данного товарного знака не было предоставлено правообладателем другому лицу на основании лицензионного договора<sup>33</sup>.

Следует отметить, что, несмотря на разнообразие видов товарных знаков, популярностью пользуются именно словесные товарные знаки. Они характеризуются наибольшей различительной способностью. Передача информации посредством словесного товарного знака не искажает восприятие потребителей. Стоит обратить внимание на то, что даже в спорах по комбинированным товарным знакам, суды чаще всего не берут во внимание графические элементы знаков. Так, например, Президиум Суда по интеллектуальным правам подчеркивает значимость именно словесного элемента в товарном знаке и указывает на то, что графическое отличие

---

<sup>31</sup> Карабанов А.Л., Доронина М.В. Товарный знак: как создать и защитить [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>32</sup> Там же.

<sup>33</sup> Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 26.04.2007 № 14 «О практике рассмотрения судами уголовных дел о нарушении авторских, смежных, изобретательских и патентных прав, а также о незаконном использовании товарного знака» // Бюллетень Верховного Суда РФ. – 2007. – № 7.

обозначений не оказывает влияние на вывод об их сходстве, графическая составляющая знаков не может устранить фонетическое сходство словесных составляющих, которое обуславливает запоминание знаков потребителями<sup>34</sup>.

Отдельно стоит выделить коллективный товарный знак, под которым в соответствии со ст. 1510 ГК РФ понимается товарный знак, созданный объединением лиц для обозначения товаров, которые производятся или реализуются входящими в данное объединение лицами. Важно отметить, что каждое лицо, которое входит в объединение лиц, вправе пользоваться коллективным товарным знаком, а также своим собственным товарным знаком. Данные обозначения не пользуются популярностью. Это может быть обусловлено тем, что к ним предъявляются дополнительные требования на стадии регистрации, предусмотренные ст. 1511 ГК РФ. Также объединения должны контролировать сохранение качества производимых товаров. Так, если коллективный товарный знак будет размещен на товарах, которые не обладают едиными характеристиками качества, то его правовая охрана прекращается досрочно полностью или частично в соответствии с п. 3 ст. 1511 ГК РФ. По сравнению с индивидуальными товарными знаками, данный знак характеризуется ограниченной оборотоспособностью, так как в соответствии с п. 2 ст. 1510 ГК РФ заключение лицензионных договоров и договоров отчуждения, где предметом такого договора будет являть коллективный товарный знак, является неправомерным. Можно говорить о том, что на правообладателей коллективных товарных знаков возлагаются дополнительные обязанности, которые во многом могут ограничить их действия.

Таким образом, можно отметить, что необходимо учитывать отличия товарного знака от других средств индивидуализации и обозначений для объективной защиты нарушенных прав правообладателей на товарные знак.

---

<sup>34</sup> Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 7.10.2019 по делу № СИП-793/2018 [Электронный ресурс] // Информационная система РАС-Арбитр. – Режим доступа: [https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/01ae9264-804a-406a-bbe8-8da4e41daaf0/7cbc95a5-05d8-4bbb-a6d5-e7636d8a2520/%D0%A1%D0%98%D0%9F-793-2018\\_\\_20191007.pdf?isAddStamp=True](https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/01ae9264-804a-406a-bbe8-8da4e41daaf0/7cbc95a5-05d8-4bbb-a6d5-e7636d8a2520/%D0%A1%D0%98%D0%9F-793-2018__20191007.pdf?isAddStamp=True).



Можно сделать вывод о том, что товарный знак представляет собой средство индивидуализации товаров юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, выражающееся в изображении, представленном в различных вариациях, размещенном на товаре, его упаковке или сопроводительной документации.

## **1.2. Регистрация товарного знака**

Товарный знак обладает рядом отличительных признаков, прежде всего – новизной. Признак новизны означает, что товарный знак ранее не использовался для обозначения схожих товаров. С.П. Гришаев под новизной понимает отсутствие совпадений в предоставленном для регистрации обозначении с товарными знаками, которые были заявлены для маркировки аналогичных товаров<sup>35</sup>. Здесь важно помнить о приоритете, который следует определять по дню поступления заявки на регистрацию товарного знака.

Другим признаком товарного знака является обязательность его регистрации. Процесс регистрации описан в ГК РФ, а также в Приказе Минэкономразвития России от 20.07.2015 № 482, где описываются правила составления, подачи, рассмотрения документов для регистрации товарных знаков.

Остановимся на ключевых моментах процесса регистрации товарных знаков. Так, регистрация начинается с подачи заявки в Роспатент, в которой должны содержаться на основании п. 3 ст. 1492 ГК РФ заявление о государственной регистрации обозначения в качестве товарного знака с указанием заявителя, его места жительства или места нахождения – в отношении юридического лица; заявляемое обозначение и его описание; также перечень товаров, в отношении которых следует зарегистрировать обозначение и которые сгруппированы по классам Международной классификации товаров

---

<sup>35</sup> Гришаев С. П. Интеллектуальная собственность: учебное пособие. – М.: Юристъ. – 2004. – С. 552.

и услуг для регистрации знаков (далее – МКТУ). К заявке также должны прилагаться документы, указанные в Правилах. Роспатент регистрирует заявку в случае отсутствия оснований для отказа в ее приеме. После чего Роспатент публикует сведения о заявке в официальном бюллетене Роспатента, с целью обеспечения права любых лиц на ознакомление с документами заявки (п. 1 ст. 1493 ГК РФ). Далее любым лицом могут быть поданы обращения, содержащие доводы о несоответствии заявленного обозначения требованиям, установленным гражданским законодательством до момента государственной регистрации товарного знака.

Важным вопросом является приоритет товарного знака, определяемый по дате подачи заявки на товарный знак в Роспатент. Приоритет товарного знака по выделенной заявке устанавливается по дате подачи первоначальной заявки, а при наличии права на более ранний приоритет по первоначальной заявке - по дате этого приоритета при условии, что на дату подачи выделенной заявки первоначальная заявка не отозвана и не признана отозванной, и выделенная заявка подана до принятия решения по первоначальной заявке. Выделяют конвенционный приоритет, который устанавливается по дате подачи первой заявки на регистрацию товарного знака в государстве-участнике Парижской конвенции. В случае, когда заявки имеют одинаковую дату приоритета, необходимо заключить соглашение, которое подается в Роспатент, которым определяют по какой из заявок необходимо произвести государственную регистрацию товарного знака.

Приоритет товарного знака означает преимущество лица, подавшего заявку на регистрацию, перед третьими лицами, подавшими заявку на идентичное обозначение позднее даты приоритета.

Следует отметить, что при подаче заявки должна быть уплачена пошлина, данный факт проверяется Роспатентом перед проведением формальной экспертизы. Если соответствующая пошлина не была уплачена, то заявка признается отозванной.

В период рассмотрения заявки Роспатент должен провести формальную экспертизу и экспертизу обозначения. Первая заключается в проверке наличия необходимых сведений в заявке и прилагаемых к ней документов (п.20 Правил). По окончании экспертизы выносится решение о принятии или отказе в принятии к рассмотрению. В ходе проведения экспертизы обозначения проводится проверка содержания предоставленных материалов по заявке и их соответствие требованиям, которые выдвигаются к оформлению. Также на данном этапе устанавливается приоритет товарного знака (п. 29 Правил). После проведения последней экспертизы выносится решение о государственной регистрации товарного знака или об отказе в государственной регистрации. В случае регистрации в Государственный реестр товарных знаков вносятся сведения по товарному знаку. После чего выдается свидетельство, которым подтверждается исключительное право на товарный знак и выдача которого осуществляется Роспатентом в течении месяца со дня государственной регистрации, что предусмотрено п. 1 ст. 1504 ГК РФ.

Таким образом, регистрация товарного знака является важной процедурой, которая характеризуется подачей заявки в Роспатент, внесением соответствующих сведений в Государственный реестр, выдачей свидетельства. По итогам указанных действий и при соблюдении правил, установленных для регистрации товарных знаков, возникает исключительное право на товарный знак.

На практике часто возникают ситуации, когда оспариваются решения Роспатента об отказе в регистрации товарного знака. Основания для отказа указаны в ст. 1483 ГК РФ. Разберем их подробнее на некоторых примерах.

Рассмотрим определение Верховного Суда РФ от 4 октября 2019 г. № 300-ЭС19-12932<sup>36</sup>. Роспатент отказал в регистрации товарного знака «Кейкпопс», поскольку он представляет собой транслитерацию

---

<sup>36</sup> Определение Верховного Суда Российской Федерации от 4.10.2019 № 300-ЭС19-12932 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

комбинированного английского слова "sakerops", что в переводе означает cake – торт, pops – популярный. При этом название образовано путем замены первой части слова "lollipop" – леденец на палочке. В связи с тем, что данное обозначение в отношении 30 класса товаров характеризует товар, в регистрации было отказано на основании пп. 3 п. 1 ст. 1483 ГК РФ. Также в отношении иных товаров 30 класса МКТУ, представленных в заявке, по мнению Роспатента, обозначение способно ввести потребителя в заблуждение, что противоречит пп. 1 п. 3 ст. 1483 ГК РФ. Суд первой инстанции указал на то, что вышеизложенные выводы Роспатента не основываются на материалах административного дела. Суд указал, что обозначение не является видом товаров 30 класса МКТУ, а следовательно это обозначение не может указывать на товар и ввести потребителя в заблуждение в отношении иных товаров 30 класса МКТУ. Суд первой инстанции обязал Роспатент рассмотреть поданную заявку повторно. Роспатент ссылался на то, что обозначения, которые представляют собой разновидности товара, могут характеризовать товар, если у потребителей возникают соответствующие ассоциативные связи. Так, Роспатентом было установлено использование обозначения «Кейкпопс» современными российскими потребителями в качестве названия маленького пирожного из бисквитного теста на палочке. Следовательно, позиция суда, по мнению Роспатента, основывается на неправильном толковании норм закона. Судей ВС РФ жалоба Роспатента передана для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам. Здесь можно указать на важность правильного толкования и применения норм закона, для разрешения правовых споров возникающих по поводу отказа в регистрации товарных знаков.

Далее рассмотрим решение Суда по интеллектуальным правам (далее - СИП) РФ от 04.07.2017 по делу № СИП-134/2017. В указанном деле суд отказал в удовлетворении требования о признании недействительным решения Роспатента об отказе в удовлетворении требования об отказе в государственной регистрации товарного знака ввиду того, что истцом не были предоставлены

доказательства приобретения различительной способности обозначения в отношении заявленных товаров 30-го и услуг 35-го классов МКТУ<sup>37</sup>. Заявленное на регистрацию обозначение, по мнению суда, не является оригинальным, так как представляет собой традиционную форму хлебобулочных изделий – сухарей. Данное обозначение характеризуется отсутствием различительных признаков, при наличии которых потребитель мог бы воспринимать данное обозначение в качестве средства индивидуализации. При этом заявитель указывает, что обозначение в виду активного использования приобрело различительную способность. Однако предоставленные заявителем документы не являются доказательством данного факта. Вывод Роспатента о несоответствии обозначения п. 1 ст. 1483 ГК РФ суд признал обоснованным.

В решении СИП РФ от 25.04.2019 по делу № СИП-343/2018 в удовлетворении требования об отмене решения Роспатента было отказано, так как спорное обозначение «ДОМИНО'С» сходно до степени смешения с иными товарными знаками по фонетическому и семантическому признакам, что противоречит п. 6 ст. 1483 ГК РФ.<sup>38</sup> Также Роспатентом были проанализированы внешние признаки, он установил, что отличия имеются и носят второстепенный характер, при этом не оказывают существенного влияния на визуальное восприятие данных знаков в целом.

В решении от 15.11.2019 по делу № СИП-539/2019 суд признал, что в удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку «УНИПОЛИМЕР» Роспатентом было отказано правомерно<sup>39</sup>. Заявитель указывал, что данный товарный знак нарушает его авторские права

---

<sup>37</sup> Решение Суда по интеллектуальным правам от 04.07.2017 по делу № СИП-134/2017 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>38</sup> Решение Суда по интеллектуальным правам от 25.04.2019 по делу № СИП-343/2018 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>39</sup> Решение Суда по интеллектуальным правам от 15.11.2019 г. по делу № СИП-539/2019 [Электронный ресурс] // Система Гарант. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72960116/?prime>.

на слово "Униполимер", которое является цитатой из описаний к патентам на изобретения. Также данное слово упоминается в научных статьях, опубликованных ранее даты приоритета товарного знака. Суд на основании пп. 1 п. 9 ст. 1483 ГК РФ делает вывод о том, что для признания использования именно цитаты необходимо, чтобы она была узнаваема как часть конкретного произведения. Доказательств известности научных статей и описаний к патентам предоставлено не было. Кроме того Роспатентом был сделан вывод о том, что указанное слово нельзя считать цитатой, это слово, которое не является высказыванием или выдержкой из текста с определенной смысловой нагрузкой. Таким образом, регистрация товарного знака не противоречит пп. 1 п. 9 ст. 1483 ГК РФ.

В решении СИП от 05.04.2019 по делу № СИП-677/2018 описана следующая ситуация<sup>40</sup>. Роспатент отказал в регистрации товарного знака в связи с несоответствием обозначения п. 1, 4 и 6 ст. 1483 ГК РФ. Остановимся на п. 4 ст. 1483 ГК РФ. Отказ был мотивирован отсутствием разрешения соответствующего компетентного органа на включение в состав товарного знака обозначения «Байкал». При этом истцом были предоставлены письма-согласия на регистрацию спорного товарного знака ФГБУ «Заповедное Подлеморье», письмо-согласие ФГБУ «Байкальский государственный заповедник». Суд признал выводы Роспатента о том, что письма не являются согласием собственников или лиц, уполномоченных собственниками в соответствии с п. 4 ст. 1483 ГК РФ, необоснованными и обязал Роспатент повторно рассмотреть возражение истца по этому делу.

Рассмотрев кассационную жалобу по данному делу, Президиум Суда по интеллектуальным правам указал, что суд первой инстанции не исследовал вопрос о том, что включает в себя заявленное на регистрацию комбинированное обозначение, имеет ли оно в своем составе символику либо

---

<sup>40</sup> Решение Суда по интеллектуальным правам от 5.04.2019 по делу № СИП-677/2018 [Электронный ресурс] // Информационная система РАС-Арбитр. – Режим доступа: [https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/9d23ae0c-656d-45db-836c-4668361cadf6/6e137c7d-c1e9-495e-86df-14679337492d/%D0%A1%D0%98%D0%9F-677-2018\\_\\_20190405.pdf?isAddStamp=True](https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/9d23ae0c-656d-45db-836c-4668361cadf6/6e137c7d-c1e9-495e-86df-14679337492d/%D0%A1%D0%98%D0%9F-677-2018__20190405.pdf?isAddStamp=True).

наименования вышеуказанных федеральных государственных бюджетных учреждений<sup>41</sup>. Только после изучения данных вопросов суду следовало перейти к выяснению вопроса о возможности принятия писем-согласий в качестве согласий собственников или лиц, уполномоченных собственником, в смысле положений пункта 4 статьи 1483 ГК РФ.

Суд по интеллектуальным правам в своем решении от 24 декабря 2019 г. по делу № СИП-479/2019 признал самостоятельным основанием п. 7 ст. 1483 ГК РФ для отказа в регистрации товарного знака, так как имеется сходство до степени смешения с наименованием места происхождения «Златоустовская легенда клинка»<sup>42</sup>. Суд указывает также на то, что сходство указанных обозначений позволяет не оценивать однородность товаров, так как по смыслу п. 7 ст. 1483 ГК РФ товарные знаки, сходные с наименованием места происхождения, не могут быть зарегистрированы в отношении любых товаров.

Таким образом, можно отметить, что лицам, которые имеют намерение использовать какое-либо обозначение в качестве товарного знака, необходимо провести проверку обозначения на то, соответствует ли оно требованиям, установленным законом. Судам при разрешении споров об отказе в регистрации товарных знаков необходимо анализировать не только нормы ГК РФ, но также судебную практику, поскольку во многих судебных решениях содержатся разъяснения спорных вопросов, выведенные посредством анализа ст. 1483 ГК РФ.

---

<sup>41</sup> Постановление Суда по интеллектуальным правам от 1.08.2019 по делу № СИП-677/2018 [Электронный ресурс] // Информационная система РАС-Арбитр. – Режим доступа: [https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/9d23ae0c-656d-45db-836c-4668361cadf6/6e05b23b-f326-4685-9bb5-ba2a8ad345cd/%D0%A1%D0%98%D0%9F-677-2018\\_\\_20190801.pdf?isAddStamp=True](https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/9d23ae0c-656d-45db-836c-4668361cadf6/6e05b23b-f326-4685-9bb5-ba2a8ad345cd/%D0%A1%D0%98%D0%9F-677-2018__20190801.pdf?isAddStamp=True).

<sup>42</sup> Решение Суда по интеллектуальным правам от 24.12.2019 по делу № СИП-479/2019 [Электронный ресурс] // Информационная система РАС-Арбитр. – Режим доступа: [https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/794b5b05-1c2a-4676-8811-ac704e270ad8/e77197d0-238f-4c1a-a2ca-d30eb30e73bd/%D0%A1%D0%98%D0%9F-479-2019\\_\\_20191224.pdf?isAddStamp=True](https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/794b5b05-1c2a-4676-8811-ac704e270ad8/e77197d0-238f-4c1a-a2ca-d30eb30e73bd/%D0%A1%D0%98%D0%9F-479-2019__20191224.pdf?isAddStamp=True).

### **1.3. Исключительное право на товарный знак. Использование товарного знака**

Исключительное право является имущественным по своему экономическому содержанию и абсолютным по своему характеру. Абсолютность права заключается в том, что право правообладателя, обращено к неограниченному кругу лиц, которые обязаны соблюдать его права<sup>43</sup>.

В.А. Дозорцев отмечает, что под исключительностью данного права следует понимать именно принадлежность права одному лицу или нескольким, право которым предоставлено на основании закона<sup>44</sup>.

Исключительное право включает в себя три правомочия, а именно: право на использование объекта интеллектуальной собственности, право распоряжения исключительным правом, право запрещать другим лицам использование объекта интеллектуальной собственности. При этом, О.Ф. Оноприенко считает, что содержание исключительного права составляют правомочие использования и правомочие распоряжения результатом интеллектуальной деятельности в соответствии с п. 1 ст. 1229 и п. 1 ст. 1231 ГК РФ<sup>45</sup>.

По мнению Е.А. Дедкова, исключительное право, его сущность состоит в том, что правообладатель вправе заявить требование к любому лицу о прекращении использования объекта интеллектуальной собственности без его согласия и требование воздерживаться от названного неправомерного использования в будущем<sup>46</sup>.

Лицо, на чье имя зарегистрирован товарный знак, имеет исключительное право, а именно: право использования товарного знака в соответствии со

---

<sup>43</sup> Нургалаев М.С. Понятие товарного знака и исключительного права на него // Право: история, теория, практика: материалы III Междунар. науч. конф. — Санкт-Петербург. — 2015. — С. 81.

<sup>44</sup> Дозорцев В.А. Интеллектуальные права. Понятие. Система. Задачи кодификации. М.: Статут. — 2003. — С. 220.

<sup>45</sup> Оноприенко О.Ф. Интеллектуальные права на селекционные достижения в России // Патенты и лицензии. — 2010. — № 3. — С. 12.

<sup>46</sup> Дедков Е. А. Пресечение и запрещение нарушения исключительного права // Хозяйство и право. — 2011. — № 2. — С. 90.



ст. 1484 ГК РФ. То есть под исключительным правом на товарный знак следует признать имущественное, абсолютное право, которое заключается в том, что у правообладателя есть право использования товарного знака. Под использованием понимаются действия, связанные с товарами, индивидуализированными соответствующими товарными знаками. Такие товары могут быть предметом различных договоров, они могут быть переданы на хранение или перевозиться для введения в гражданский оборот на территории РФ. Также под использованием товарного знака следует понимать его использование при выполнении работ или услуг, он может быть размещен на документации, связанной с товарами, в предложениях о продаже товаров, выполнении работ или может размещаться на вывесках, в рекламе. Законом предусматривается возможность использования товарного знака в сети "Интернет", например в доменном имени.

При этом важно отметить, что без согласия правообладателя никто не вправе использовать сходные с его товарным знаком обозначения для индивидуализации аналогичных товаров. При таком использовании может возникнуть вероятность смешения товарных знаков, что недопустимо. При незаконном использовании сходных обозначений до степени смешения возникают контрафактные товары – в силу п. 1 ст. 1515 ГК РФ.

Здесь стоит отметить, что обозначение стоит признать сходным до степени смешения с другим товарным знаком, если оно ассоциируется с ним в целом, при этом не учитываются отдельные отличия. В отношении однородных товаров обозначение, сходное до степени смешения с товарным знаком, указанным в п. 6 ст. 1483 ГК РФ, может быть зарегистрировано в качестве товарного знака. Условием такой регистрации является согласие правообладателя. Следует учитывать, что регистрация не должна вводить потребителя в

заблуждение. При этом для коллективных знаков это положение не применяется<sup>47</sup>.

Суд по интеллектуальным правам рассмотрел спор, в котором на товарах предпринимателя имелось обозначение «Зеленый дракон»<sup>48</sup>. Оно имело сходство с другим товарным знаком, зарегистрированным в РФ. СИП не согласился с выводами нижестоящих судов об отсутствии нарушения исключительных прав (поскольку имел место лишь перевод обозначения на русский язык). По мнению СИП, спорное обозначение было придумано для целей индивидуализации товаров, а не наименования. Также СИП подчеркнул, что для признания сходства товарных знаков достаточно самой опасности. Реального смешения товарных знаков в глазах потребителя не достаточно. Было принято решение о том, что в данном случае следует говорить о степени смешения обозначения с зарегистрированным товарным знаком, которое к тому же используется на упаковках товаров, в отношении которых предоставлена правовая охрана чужому товарному знаку.

Важным является использование знака охраны, который помещается рядом с товарным знаком. Он информирует о наличии исключительного права правообладателя на товарный знак, о том, что данное обозначение охраняется на территории Российской Федерации. Знак охраны состоит из латинской буквы R или латинской буквы R в окружности – ® либо словесного обозначения "товарный знак" или "зарегистрированный товарный знак".

В отношении исключительных прав принято выделять, территориальные, временные, содержательные и объектные границы. А.С. Ворожевич указывает, что в практике судов превалирует вывод об

---

<sup>47</sup> Приказ Минэкономразвития России от 20.07.2015 № 482 «Об утверждении Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания...» [Электронный ресурс] // Экономика и жизнь. – Режим доступа: <https://www.eg-online.ru/document/regulatory/293064/>.

<sup>48</sup> Постановление Суда по интеллектуальным правам от 28.11.2017 № С01-872/2017 по делу № А60-8440/2017 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Гарант». – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71749592/>.

отсутствии ограничений исключительного права, что, по его мнению, является неверным<sup>49</sup>.

Права на товарные знаки не имеют временных границ. При этом п. 1 ст. 1491 ГК РФ устанавливает срок 10 лет, в течение которого действует право на товарный знак. Однако он может быть продлен неограниченное количество раз. Это связано с отсутствием значимых интересов при переходе товарного знака в общественное достояние. Что касается общеизвестных товарных знаков, на них устанавливаются другие временные границы. Права на такие товарные знаки охраняются бессрочно, на такой срок охраны влияет роль общеизвестных товарных знаков, деловая репутация.

Содержательные границы выражаются в способах правомерного использования товарными знаками третьими лицами без согласия правообладателя. Однако законом не устанавливаются такие случаи. Поскольку интерес в правомерном использовании товарного знака может быть только у одного субъекта.

Можно выделить способы правомерного использования товарного знака третьими лицами<sup>50</sup>:

1. Свободное использование в информационных, научных, учебных и культурных целях, творческой деятельности. Простое упоминание товарного знака, или слова, зарегистрированного в качестве бренда, в информационных или описательных целях не является использованием товарного знака.

2. Добросовестное использование иным лицом схожего с товарным знаком обозначения в целях описания своих товаров. Обозначение в данном случае используется не для идентификации источника происхождения товара, а в прямом лексическом значении.

---

<sup>49</sup> Ворожевич А.С. Граница исключительных прав на товарные знаки. Значение репутации (гудвилл) товарных знаков [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>50</sup> Ворожевич А.С. Граница исключительных прав на товарные знаки. Значение репутации (гудвилл) товарных знаков [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Существует доктрина добросовестного описательного использования товарного знака (fair descriptive use). Не считается нарушением исключительного права на товарный знак использование иным лицом описательного (дескриптивного) обозначения, для описания товаров или услуги соответствующего субъекта<sup>51</sup>.

Так, между организациями занимающимися изготовлением и доставкой роллов и суши в Красноярске возник спор. «Ебидоеби» запустила рекламу, в которой использовало словесное обозначение «оригами»: «Ебидоеби покупает. Оригами». Суд по интеллектуальным правам сослался на п. 3 ст. 1484 ГК РФ, в соответствии с которым не допускается использование сходных с товарным знаком обозначений без разрешения правообладателя. Суд указал, что простое упоминание словесного обозначения, входящего в объем правовой охраны товарного знака, не является использованием последнего на основании вышеуказанной нормы<sup>52</sup>.

3. Использование при предоставлении потребителям информации об оказываемых услугах или предлагаемых товарах в привязке к товарам правообладателя, а также в сравнительной рекламе. Товарный знак в данном случае используется не для указания на источник происхождения товаров. Его использование третьим лицом обусловлено следующими целями: показать назначение и способы использования товаров в привязке к товарам правообладателя, раскрыть содержание услуг. Данный подход активно используется в зарубежной практике. А.С. Ворожевич указывает на то, что в данном случае третье лицо маркирует товар для обозначения его в качестве комплектующей или запасной части. Например, автор приводит такой пример:

---

<sup>51</sup> Хусаинов Р.И. Свободное использование товарного знака в интернете без разрешения правообладателя // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. – 2018. – № 11. – С. 26.

<sup>52</sup> Постановление Суда по интеллектуальным правам от 16.07.2018 № С01-335/2018 по делу № А33-25467/2016 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

использование на упаковке лезвий товарного знака Gillette для указания на товары, вместе с которыми данные лезвия могут применяться<sup>53</sup>.

Объектные границы исключительного права на товарный знак определяются совокупностью однородных товаров, при производстве, реализации или рекламе которых используется тождественное или сходное до степени смешения с товарным знаком обозначение.

Все указанные выше действия могут совершаться только правообладателем или с его согласия третьими лицами могут использоваться сходные с его товарным знаком обозначения.

Использование товарного знака может осуществляться правообладателем, лицом, которому предоставлено право использования на основании лицензионного договора, или лицом, осуществляющим использование товарного знака под контролем правообладателя, на основании п. 2 ст. 1484 ГК РФ.

Использование товарного знака лицом под контролем правообладателя обладает такой отличительной особенностью, как отсутствие между данными лицами лицензионного договора на передачу права использования указанного средства индивидуализации. Правообладатель в данном случае просто выражает свою волю на использование товарного знака под его контролем, выражающимся, например: в контроле качества товара, его реализации. Не имеет значения, в какой форме была выражена воля правообладателя.

Правообладатель может отчуждать исключительное право по договору об отчуждении, когда происходит передача исключительных прав в полном объеме, или передавать его в пользование другим лицам в установленных пределах на основании лицензионного договора. При этом в отличие от договора об отчуждении по лицензионному договору за правообладателем сохраняется исключительное право, и в данном случае право использования

---

<sup>53</sup> Ворожевич А.С. Граница исключительных прав на товарные знаки. Значение репутации (гудвилл) товарных знаков [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

возникает у обеих сторон. Для таких договоров законодателем установлена письменная форма, также они подлежат обязательной государственной регистрации в Роспатенте.

В литературе и на практике поднимается вопрос о возможности совместного владения товарным знаком. З. Тетцоева выделяет две теории<sup>54</sup>. Согласно первой, в соответствии со ст. 1229 ГК РФ предусматривается совместное владение исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности, а значит можно говорить о возможном владении несколькими лицами правами на товарный знак. Сторонники позиции недопущения возможности совместного владения несколькими лицами товарным знаком, указывают на ст. 1510 ГК РФ, которая конкретизирует положения ст. 1229 ГК РФ в отношении товарных знаков, где идет речь о коллективном товарном знаке. Отчуждение какой-либо части исключительных прав на товарные знаки противоречит требованиям законодательства, а значит, совместное владение будет являться незаконным. Российским законодательством не предусмотрен порядок регистрации товарного знака на имя нескольких лиц, за исключением регистрации коллективного товарного знака<sup>55</sup>.

Важным является вопрос об исчерпании исключительного права на товарный знак. Данный принцип закреплен в ст. 1487 ГК РФ и означает, что использование товарного знака не правообладателем в отношении маркированных товаров, введенных в гражданский оборот на территории РФ с согласия правообладателя, не является нарушением исключительного права. То есть другие лица могут свободно использовать данный товарный знак на тех же товарах без разрешения правообладателя. Дополнительное разрешение не требуется, поскольку товар уже был маркирован производителем и правомерно

---

<sup>54</sup>Тетцоева З. Возможно ли совладение исключительным правом на товарный знак? // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2018. – № 9. – С. 7.

<sup>55</sup> Определение Верховного Суда РФ от 03.07.2018 № 305-КГ18-2488 по делу № А40-210165/2016 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

введен в гражданский оборот. Право будет являться исчерпанным в данном случае. Заключение лицензионных договоров не требуется, исключительное право правообладателя не будет нарушено<sup>56</sup>. Важно, чтобы товар был введен в гражданский оборот на территории Российской Федерации. Последующее введение товаров в оборот должно иметь место там же.

В связи с существованием данного принципа возникает проблема параллельного импорта. В законе отсутствует понятие параллельного импорта. А.А. Анишин и А.В. Хромов определяют его как ввоз товаров на территорию другого государства без согласия правообладателя товарного знака для последующей реализации; при этом товары должны быть промаркированы правообладателем товарного знака и законно введены в гражданский оборот<sup>57</sup>. Указанные авторы отмечают, что лицо, ввозящее на территорию РФ товар без согласия правообладателя, незаконно использует чужой товарный знак и является нарушителем, даже если само не наносило товарный знак на товар.

Арбитражный суд Новосибирской области отметил, что нельзя говорить о незаконности использования объектов интеллектуальной собственности, введенных в гражданский оборот по воле правообладателя данных объектов<sup>58</sup>. Это возможно в силу легального характера и недопустимости повторной реализации прав на тот же товар. Так же суд ссылается в своем решении на позицию Суда по интеллектуальным правам, отраженную в постановлении Суда по интеллектуальным правам от 07.10.2019 № С01-868/2019 по делу № А12-40387/2018. Суд по интеллектуальным правам здесь говорит о том, что

---

<sup>56</sup> Назарова Н. Исчерпание исключительного права на товарный знак [Электронный ресурс] // Сайт Закон.ру. – Режим доступа: [https://zakon.ru/blog/2018/3/26/ischerpanie\\_isklyuchitelnogo\\_prava\\_na\\_tovarnyj\\_znak](https://zakon.ru/blog/2018/3/26/ischerpanie_isklyuchitelnogo_prava_na_tovarnyj_znak).

<sup>57</sup> Анишин А.А., Хромов А.В. Принцип исчерпания права на товарный знак и параллельный импорт в России: настоящее и будущее [Электронный ресурс] // Журнал Суда по интеллектуальным правам. – Режим доступа: <http://ipcmagazine.ru/trademark-law/the-principle-of-the-exhaustion-of-the-right-to-a-trademark-and-parallel-imports-in-russia-the-present-and-the-future>.

<sup>58</sup> Решение арбитражного суда Новосибирской области от 10.04.2020 по делу № А45-1172/2020 [Электронный ресурс] // Информационная система РАС-Арбитр. – Режим доступа: [https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/1928d79f-7f8e-4ce7-8ac2-6291b2bb6349/e54d0a6e-f86f-458c-90b3-a9e603bce89b/%D0%9045-1172-2020\\_\\_20200410.pdf?isAddStamp=True](https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/1928d79f-7f8e-4ce7-8ac2-6291b2bb6349/e54d0a6e-f86f-458c-90b3-a9e603bce89b/%D0%9045-1172-2020__20200410.pdf?isAddStamp=True).

право правообладателя не может быть осуществлено дважды в отношении одних и тех же товаров, поставляемых на товарный рынок. Поэтому он не вправе запрещать использование знака по отношению к тем же товарам, которые были введены ранее в гражданский оборот.

Законом предусмотрены последствия неиспользования товарного знака. Они возникают из обязанности правообладателя использовать товарного знака в отношении каждого товара, которым предоставлена правовая охрана. Здесь не имеет значения однородность товаров. Так, в ст. 1486 ГК РФ говорится о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака в случае неиспользования его в течение трех лет. При этом старым законодательством, уже утратившим свою силу, прекращение правовой охраны приравнивалось к прекращению исключительного права на товарный знак.

К лицу, не использующему зарегистрированный товарный знак в течение трех лет, любым заинтересованным лицом может быть направлено предложение обратиться в Роспатент об отказе от права на товарный знак или предложение заключить договор об отчуждении исключительного права на основании п. 1 ст. 1486 ГК РФ. У правообладателя есть два месяца на совершение указанных действий, иначе у заинтересованного лица возникает право обратиться в суд с требованием о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака по причине его неиспользования.

Требование о досрочном прекращении правовой охраны может быть удовлетворено в случае, если истец будет иметь реальное намерение использовать сходное до степени смешения с оспариваемым товарным знаком обозначение. Так, Суд по интеллектуальным правам рассмотрел дело, где требование было удовлетворено ввиду наличия вышеназванного обстоятельства<sup>59</sup>. Истец ссылался на то, что товарный знак «РАДУЖНЫЙ» не используется правообладателем в течение последних трех лет для части

---

<sup>59</sup> Решение Суда по интеллектуальным правам от 28.08.2018 по делу № СИП-358/2018 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.



товаров 30 класса МКТУ. Суд указывает на обязанность правообладателя использовать зарегистрированный товарный знак в силу ст. 1484, 1486 ГК РФ, что будет свидетельствовать о сохранении исключительного права на него. Суд признал истца заинтересованным в досрочном прекращении правовой охраны товарного знака, поскольку регистрация данного знака препятствует истцу использовать обозначение «РАДУЖНОЕ» для индивидуализации производимой продукции 30 класса МКТУ. Правообладателем доказательства использования товарного знака предоставлены не были.

Данное судебное решение соответствует п. 165 Постановления Пленума ВС РФ №10 о том, что для признания лица заинтересованным необходимо доказательство того факта, что интерес истца заключается в последующем использовании данного обозначения в качестве средства индивидуализации в отношении однородной группы товаров<sup>60</sup>.

Президиум Суда по интеллектуальным правам рассмотрел кассационную жалобу<sup>61</sup>. Истец, ссылаясь на заинтересованность в досрочном прекращении правовой охраны словесного товарного знака «ВЕРШИНА» № 263064, который зарегистрирован для индивидуализации услуг 35-го класса МКТУ, и полагая, что данный товарный знак не используется обществом на протяжении последних трех лет, обратился в суд с исковым заявлением о досрочном прекращении его правовой охраны. Решением СИП от 13.06.2019 требования предпринимателя удовлетворены частично: досрочно прекращена правовая охрана товарного знака № 263064 в отношении услуг 35-го класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту, по коммерческой информации; снабженческие услуги для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]». Президиум отметил, что суд первой инстанции

---

<sup>60</sup> Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ. – № 7. – 2019.

<sup>61</sup> Постановление Суда по интеллектуальным правам от 19.09.2019 по делу № СИП-23/2019 [Электронный ресурс] // Информационная система КАД-Арбитр. – Режим доступа: [https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/f6e1adb6-e400-4194-b55d-17f484d3b357/8051f957-858a-41fd-8ac8-78aea11f11fe/SIP-23-2019\\_20190919\\_Reshenija\\_i\\_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True](https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/f6e1adb6-e400-4194-b55d-17f484d3b357/8051f957-858a-41fd-8ac8-78aea11f11fe/SIP-23-2019_20190919_Reshenija_i_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True).

не усмотрел доказанности использования спорного товарного знака в отношении указанных услуг 35-го класса МКТУ. Также был сделан вывод о том, что доказанность факта использования аффилированными лицами спорного товарного знака для индивидуализации товаров не может доказывать использование этого товарного знака в отношении услуг 35-го класса МКТУ. Суду первой инстанции необходимо было установить, каким образом ответчик либо аффилированные с ним лица используют спорный товарный знак при оказании услуг 35-го класса МКТУ.

При новом рассмотрении данного дела в суде первой инстанции было установлено, что ответчиком не подтверждено фактическое использование оспариваемого товарного знака в отношении услуг 35-го класса МКТУ, в то время как предприниматель подтвердил свою заинтересованность в досрочном прекращении его правовой охраны<sup>62</sup>. Суд на основании ст. 1486 ГК РФ пришел к выводу о необходимости досрочного прекращения правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования.

Также судом был сделан важный вывод о том, что для установления использования товарного знака правообладателем, необходимо установить: использование правообладателем принадлежащего ему товарного знака в отношении тех позиций МКТУ, для которых он зарегистрирован, способами, предусмотренными п. 2 ст. 1484 ГК РФ; обстоятельства введения в гражданский оборот и доведения до потребителя товаров, маркированных товарным знаком правообладателя.

Таким образом, для сохранения за правообладателем его исключительного права на товарный знак ему необходимо использовать данный товарный знак для индивидуализации его товаров.

Прекращение охраны на товарный знак выступает антимонопольным инструментом, с помощью которого правообладатель лишается монополии –

---

<sup>62</sup> Решение Суда по интеллектуальным правам от 19.12.2019 по делу № СИП-23-2019 [Электронный ресурс] // Информационная система КАД-Арбитр. – Режим доступа: [https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/f6e1adb6-e400-4194-b55d-17f484d3b357/ab0eb97d-8801-4645-ab88-014c0f7f16c3/SIP-23-2019\\_20191219\\_Reshenija\\_i\\_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True](https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/f6e1adb6-e400-4194-b55d-17f484d3b357/ab0eb97d-8801-4645-ab88-014c0f7f16c3/SIP-23-2019_20191219_Reshenija_i_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True).

исключительного права в отношении зарегистрированного им товарного знака<sup>63</sup>.

По данному вопросу есть различные точки зрения, так, например, М. В. Суспицына говорит о том, что возможны случаи, когда правообладатель, не использующий товарный знак, обращается за защитой нарушенного исключительного права лишь с целью извлечения выгоды – компенсации на неправомерное использование товарного знака третьими лицами<sup>64</sup>. Здесь проявляется явное злоупотребление правом при неиспользовании товарного знака, когда это реально ущемляет интересы третьих лиц, путем предъявления исков к правонарушителям.

Следует отметить, что возможны случаи, когда товарный знак не используется по независящим от лица обстоятельствам. В случае их наличия следует обращать на них внимание в ходе решения вопроса о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования (п. 3 ст. 1486 ГК РФ). Подобные обстоятельства должны носить объективный характер и не зависеть от усмотрения самого правообладателя, то есть он сам не должен решать вопрос о том, являются ли данные обстоятельства независящими от него.

Так, например, Суд по интеллектуальным правам указал, что нарушение норм законодательства Российской Федерации в области санитарно-эпидемиологического благополучия человека, законодательства в области защиты прав потребителей (несоответствие информации о пищевой ценности продукции, указанной на этикетке), является обстоятельством, непосредственно

---

<sup>63</sup> Определение Конституционного Суда РФ от 02.10.2003 № 393 «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы общества с ограниченной ответственностью "Продюсерская фирма "Самый вкус" на нарушение конституционных прав и свобод положением пункта 3 статьи 22 Закона Российской Федерации "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров"» [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>64</sup> Суспицына М.В. Злоупотребляет ли правом на товарный знак правообладатель, не использующий его? // Вестник экономического правосудия Российской Федерации. – 2015. – № 8. – С. 15.

зависящим от воли правообладателя<sup>65</sup>.

Таким образом, необходимо понимать, что исключительное право на товарный знак есть право использования товарного знака. Использование может быть осуществлено как самим правообладателем, так и третьими лицами в установленных законом случаях. Право использования может также осуществляться на основании лицензионного договора или под контролем правообладателя.

---

<sup>65</sup> Решение Суда по интеллектуальным правам от 10.01.2018 по делу № СИП-602/2017 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Гарант». – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71752008/>.

## **2. Защита исключительного права на товарный знак**

### **2.1. Виды нарушений исключительного права на товарный знак**

На данный момент в ГК РФ нет указания на то, что является нарушением исключительного права на товарный знак. Однако имеется определение нарушения использования товарного знака. Так, использование средства индивидуализации не допускается без согласия правообладателя, такое использование является незаконным и влечет ответственность по гражданскому законодательству.

О.А. Курлаев говорит о существовании узкого подхода, в соответствии с которым в законодательстве нарушение права на товарный знак сводится к незаконному использованию соответствующего обозначения<sup>66</sup>. При этом автор отмечает, в случае удаления товарного знака или в случае его изменения без согласия правообладателя, будет иметь место нарушение исключительного права, а не незаконное использование.

Нарушением прав на товарный знак следует признать такие действия, которые совершаются лицом, не обладающим правом на использование товарного знака. Под такими действиями следует понимать в частности: производство, продажу, хранение или перевозку товаров, на которых присутствует товарный знак правообладателя.

Нарушение прав на товарный знак может быть выражено через бездоговорное использование данного средства индивидуализации. В данном случае имеет место деликт, в результате которого уменьшается ценность права и возникает обязанность нарушителя возместить вред правообладателю, то есть возникает обязательство из причинения вреда<sup>67</sup>.

---

<sup>66</sup> Курлаев О.А. Правовое регулирование использования исключительных прав на товарный знак и знак обслуживания: Автореферат дис... канд. юр. наук. – 2007. – С. 38.

<sup>67</sup> Новоселова Л.А. Право интеллектуальной собственности: учебник. [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Рассмотрим следующие виды нарушений исключительного права на товарный знак:

*1. Использование обозначений, сходных до степени смешения.*

В соответствии с п. 3 ст. 1484 ГК РФ можно назвать такие элементы нарушения исключительного права, как использование тождественного обозначения с товарным знаком правообладателя без его разрешения, однородность товаров, вероятность смешения в качестве последствия незаконного использования чужого товарного знака.

Здесь же следует отметить, что в соответствии с п. 1 ст. 1515 ГК РФ товары следует признать контрафактными, если на них незаконно размещен товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение. Также понятие контрафактных товаров приводится в п. 4 ст. 1252 ГК РФ, в соответствии с которым материальные носители являются контрафактными, если изготовление, распространение, импорт, перевозка или хранение материальных носителей, в которых выражены результаты интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации, влекут за собой нарушение исключительного права на такой результат или на такое средство. Обратимся к судебной практике. Так, ООО «Вегалюкс» было привлечено к административной ответственности, так как было установлено, что товары – детские наборы игрушек, ввезенные ООО «Вегалюкс», и сходные до степени смешения с товарными знаками не были произведены правообладателем («Disney Enterprises, Inc.») или по его согласию. Товары имеют обозначения, не используемые правообладателем, а также характеризуются отсутствием реквизитов изготовителя и импортера товаров<sup>68</sup>.

З.В. Котельникова отмечает, что контрафактные товары нарушают право юридического лица или индивидуального предпринимателя на средства

---

<sup>68</sup> Решение Арбитражного суда Еврейской автономной области от 15.08.2019 по делу № А16-1847/2019 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа://sudact.ru/arbitral/doc/EiRwUMOAJqdh/.

индивидуализации<sup>69</sup>. Автор выводит в отдельную категорию товары-имитации, под которыми следует понимать товары, характеризующиеся заимствованием отдельных элементов чужого товарного знака. З.В. Котельникова говорит о том, что существование огромного массива товарных знаков и тот факт, что производители определенным образом от них зависят, приводит к росту правонарушений, а также формируют основу, на которой держится спрос потребителей на контрафактные товары.

В Постановлении Пленума ВС РФ №10 указывается, что для установления факта нарушения достаточно опасности смешения товарного знака, то есть на практике реального смешения может и не быть<sup>70</sup>. Законодатель особенно подчеркивает, что важно установление факта смешения потребителями, которые учитывают однородность товаров и обозначений. Важно, чтобы потребитель полагал, что обозначение используется в качестве товарного знака даже при низкой степени сходства, но идентичности товаров или же наоборот.

А.С. Ворожевич отмечает, что часто суды формально подходят к установлению факта нарушения использования сходного с товарным знаком обозначения<sup>71</sup>. Из закона же становится ясно, что для установления сходства суд должен провести сравнение товарного знака и обозначения, и решить, в отношении каких элементов присутствует сходство, при этом учитываются графический критерий, звуковой и смысловой<sup>72</sup>. Не должно приниматься во внимание сходство неохранных элементов.

---

<sup>69</sup> Котельникова З.В. Товар с чужим лицом, или почему правообладатели торговых марок попустительствуют контрафакту? // Экономика и бизнес. – 2008. – № 4. – С. 38.

<sup>70</sup> Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ.– 2019. – № 7.

<sup>71</sup> Ворожевич А.С. Незаконное использование товарного знака: понятие, меры ответственности [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>72</sup> Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ.– 2019. – № 7.

При определении судом вероятности смешения необходимо учитывать ряд обстоятельств, в том числе: использование товарного знака в отношении конкретных товаров, длительность и объем использования, степень известности, узнаваемости товарного знака, степень внимательности потребителей, наличие у правообладателя серии товарных знаков, которые объединены общим со спорным обозначением элементом.

Так, в решении Суда по интеллектуальным правам ставится вопрос о степени смешения двух товарных знаков «ЛОТТЕ-КУЗНЕЧИК» и «Зеленый кузнечик». Суд отмечает, что вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения может быть установлена путем определения сходства обозначений и степени однородности товаров. Степень сходства может быть низкой при идентичности товаров или при низкой однородности товаров, но тождестве товарного знака и спорного обозначения. Суд также принимает во внимание степень сходства обозначений, степень однородности товаров и их влияние на вероятность смешения. Суд провел сравнение рассматриваемых обозначений и установил, что на степень смешения во многом влияет наличие одинакового второго слова «кузнечик», также логическое ударение падает на второе слово в каждом товарном знаке, ярче воспринимается одинаковое второе слово, а значит потребитель будет обращать на него внимание, что приводит к одинаковому звуковому восприятию товарных знаков. Кроме того указанное последнее сходное слово имеет в обоих вариантах товарных знаков одинаковое смысловое значение. Учитывая данные факты, суд приходит к выводу о высокой степени сходства между рассматриваемыми товарными знаками по звуковому и смысловому критериям, а однородность товаров приводит к вероятности смешения товарных знаков в глазах покупателей<sup>73</sup>.

А.С. Ворожевич говорит о том, что однородность и тождественность знаков выступают условием смешения, введения потребителя в заблуждение,

---

<sup>73</sup> Решение Суда по интеллектуальным правам от 28.01.2020 по делу № СИП-482/2019 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.



получается, что законодатель смешал причины со следствием<sup>74</sup>. Следует указать, что под однородностью товаров необходимо понимать товары, которые имеют сходные черты, и в виду этого они способны выполнять сходные функции; они могут быть отнесены к одному источнику происхождения. То есть под однородностью следует понимать возможность представления потребителей о том, что товар принадлежит одному производителю. Отнесение товаров к одному классу МКТУ еще не свидетельствует об их однородности, как отмечает Л.А. Новоселова. Так, в Постановлении Пленума ВС РФ № 10 называется ряд требований для вынесения решения об однородности товаров: род, назначение товаров, вид материала изготовления самого товара, условия при которых товар подлежит сбыту, круг потребителей, а также взаимодополняемость или же взаимозаменяемость и другие обстоятельства<sup>75</sup>.

Тожественные товары – товары идентичные, очень близкие во всех отношениях<sup>76</sup>. Понятие тождественных обозначений складывается по тому же принципу: тождественные обозначения – обозначения идентичные, совпадающие во всех элементах.

При этом признак «вероятность смешения» предусматривается исключительно для сходных, а не тождественных обозначений. Запрет на использование тождественных обозначений вытекает из п. 1 ст. 1484 ГК РФ. А.С. Ворожевич говорит о том, что п. 3 ст. 1484 ГК РФ предусматривает собирательную категорию – сходные знаки, включающую тождественные

---

<sup>74</sup> Ворожевич А.С. Незаконное использование товарного знака: понятие, меры ответственности [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>75</sup> Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ.– 2019. – № 7.

<sup>76</sup> Новоселова Л.А. Право интеллектуальной собственности: учебник. [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

знаки<sup>77</sup>. Последствием неправомерного использования товарного знака здесь будет выступать вероятность смешения. Вероятность смешения в отношении товаров, которые имеют определенный круг потребителей, оценивается с позиции потребителей

Критерий вероятность смешения целесообразно применять в том случае, когда речь идет об имущественных потерях правообладателя. Введение контрафактных товаров в оборот вызывает следствие в виде снижения спроса на товары правообладателя. Это приводит к тому, что нарушителем будет получена прибыль, на получение которой рассчитывал правообладатель.

К потерям правообладателя следует отнести вознаграждение, которое могло бы быть получено им по лицензионному соглашению с нарушителем. Вознаграждение следует признать единственной имущественной потерей правообладателя, когда он использовал товарный знак путем ограниченного круга действий<sup>78</sup>. Неполученная прибыль от бренд-актива, клиентской базы, деловой репутации также является потерей правообладателя. Репутационные потери основаны на доверии потребителя: потребитель, введенный в заблуждение, ожидал от приобретаемых товаров высокое качество, он не понимал, что товар является контрафактным и характеризуется более низким качеством, что приводит к тому, что деловая репутация правообладателя страдает<sup>79</sup>. Это вызывает негативное представление потребителей о правообладателе, что сталкивает его с проблемой упущенной выгоды.

Временное неиспользование товарного знака правообладателем не означает, что потребители не могут быть введены в заблуждение. Интерес в использовании товарного знака сохраняется до тех пор, пока товарный знак

---

<sup>77</sup> Ворожевич А.С. Незаконное использование товарного знака: понятие, меры ответственности [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>78</sup> Ворожевич А.С. Нарушение прав на товарный знак: деликт или неосновательное обогащение [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>79</sup> Ворожевич А.С. Незаконное использование товарного знака: понятие, меры ответственности [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

подлежит охране. Бывают случаи, при которых товарный знак зарегистрирован, но его использование еще не было начато правообладателем, получается, что использование сходного обозначения не приведет к имущественным потерям правообладателя, но его интересы пострадают. У потребителей возникает ассоциация данного обозначения с товаром нарушителя, и правообладателю придется прибегнуть к вспомогательным мерам для восстановления своего положения.

Получается, что если лицо использует обозначение для индивидуализации производимых им товаров, сходное с товарным знаком правообладателя, то это свидетельствует о вероятности введения потребителей в заблуждение. Например, арбитражным судом Ростовской области было установлено, что предприниматель незаконно использовал товарный знак, путем предложения к продаже, реализации товара – маникюрных инструментов, на который нанесены обозначения, сходные до степени смешения с товарным знаком, правообладателем которого является компания «ZINGER»<sup>80</sup>. Однородность товаров была установлена судом. В связи с этим суд пришел к выводу о том, что использование товарного знака сходного до степени смешения с товарным знаком правообладателя может ввести потребителя в заблуждение относительно качества и оригинальности продукции, так как однородные товары предпринимателя будут ассоциироваться у покупателей с продукцией «ZINGER».

Правоприменителю при установлении факта нарушения исключительного права на товарный знак важно учитывать, что частным и общественным интересам не причиняется вред; если используется обозначение сходное до степени смешения с уже зарегистрированным товарным знаком, и при этом у лица нет цели индивидуализировать товар, то потребитель не будет введен в заблуждение. Вероятность смешения есть следствие

---

<sup>80</sup> Решение Арбитражного суда Ростовской области от 20.05.2019 по делу № А53-12111/2019 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: [//sudact.ru/arbitral/doc/k49zpAxjACVx/](https://sudact.ru/arbitral/doc/k49zpAxjACVx/).

неправомерного использования чужого товарного знака, что приводит к тому, что товарный знак перестает выполнять индивидуализирующую функцию. В случае смешения обозначений знак перестает указывать на достоверный источник происхождения товара, если товарный знак, схожий до степени смешения со знаком правообладателя указывает на источник происхождения товара.

Нарушение исключительных прав на товарные знаки может происходить не только путем размещения соответствующих обозначений на товарах, этикетках, упаковках товара, но и в сети «Интернет». Доменные имена также могут быть тождественными или сходными до степени смешения с товарным знаком, что является нарушением исключительного права на товарный знак.

## *2. Особенности нарушений прав на общеизвестные товарные знаки.*

На практике также распространены ситуации нарушения прав на общеизвестный товарный знак. Так, в случае появления на рынке одноименных товаров, правообладатель будет лишен части потребителей, однако, как отмечает А.С. Ворожевич, данное обстоятельство не может повлиять на бизнес правообладателя, покупатели не откажутся от его товаров<sup>81</sup>.

При этом потребитель может быть введен в заблуждение по поводу того, кто на самом деле является производителем товара. Правообладатель в случае, когда на рынке появляются товары конкурентов, может понести потери из-за низкого качества товаров нарушителя, то есть речь идет о репутационных потерях.

В отношении общеизвестных товарных знаков возможно смешение с обозначением иного лица, введение потребителей в заблуждение даже при неоднородности товаров. Тогда как в отношении обычных товарных знаков говорить о степени смешения можно только относительно однородных товаров.

---

<sup>81</sup> Ворожевич А.С. Незаконное использование товарного знака: понятие, меры ответственности [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

В отношении общеизвестных товарных знаков возникает больше ожиданий со стороны потребителей. Так, от узнаваемости бренда зависит вероятность введения потребителя в заблуждение<sup>82</sup>.

Относительно правового регулирования вопроса о нарушении прав на такие знаки имеется положение п. 3 ст. 1508 ГК РФ, согласно которому нарушение исключительного права на общеизвестный товарный знак представляет собой использование сходного с данным товарным знаком обозначения, это касается и неоднородных товаров. При этом использование должно ассоциироваться у потребителей с правообладателем общеизвестного знака, что влечет ущемление его законных интересов.

Так, Арбитражный суд Московской области обязал ООО «ЯМАЛГАЗПРОМ» прекратить использование обозначения, выраженного в словесной форме «ГАЗПРОМ» в фирменном наименовании<sup>83</sup>. В материалах дела было отражено, что спорное обозначение является товарным знаком, зарегистрированным за истцом, и при этом является общеизвестным товарным знаком, который приобрел известность в РФ путем его интенсивного использования. Суд также ссылается на п. 3 ст. 1508 ГК РФ, указывая на ассоциации потребителя спорного обозначения с общеизвестным товарным знаком. Суд указывает, что обозначения могут вводить потребителей в заблуждение, а именно не будет ясно, кто реализует товары, истец и ответчик не могут быть идентифицированы.

А.С. Ворожевич говорит о том, что в случае, когда используется чужой общеизвестный товарный знак и потребители тем самым вводятся нарушителем в заблуждение, должна взыскиваться компенсация по правилам ст. 1515 ГК РФ. Факт нарушения должен быть сопоставлен с введением потребителей в заблуждение. Автор также рассматривает случай, когда нарушители

---

<sup>82</sup> Ворожевич А.С. Незаконное использование товарного знака: понятие, меры ответственности [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>83</sup> Решение Арбитражного суда Московской области от 26.08.2019 по делу № А-41-36132/2019 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://sudact.ru/arbitral/doc/NEBcZs0nyb5l/>.

регистрируют сходные с известными товарными знаками обозначения в отношении не однородных товаров, но в отношении близких товаров. Роспатентом в данном случае не решается вопрос о злоупотреблении правом<sup>84</sup>. Правообладателю остается путем самостоятельных действий оспорить предоставление охраны такому обозначению.

Таким образом, можно отметить, что в отношении однородных товаров следует придерживаться презумпции: товары однородны, следовательно потребители вводятся в заблуждение. При неоднородности товаров необходимо ссылаться на широкую известность товаров при обосновании факта о введении потребителей в заблуждение. При этом, в случае если уже была произведена регистрация товарного знака нарушителя, она должна быть аннулирована – по требованию правообладателя (обладающего приоритетом). У правообладателя также возникает право на обращение с иском в суд о нарушении исключительного права на товарный знак, и он может потребовать взыскание компенсации.

### *3. Недобросовестная конкуренция и злоупотребление правом.*

В правоприменительной практике существует проблема, когда на стадии регистрации товарного знака возникают два самостоятельных нарушения: злоупотребление правом и недобросовестная конкуренция. Часто суды смешивают данные основания и ссылаются как на злоупотребление правом, так и на недобросовестную конкуренцию. На практике и в литературе не выработано единого подхода для разграничения данных составов.

То обстоятельство, что товарный знак за кем-то зарегистрирован, уже говорит о том, что иные субъекты не вправе его использовать. Складывается ситуация, в которой у правообладателя есть преимущество, а интересам конкурентов причиняется вред. Об этом говорит А.С. Ворожевич, Н.В. Козлова. Авторы отмечают, что лица, которые используют товарный знак без согласия

---

<sup>84</sup> Заседание Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам 27 декабря 2013 года [Электронный ресурс] // Сайт Суда по интеллектуальным правам. – Режим доступа: <http://ipc.arbitr.ru/node/13437>.

правообладателя заинтересованы в том, чтобы оспорить недобросовестную регистрацию товарного знака<sup>85</sup>. Однако на практике им приходится «провоцировать» лицо, на чье имя зарегистрирован товарный знак, то есть им приходится фактически продолжать использование чужого товарного знака, пока к ним не предъявят иск о нарушении исключительного права, и только тогда у них появится возможность заявить встречное требование о факте недобросовестной конкуренции со стороны истца.

Если отталкиваться от другого варианта развития событий, то можно указать что, когда товарный знак используется несколькими лицами и один из участников желает зарегистрировать на себя данный товарный знак, данные действия следует признавать недобросовестной конкуренцией. Поскольку здесь имеет место преимущество одного лица перед другими. Действует принцип, согласно которому побеждает лицо, которое действует быстрее остальных. И если будет допустима регистрация таких товарных знаков, то на рынке образуется достаточное количество товарных знаков, которые потеряли свою отличительную черту и не могут индивидуализировать конкретный товар.

При этом не является законной ситуация, когда товарный знак используется несколькими субъектами, которые не состоят друг с другом в договорных правоотношениях. Регистрация товарного знака за одним лицом как бы «исправляет» ситуацию, особенно в том случае, если лицо изначально связывало обозначение со своей продукцией.

Ст. 14.4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» накладывает запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации продукции, работ и услуг, при этом если идет речь

---

<sup>85</sup> Ворожевич А.С., Козлова Н.В. Недобросовестная конкуренция или злоупотребление правом при регистрации товарного знака: проблемы квалификации и способы защиты [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

только о приобретении исключительного права, то недобросовестная конкуренция не допускается в соответствии со ст. 14.8 того же закона<sup>86</sup>.

Д.В. Травников выделяет признаки для действий хозяйствующих субъектов, при наличии которых они могут быть признаны актом недобросовестной конкуренцией<sup>87</sup>.

Так, первым признаком является совершение таких действий, которые будут связаны с приобретением и использованием исключительного права на товарный знак хозяйствующими субъектами. Под данными субъектами в п. 5 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» понимается субъект, который занимается деятельностью, приносящей доход на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации<sup>88</sup>.

Актом недобросовестной конкуренции являются действия правообладателя, связанные с государственной регистрацией и с приобретением исключительного права, а также с его использованием. Под использованием в данном случае следует понимать помимо привычных действий еще и действия по воспрепятствованию использованию товарного знака без разрешения, которые выражаются в направлении претензий, обращении в правоохранительные органы.

Следующим признаком автор называет признак конкуренции. Два хозяйствующих субъекта должны быть конкурентами в предпринимательской деятельности на одном товарном рынке. Такие субъекты должны показывать покупателям свое преимущество перед конкурентами, путем приобретения исключительного права первыми, созданием положительной репутации товарного знака на рынке, за счет снижения затрат на его разработку. Действия

---

<sup>86</sup> Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // Российская газета. – 2006. – № 162.

<sup>87</sup> Травников Д.В. Недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на товарный знак // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2010. № 5 (104). – С. 58.

<sup>88</sup> Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // Российская газета. – 2006. – № 162.



субъектов должны противоречить законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости. Здесь достаточно наличия одного признака.

Далее в качестве признака называется возможность причинения убытков или непосредственно сами убытки, причиненные действиями хозяйствующих субъектов конкурентам, или вред деловой репутации конкурентов. Под убытками в данном случае понимаются различные негативные последствия, например: снижение объемов продаж, невозможность дальнейшего использования товарного знака и другие.

Актом недобросовестной конкуренции может быть признано действие правообладателя направленное на приобретение исключительного права путем государственной регистрации права на товарный знак в соответствии с п. 169 Постановления Пленума ВС РФ № 10<sup>89</sup>. Данное действие также может быть также признано злоупотреблением правом. О недобросовестности лица свидетельствуют недостоверные документы, предоставленные в Роспатент. Также в соответствии с п. 172 Постановления Пленума ВС РФ № 10 актом недобросовестной конкуренции может быть признано незаконное использование ключевых слов, которые являются тождественными или сходными до степени смешения со средством индивидуализации, которое зарегистрировано на другое лицо<sup>90</sup>.

Для признания действий хозяйствующего субъекта актом недобросовестной конкуренции необходим судебный акт или решение Федеральной Антимонопольной службы и ее территориальных подразделений.

#### *4. Незаконное использование предупредительной маркировки.*

Данное нарушение предусматривается в п. 5 ст. 1515 ГК РФ, где говорится о том, что лицо несет ответственность за производство предупредительной маркировки по отношению к незарегистрированному в РФ

---

<sup>89</sup> Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ. – 2019. – № 7.

<sup>90</sup> Там же.

товарному знаку. В отношении данного нарушения также устанавливается уголовная ответственность в ч. 2 ст. 180 УК РФ.

Под предупредительной маркировкой следует понимать знак охраны, право на который возникает у правообладателя в соответствии со ст. 1485 ГК РФ. Следует отметить, что информирование потребителя о наличии исключительного права на товарный знак путем размещения предупредительной маркировки является правом, а не обязанностью правообладателя. Предупредительная маркировка может размещаться только рядом с зарегистрированными товарными знаками, иные действия являются неправомерными. А.А. Кирюхина отмечает, что посредством размещения подобной маркировки, правообладатель уведомляет о том, что ему принадлежит исключительное право на данный товарный знак, и что использование данного обозначения без согласия правообладателя будет являться основанием для привлечения к ответственности<sup>91</sup>.

п. 68 Постановления Пленума ВС РФ №10 указывает на то, что необходимо выделять также одновременное нарушение прав на товарные знаки, обозначения которых могут иметь отличия, не изменяющие существо товарного знака, и при этом в глазах потребителей восприниматься как одно обозначение, такое нарушение следует признавать единым, которое охватывается единством нарушений<sup>92</sup>.

Таким образом, можно отметить, что нарушения исключительного права могут быть разнообразными. Для квалификации деяния в качестве нарушения исключительного права на товарный знак необходимо учитывать все особенности рассмотренных выше нарушений исключительного права на товарные знаки.

---

<sup>91</sup>Кирюхина А.А. Предупредительная маркировка товарного знака: виды, назначение, использование на незарегистрированных обозначениях [Электронный ресурс] // Журнал Суда по интеллектуальным правам. – Режим доступа: <http://ipcmagazine.ru/simply-complicated/warning-marking-of-the-trademark-types-purpose-use-on-unregistered-notations>.

<sup>92</sup> Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ.– 2019. – № 7.

## **2.2. Гражданско-правовые способы защиты права на товарный знак**

Прежде чем дать ответ на вопрос, что собой представляют способы защиты прав на товарные знаки, следует обратиться к общей характеристике особенностей гражданско-правовой защиты интеллектуальных прав.

Интеллектуальные права часто нарушаются третьими лицами, поэтому для них существует особая система мер защиты. Сама по себе защита данных прав выражается через применение мер по признанию и восстановлению этих прав, мер реагирования в случае их нарушения или оспаривания, мер по предотвращению нарушений этих прав<sup>93</sup>.

Следует отметить, что форма защиты – это совокупность последовательно осуществляемых мероприятий, которые направлены на защиту круга законных субъективных прав, интересов субъектов.

Выделяются две формы защиты прав - юрисдикционная и неюрисдикционная. Для первой формы характерно обращение лица, права которого нарушены, к компетентным государственным и судебным органам за защитой и восстановлением нарушенного права. При неюрисдикционной форме управомоченное лицо не обращается к таким органам, а самостоятельными действиями восстанавливает нарушенное право. Данная форма предопределена возможностью самозащиты.

Юрисдикционная форма проявляется в рассмотрении споров Судом по интеллектуальным правам, который выступает в качестве суда первой и кассационной инстанции и рассматривает дела о фактах нарушения прав интеллектуальной собственности. Это определяет существование общего порядка. Специальный порядок проявляется в существовании таких органов, как Палата по патентным спорам в составе Роспатента, таможенные органы. О.С. Авдоница отмечает особую эффективность именно юрисдикционной

---

<sup>93</sup> Рагулина А.В., Никитова А.А. Интеллектуальная собственность: понятие, содержание и защита [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

формы защиты интеллектуальных прав<sup>94</sup>. Она проявляется в соблюдении порядка, который предусматривает возможность обжалования в судебных инстанциях<sup>95</sup>.

Защите должна быть предоставлена авторам, иным правообладателям, лицам, получившим право на основании исключительной лицензии. В суд с требованием о защите интеллектуальных прав могут обратиться как вышеназванные лица, так и их представители, также прокурор с требованием о ликвидации юридического лица на основании ст. 1253 ГК РФ. Способы защиты применяются за каждое использование результата интеллектуальной деятельности без согласия правообладателя.

При нарушении интеллектуальных прав применяются общие способы защиты гражданских прав, предусмотренные ст. 12 ГК РФ, специальные способы, указанные в части четвертой ГК РФ.

Б.М. Гонгало отмечает, что специфика интеллектуальных прав проявляется в их нематериальности, что в свою очередь исключает применение способов защиты, направленных на материальные объекты<sup>96</sup>.

А.В. Рагулина отмечает, что способы следует подразделять на две группы. Первая группа включает в себя меры ответственности, а другая способы, выступающие мерами защиты, о которых пойдет речь в данном параграфе<sup>97</sup>.

Л.А. Новоселова указывает, что при нарушении исключительного права подлежит применению глава 59 ГК РФ и общие положения об обязательствах,

---

<sup>94</sup> Авдониная О.С. Формы и порядок защиты интеллектуальных прав [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>95</sup> Андреев Ю.Н. Механизм гражданско-правовой защиты. Переизд. [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>96</sup> Гонгало Б.М. Учебник "Гражданское право: В 2 т." (том 2) [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>97</sup> Рагулина А.В., Никитова А.А. Интеллектуальная собственность: понятие, содержание и защита [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

поскольку при таком нарушении следует говорить о деликте<sup>98</sup>. В качестве мер защиты исключительного права на товарные знаки используются способы, перечисленные в ст.12 ГК РФ. Автор указывает, что также могут применяться и иные меры, в рамках которых реализуются меры ответственности, и способы, которые не являются мерами ответственности. К последним относятся, например: требование о прекращении нарушения исключительных прав, требование о публикации решения суда о допущенном нарушении и др.

Необходимым условием для применения мер защиты является противоправное поведение лица. Меры защиты применяются независимо от вины.

К мерам защиты Л.А. Новоселова относит следующие меры:

1. Восстановление положения, существовавшего до нарушения права применяется как самостоятельный способ защиты, так и в совокупности с другими способами.

2. Пресечение конкретных действий, которые нарушают право или создают угрозу его нарушения на будущее время. Данный способ применяется в отношении лица, которое допустило нарушение интеллектуальных прав или создало угрозу их нарушения, а так же в отношении лиц, которые могут пресечь данные действия. Здесь можно назвать требование о запрете использования фирменного наименования в отношении деятельности, которая является однородной с той, на которую зарегистрирован товарный знак.

Так, в Арбитражном суде республики Бурятия было заявлено требование о запрете ответчику использовать товарный знак «BOSCH» и обозначение, схожее с ним до степени смешения в доменном имени *bosch-03.ru*<sup>99</sup>. Ответчик использует продукцию, промаркированную товарными знаками «BOSCH», данная продукция являлась однородной с продукцией, на которую

---

<sup>98</sup> Новоселова Л.А. Право интеллектуальной собственности: учебник. [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>99</sup> Решение Арбитражного суда республики Бурятия от 17.09.2019 по делу № А10-3858/2019 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: [//sudact.ru/arbitral/doc/omH83V8ilprf/](http://sudact.ru/arbitral/doc/omH83V8ilprf/).

зарегистрирован товарный знак правообладателя Роберт Бош ГмбХ. Суд признал такое использование незаконным, нарушающим исключительное право на зарегистрированный товарный знак. Также суд делает ссылку на п. 159 Постановления Пленума ВС РФ № 10, где говорится о том, что требование о пресечении действий, нарушающих право на товарный знак, которые проявляются в незаконном использовании доменного имени можно предъявить администратору данного доменного имени. Суд удовлетворил требования истца и признал действия ответчика нарушающими исключительные права истца на товарный знак «BOSCH».

3. Требование об изъятии и уничтожении материального носителя. Изымается в данном случае именно тот носитель, на который были нанесены незаконно используемые товарные знаки или обозначения, сходные с товарным знаком до степени смешения. Данная мера применяется по инициативе правообладателя и за счет нарушителя (п. 2 ст. 1515 ГК РФ), когда производство и введение в оборот продукции – материальных носителей приводит к нарушению исключительного права. Цель данной меры проявляется в восстановлении положения, существовавшего до нарушения исключительного права. П. Садовский, М. Демина отмечают, что в случае необходимости введения таких товаров в оборот в общественных интересах правообладатель может потребовать удаления товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения с товаров, этикеток, упаковок товаров за счет нарушителя<sup>100</sup>. Эта позиция согласуется с п. 2 ст. 1515 ГК РФ. Данное положение закона является исключением, поскольку материальный носитель не изымается и не уничтожается.

---

<sup>100</sup> Садовский П., Демина М. Нарушения прав на товарные знаки в интернете: как выбрать эффективный способ защиты [Электронный ресурс] // Экономика и жизнь. – Режим доступа: <https://www.eg-online.ru/article/283188/>.

Так, например, Арбитражный суд города Москвы отказал в удовлетворении подобных исковых требований<sup>101</sup>. Поскольку, ввиду заявления данных требований, не были предоставлены доказательства наличия товаров у ответчика, также суд ссылается на пп. 4 п. 1 ст. 1252 ГК РФ о том, что данные требования могут быть предъявлены только к недобросовестному приобретателю, что также не было доказано истцом. Из данного судебного решения становится очевидным, что рассматриваемое требование должно предъявляться только в совокупности с доказательствами о наличии товаров у ответчика и доказательствами, подтверждающими недобросовестность приобретателя.

При этом данная мера может влечь за собой и иные последствия. Например, в соответствии с п. 2 ст. 1515 ГК РФ, когда товары вводятся в оборот в общественных интересах, требование правообладателя будет направлено только на удаление с товаров незаконно используемого товарного знака.

4. Уничтожение технических средств и материалов, которые используются для нарушения исключительного права на товарные знаки применяется по решению суда и при наличии доказательств, подтверждающих наличие такого оборудования. Л.А. Новоселова отмечает, что оборудование, используемое для производства контрафактной продукции, есть такое оборудование, которое специально создавалось или приобреталось для указанных целей. Оборудование подлежит уничтожению, при этом не учитывается, в чьей собственности оно находится, и знал ли собственник о нарушении исключительных прав. В связи с изъятием имущества у собственника, который не является нарушителем, появляется право требовать возмещения причиненного вреда. Данная мера может быть отнесена ко второй

---

<sup>101</sup> Решение Арбитражного суда города Москвы от 25.07.2019 по делу № А4-142447/2018 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа://sudact.ru/arbitral/doc/KsnWrHpvfgNr/.

группе указанных мер, а именно к пресечению конкретных действий, поскольку ее цель – это недопущение нарушений в будущем.

5. Публикация судебного решения о допущенном нарушении. Требование в данном случае обращено к нарушителю. Цель данной меры – доведение информации о возникшем нарушении до неопределенного круга лиц. Как отмечает Д. Халилов, в каждом конкретном случае издание, в котором будет опубликовано судебное решение, определяет правообладатель. Так, например, правообладатель товарного знака «Наследие» выдвинул требование опубликовать решение суда о допущенном нарушении в периодическом печатном издании – журнале «Интеллектуальная собственность»<sup>102</sup>. Суд может выбрать иное издание, руководствуясь тем, что опубликование решения в выбранном месте должно быть направлено на восстановление нарушенного права<sup>103</sup>. Также указанный автор отмечает, что необходимо предоставить истцу право определять также электронное издание. На практике данный способ защиты реализуется следующим образом: правообладатель, чье право на товарный знак было нарушено, обращается в суд с данным требованием, в случае удовлетворения заявленного требования судом ответчик обязан обратиться в соответствующий орган средств массовой информации для публикации судебного решения за свой счет<sup>104</sup>.

В качестве общей меры, которая применяется также и для защиты прав на товарные знаки можно назвать признание права. Д.В. Мазаев выделил характерные черты данной меры защиты<sup>105</sup>:

---

<sup>102</sup> Постановление суда по интеллектуальным правам от 11.12.2019 по делу № А54-3645/2016 [Электронный ресурс] // Информационная система РАС-Арбитр. – Режим доступа: [https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/dbae72c0-fbaf-4585-9755-de10d7c31b77/88320b26-d22d-4396-b9a3-04d6181c5c4d/%D0%9054-3645-2016\\_\\_20191211.pdf?isAddStamp=True](https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/dbae72c0-fbaf-4585-9755-de10d7c31b77/88320b26-d22d-4396-b9a3-04d6181c5c4d/%D0%9054-3645-2016__20191211.pdf?isAddStamp=True).

<sup>103</sup> Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ. – 2019. – № 7.

<sup>104</sup> Халилов Д.З. Правовые проблемы приобретения и осуществления исключительных прав на товарный знак и знак обслуживания субъектами предпринимательской деятельности : дис. ... канд. юрид. наук. Москва. – 2014. – С. 129.

<sup>105</sup> Мазаев Д.В. Гражданско-правовая защита прав на товарные знаки. Автореф. дис... канд. юрид. наук. Москва. – 2011. – С. 22.



1. Для применения данной меры защиты необходимо существование спора о праве, о принадлежности права определенному субъекту на законном основании.

2. Суд может отказать в защите права на товарный знак, когда предоставление правовой охраны товарному знаку признано недействительным, также в случае прекращения правовой охраны товарного знака и в случае, если государственная регистрация товарного знака признана злоупотреблением правом.

3. Право может быть признано за правообладателем, пока оно не перешло к другому лицу на основаниях, предусмотренных законом или договором.

Можно отметить, что способы защиты отличаются многообразием. Их необходимо отличать от мер ответственности за нарушение прав на товарные знаки. Выбор того или иного способа обуславливается самим требованием, которое заявляет истец, а также характером нарушения, например, если спор о праве отсутствует, то не может быть заявлено требование о признании права на товарный знак.

### **2.3. Меры гражданско-правовой ответственности за нарушение права на товарный знак**

Как было отмечено в предыдущем параграфе, способы защиты делятся на две группы. Меры защиты были рассмотрены выше, перейдем к характеристике мер ответственности. Мерами гражданско-правовой ответственности за нарушение прав на товарные знаки являются в частности взыскание убытков, взыскание компенсации. Они выражаются в дополнительных обременениях в виде лишения правонарушителя прав, возложения обязанностей на него<sup>106</sup>. О.А. Рузакова отмечает, что данные меры ответственности выполняют компенсаторную функцию, призванную защищать

---

<sup>106</sup> Рагулина А.В., Никитова А.А. Интеллектуальная собственность: понятие, содержание и защита [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

интересы правообладателя, и штрафную<sup>107</sup>. Необходимо отметить, что ответственность за нарушение прав на товарные знаки устанавливается не только гражданским законодательством, но также уголовным и административным. Данные меры применяются посредством государственного принуждения, этот порядок не связан с волеизъявлением правообладателя.

Компенсацию морального вреда нельзя назвать в качестве меры ответственности за нарушение прав на товарный знак, поскольку данная мера применяется только для защиты личных неимущественных прав. Она не применяется в том случае, когда нарушены лишь исключительные права.

Чтобы применить к нарушителю меру ответственности, необходимо установить состав правонарушения, а именно: противоправное поведение лица, которое совершило деяние, наличие убытков или вреда, наличие причинно-следственной связи между противоправным поведением нарушителя и наступившими последствиями, и наличие вины нарушителя. В литературе отмечается, что когда нарушителем были нанесены товарные знаки на товар без согласия правообладателя, то имеет место вина в форме неосторожности, которая может быть грубой или простой<sup>108</sup>. А.С. Ворожевич отмечает, что вина должна учитываться судами при расчете размера компенсации, но отсутствие вины не должно влечь изменения при квалификации действий нарушителя как нарушения исключительного права<sup>109</sup>. При этом, как отмечает Л.А. Новоселова, ответственность может быть наложена и при отсутствии некоторых элементов состава правонарушения<sup>110</sup>. Например, меры ответственности применяются независимо от вины за нарушение интеллектуальных прав, допущенное во

---

<sup>107</sup> Рузакова О.А. Функции ответственности за нарушение исключительного права на товарный знак [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>108</sup> Новоселова Л.А., Ворожевич А.С. Элемент вины в нарушении исключительного права на товарный знак // Российский судья. – 2018. – № 6. – С. 10.

<sup>109</sup> Ворожевич А.С. Незаконное использование товарного знака: понятие, меры ответственности [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>110</sup> Новоселова Л.А. Право интеллектуальной собственности. [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

время осуществления нарушителем предпринимательской деятельности, что предусмотрено абз. 3 п. 3 ст. 1250 ГК РФ, если такое лицо не докажет, что нарушение произошло вследствие непреодолимой силы, чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств. Отсутствие вины доказывается лицом, нарушившим интеллектуальные права (п. 3 ст. 1250 ГК РФ). В Обзоре судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав, также указывается, что компенсация не ставится в зависимость от того обстоятельства, знал ли нарушитель о неправомерности своих действий<sup>111</sup>.

Для осуществления защиты нарушенных прав у правообладателя есть возможность обратиться в суд с одним или несколькими требованиями. Однако нельзя одновременно заявить такие требования, как уплата компенсации и требование о возмещении убытков.

Разберем меры ответственности за нарушение прав на товарные знаки.

Требование о возмещении убытков предъявляется правообладателем или лицензиатом в случае незаконного использования объекта интеллектуальной собственности иными лицами.

Убытки представляют собой расходы, которые складываются из реального ущерба и упущенной выгоды, они могут быть взысканы в полном объеме. В отношении нарушения прав на товарные знаки, средства индивидуализации и интеллектуальные права в целом следует говорить о возмещении упущенной выгоды. Это определяется нематериальным характером интеллектуальных прав. При неправомерном использовании товарных знаков следует говорить именно об упущенной выгоде, так как правообладатель не сможет получить доходы, которые могли бы быть получены при обычных условиях – когда право было бы не нарушено. Однако, некоторые авторы отмечают возможность взыскания реального ущерба,

---

<sup>111</sup> Обзор судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав от 23.09.2015 Президиума Верховного суда Российской Федерации [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

правообладателю в таком случае необходимо доказывать размер причиненных убытков, наличие причинно-следственной связи между действиями нарушителя права и убытками<sup>112</sup>.

Л.А. Новоселова предлагает рассматривать вред от незаконного использования товарного знака в следующих вариантах. Первое – это снижение потребительского спроса, прибыли, которую получают от реализации продукции, маркированной соответствующим товарным знаком. Снижение потребительского спроса в частности может выразиться в том, что потребитель будет введен в заблуждение и приобретет контрафактный товар, или намерено сделает выбор в пользу данного товара ввиду его дешевизны. Также вред может быть выражен в репутационных потерях, в неполученной прибыли, на которую мог рассчитывать правообладатель, например в случае заключения лицензионного соглашения на использование товарного знака, правообладателем могла бы быть получена роялти.

Следует отметить, что возмещение убытков является универсальным и надежным способом защиты интересов правообладателей.

Например, Мичуринский городской суд отказал в возмещении ущерба в виде упущенной выгоды от незаконного использования товарного знака, а именно: было установлено, что Близнецов Д.В. осуществлял хранение алкогольной продукции с целью последующей реализации<sup>113</sup>. Данная продукция была промаркирована товарными знаками: были представлены различные товарные знаки, в том числе коньяк «Hennessy», правообладателю которого были причинены убытки в виде упущенной выгоды. Вся продукция является контрафактной. Однако виновное лицо не реализовало продукцию, и истец тем самым не понес убытки в виде упущенной выгоды. Суд ссылаясь на п. 12 Постановления Пленума ВС РФ от 23 июня 2015г. №25 «О применении

---

<sup>112</sup> Белокопытова Н.Ю., Бешкорева В.Ю., Анучкина А.Д., Кучерова С.А. К вопросу о применении отдельных мер ответственности за незаконное использование товарного знака // Юридический вестник ТГУ. – 2017. – Т. 22. – № 2. – С. 78.

<sup>113</sup> Решение Мичуринского городского суда от 30.06.2017 по делу № 2- 1049/2017 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: //sudact.ru/regular/doc/Hv1eJuGLSerF/.

судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации», суть которого заключается в том, что истец должен доказать наличие убытков, размер которых должен быть установлен с разумной степенью достоверности<sup>114</sup>. Истцом не были предоставлены доказательства о стоимости продукции промаркированной товарным знаком «Hennessy X.O» и, учитывая данное основание, суд отказал в удовлетворении исковых требований, однако пояснил, что истец имеет право потребовать вместо возмещения убытков выплаты компенсации.

Данное судебное решение наглядно демонстрирует, что у суда отсутствует полномочие на изменение вида ответственности за незаконное использование товарного знака по своей инициативе, при этом он может разъяснить, как следует поступить истцу в случае невозможности возмещения убытков.

В качестве отдельного способа следует выделить требование о выплате компенсации, которое применяется в качестве самостоятельной меры или в комплексе с мерами защиты. Компенсацию можно потребовать вместо возмещения убытков, при этом следует доказать факт правонарушения для ее взыскания. Компенсацию возможно потребовать за каждый случай неправомерного использования результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации либо за допущенное правонарушение в целом. Данный случай отражен в Обзоре практики рассмотрения споров о защите интеллектуальных прав Арбитражного суда Вологодской области<sup>115</sup>. В рассматриваемом деле, отраженном в п.1 Обзора, указывается на нарушение ответчиком исключительного права истца на товарные знаки «Крош», «Лосяш», «Совунья» и другие в виде изображения образа персонажей

---

<sup>114</sup> Постановления Пленума ВС РФ от 23.06.2015 №25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>115</sup> Обзор практики рассмотрения споров о защите интеллектуальных прав Арбитражного суда Вологодской области на 1 полугодие 2015г. [Электронный ресурс] // Сайт Арбитражного суда Вологодской области. – Режим доступа: <http://vologda.arbitr.ru/welcome/show/633200027/807>.

анимационного фильма «Смешарики». Право было нарушено путем реализации контрафактной канцелярской продукции с изображением указанных товарных знаков. Суд указывает, что каждый товарный знак в данном случае является самостоятельным объектом исключительных прав, и в соответствии с п. 3 ст. 1252 ГК РФ указывает на возможность выплаты компенсации за каждый случай неправомерного использования средства индивидуализации. Также было учтено, что на одном материальном носителе может быть размещено несколько товарных знаков, нарушение должно признаваться при данном обстоятельстве за размещение каждого товарного знака. Суд принял решение о взыскании компенсации за каждый товарный знак в сумме 100 тыс. руб., по 10 тыс. руб. за каждый товарный знак.

В качестве условия, при котором может быть применена данная мера, можно назвать противоправность поведения. Наличие такого элемента состава, как вред, не является обязательным. Компенсация может быть взыскана независимо от наличия вреда. В связи с этим отпадает необходимость доказывания правообладателем причинения убытков. Достаточно, чтобы он доказал факт нарушения своего исключительного права на товарный знак. Сумма компенсации при этом может складываться из размера причиненных убытков<sup>116</sup>.

Компенсация может определяться по выбору правообладателя в твердой денежной сумме, в пределах от десяти тысяч до пяти миллионов рублей, либо в двукратном размере стоимости контрафактных товаров, на которых незаконно размещен товарный знак, либо в двукратном размере стоимости права использования товарного знака. Правообладатель может изменить выбранный способ, предмет и основание иска от этого не изменится<sup>117</sup>.

---

<sup>116</sup> Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 13.12.2007 № 122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности» [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>117</sup> Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ.– 2019. – № 7.

Такой способ компенсации, как расчет ее в твердой сумме в пределах от 10 тыс. руб. до 5 млн. руб., обусловлен имущественными интересами правообладателя. Суд по своему усмотрению определяет компенсацию, при этом истец должен обосновать свое требование о взыскании той или иной суммы. Суд взыскивает сумму не выше той, которую заявляет в своем требовании истец, но не ниже низшего предела, установленного пп. 1 п. 4 ст. 1515 ГК РФ.

Требование о взыскании компенсации в двукратном размере стоимости контрафактных товаров или права на использование товарного знака также должно быть обосновано, путем предоставления истцом расчетов и обоснований взыскиваемой суммы.

Суд, определяя размер компенсации при заявленном требовании о выплате компенсации в двукратном размере стоимости контрафактных экземпляров, должен учитывать фактическую стоимость данных экземпляров: оптовую или розничную в зависимости от того, на основании каких договоров реализуются данные товары. Как отмечает Э. Гаврилов, учитывать необходимо не фактическую стоимость контрафактных товаров, а стоимость товаров, изготовленных и введенных в оборот без нарушения исключительных прав<sup>118</sup>. При заявленном требовании о выплате компенсации в двукратном размере стоимости права использования товарного знака, суд учитывает цену, которая взималась бы при правомерном использовании способом, к которому прибегнул нарушитель<sup>119</sup>.

Так, арбитражным судом Ярославской области по делу о нарушении прав на товарный знак обществом с ограниченной ответственностью «Вирта» было проанализировано решение нижестоящего суда, которым было взыскано в

---

<sup>118</sup> Гаврилов Э. Компенсация за нарушение исключительного права на товарный знак [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>119</sup> Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ. – 2019. – № 7.

пользу истца компенсация в размере 135 000 рублей<sup>120</sup>. Суд ссылается на положения п. 61, 62 Постановления Пленума ВС РФ № 10, где говорится об обязательном предоставлении расчета и обоснования взыскиваемой суммы, документов, которые подтверждают стоимость права использования либо количество экземпляров и их цену. Также указывает, что компенсация в двукратном размере стоимости контрафактных товаров определяется исходя из фактической стоимости товаров. Факт приобретения контрафактных товаров по одной сделке не имеет существенного значения в рассматриваемом деле.

А.С. Ворожевич отмечает, что такой способ расчета компенсации может применяться и в случае, когда нарушитель не получил прибыль от использования товарного знака; в данном случае компенсация будет носить штрафной характер<sup>121</sup>. Исходя из анализа судебной практики, можно прийти к выводу, что в ранее рассмотренном в данной работе судебном решении Мичуринского городского суда была взыскана именно штрафная компенсация, поскольку продукция с товарным знаком «Hennessy» не была реализована, нарушитель не получил прибыль<sup>122</sup>.

При предъявлении таких требований суд может снизить размер компенсации ниже двукратного размера стоимости контрафактных товаров или двукратного размера стоимости использования товарного знака, но не менее пятидесяти процентов суммы минимальных размеров компенсаций. Невозможность снижения компенсации можно увидеть в Постановлении Арбитражного суда Ярославской области, которое было разобрано выше<sup>123</sup>.

---

<sup>120</sup> Постановление Арбитражного суда Ярославской области от 12.09.2019 по делу № А82-3631/2019 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: [//sudact.ru/arbitral/doc/1JIXNxVtUTNr/](http://sudact.ru/arbitral/doc/1JIXNxVtUTNr/).

<sup>121</sup> Ворожевич А.С. Незаконное использование товарного знака: понятие, меры ответственности [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>122</sup> Решение Мичуринского городского суда от 30 июня 2017 г. по делу № 2- 1049/2017 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: [//sudact.ru/regular/doc/Hv1eJuGLSerF/](http://sudact.ru/regular/doc/Hv1eJuGLSerF/).

<sup>123</sup> Постановление Арбитражного суда Ярославской области от 12 сентября 2019 г. по делу № А82-3631/2019 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: [//sudact.ru/arbitral/doc/1JIXNxVtUTNr/](http://sudact.ru/arbitral/doc/1JIXNxVtUTNr/).



Судом указывается на положение о том, что снижение размера компенсации обусловлено одновременным наличием ряда критериев, обязанность доказывания которых лежит на ответчике. Ответчик же ссылался на то, что взысканию подлежит компенсация за одно нарушение, что не верно с точки зрения законодателя, так как под защиту попадают права на каждый результат интеллектуальной деятельности.

При этом размер компенсации устанавливается судом в зависимости от характера нарушения, срока использования, вины нарушителя, размера причиненного вреда.

В случае нарушения прав на несколько средств индивидуализации – на несколько товарных знаков каждый случай следует рассматривать как несколько самостоятельных оснований для применения мер защиты интеллектуальных прав, это же положение применимо и к компенсации. Л.А. Новоселова говорит о том, что здесь следует говорить об используемых обозначениях, количество материальных носителей не должно приниматься во внимание<sup>124</sup>. Количество нарушений должно определяться именно количеством использованных товарных знаков, а не единицами товара.

Постановление Пленума ВС РФ № 10 отдельно называет нарушения, когда товарный знак используется вместе с еще одним результатом интеллектуальной деятельности или средством индивидуализации<sup>125</sup>. В таком случае компенсация за нарушение прав на каждый из объектов определяется самостоятельно.

В отдельных случаях можно говорить о снижении размера компенсации, в частности Постановление Пленума ВС РФ №10 говорит о возможности снижения размера компенсации, в случае когда нарушены права на несколько результатов интеллектуальной деятельности или средств индивидуализации,

---

<sup>124</sup> Новоселова Л.А. Право интеллектуальной собственности: учебник. [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

<sup>125</sup> Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ. – 2019. – № 7.

которые связаны между собой (произведение и товарный знак, в котором использовано это произведение, товарный знак и промышленный образец), а также в случае нарушения прав на несколько объектов, которые не связаны между собой (продажа товара с нанесенными на него разными товарными знаками)<sup>126</sup>. При наличии таких обстоятельств размер компенсации может быть снижен судом, но не ниже пределов, установленных законом. Также отмечается, что часто суды прибегают к снижению размера компенсации, когда нарушитель добровольно удаляет товарный знак правообладателя, размещенный без соответствующего разрешения, или прекращает нарушение, выраженное в иной форме<sup>127</sup>. Е.А. Свиридова говорит о том, что суды учитывают в качестве основания для снижения размера компенсации и тяжелое материальное положение ответчика в условиях финансового кризиса, прекращение им предпринимательской деятельности, тяжелое материальное положение, связанное за необходимостью ухода за престарелым отцом, отсутствие значительных убытков у истца, наличие у ответчика четверых несовершеннолетних детей.

Е.А. Свиридова указывает на невозможность взыскания компенсации в случае, когда товарный знак был зарегистрирован только для подавления экономической самостоятельности иных субъектов, получения дохода за счет взыскания компенсации за нарушение своего исключительного права<sup>128</sup>. То есть в данном случае следует говорить о запрете взыскания компенсации, который устанавливается по отношению к правообладателю и его действиям, а не к незаконному использованию товарного знака иным лицом.

Компенсация может быть взыскана в пользу лица, которое являлось правообладателем на момент совершения нарушения. Также согласно

---

<sup>126</sup>Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ. – 2019. – № 7.

<sup>127</sup> Белокопытова Н.Ю., Бешкорева В.Ю., Анучкина А.Д., Кучерова С.А. К вопросу о применении отдельных мер ответственности за незаконное использование товарного знака // Юридический вестник ТГУ. – 2017. – Т. 22. – № 2. – С. 78.

<sup>128</sup> Свиридова Е.А. Незаконное использование чужого товарного знака как акт недобросовестной конкуренции // Образование и право. – 2016. – № 9. – С. 110.

п. 3 ст. 1229 ГК РФ соправообладатель может принимать меры по защите своих прав, при этом в случае заявления требования о компенсации такой правообладатель будет иметь право на долю компенсации.

Е. Зяблов выделяет такой случай взыскания компенсации, при котором товарный знак используется третьими лицами до принятия решения Роспатентом о регистрации товарного знака за правообладателем, которым уже подана заявка в Роспатент<sup>129</sup>. То есть на практике встречаются случаи, когда компенсация взыскивается за неправомерное использование товарного знака в период между подачей заявки и принятием Роспатентом решения о регистрации товарного знака.

В п. 4 ст. 1250 ГК РФ устанавливается возможность регрессного требования. Так, в случае, когда невиновное лицо выплачивает убытки или компенсацию, оно вправе предъявить регрессное требование о возмещении понесенных убытков, включая суммы, выплаченные третьим лицам. При этом необходимо доказывать свою невиновность для обоснования права на иск. Нельзя привлечь лицо к ответственности по основному и по регрессному иску<sup>130</sup>.

Таким образом, можно отметить, что взыскание компенсации является на сегодняшний день мерой ответственности, которая наиболее часто используется на практике. Это вызвано тем, что она может использоваться наряду с применением иных мер защиты и мер ответственности. Также несомненным преимуществом для правообладателя является отсутствие необходимости доказывания размера причиненных убытков, на нем лежит обязанность лишь по доказыванию факта нарушения исключительного права.

---

<sup>129</sup> Зяблов Е. Когда правообладатель товарного знака не сможет взыскать компенсацию за его использование третьими лицами? [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал Гарант.ру. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/ia/opinion/author/zyablov/1236250/>.

<sup>130</sup> Новоселова Л.А., Ворожевич А.С. Элемент вины в нарушении исключительного права на товарный знак // Российский судья. – 2018. – № 6. – С. 11.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках данной работы удалось выявить множество проблемных вопросов в отношении защиты исключительного права на товарный знак.

Поставленная в начале работы цель (исследовать вопрос о защите исключительного права на товарный знак и выявить связанные с этим проблемы) была достигнута.

Был выявлен следующий круг проблем и предложены следующие решения.

Применительно к понятию товарного знака в литературе не сложилось единого подхода. В настоящей работе сделан вывод о том, что товарный знак – это средство индивидуализации товаров юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, представляющее собой изображение, представленное в различных вариациях, размещаемое на товаре, его упаковке или сопроводительной документации.

Важно разграничивать товарный знак с иными средствами индивидуализации, а также смежными понятиями: «бренд», «логотип» и др. Следует также учитывать возможность смешения товарного знака с фирменными наименованиями (для разрешения споров по данной категории дел необходимо применять принцип старшинства), с доменными именами, которые не относятся к каким-либо видам товарного знака и могут рассматриваться, скорее, в качестве способа использования товарного знака.

Существование разных видов товарных знаков не говорит о равной степени их использования. Наиболее распространены словесные товарные знаки, так как обладают наибольшей различительной способностью в глазах потребителей. Отдельно в ГК РФ урегулирован режим коллективного товарного знака, который на практике не очень востребован, что связано с дополнительными обязанностями, которые возлагаются на правообладателей подобных товарных знаков.

Проблема многочисленных отказов в государственной регистрации товарного знака связана с тем, что судам приходится тщательно анализировать

нормы ст. 1483 ГК РФ и прибегать к формулированию собственных выводов относительно применения правил об основаниях отказа в регистрации, поскольку эти нормы не учитывают всех нюансов, которые должны быть учтены при решении указанного вопроса, например:

1. В отношении обозначений, указанных в п. 4 ст. 1483 ГК РФ, законодатель не устанавливает критерии разрешения спора. В отношении данных обозначений необходимо исследовать вопрос о том, что оно включает в себя, имеет ли оно символику органов, давших свое согласие. После этого должен решаться вопрос о принятии писем-согласий в качестве согласий собственников.

2. Суды при рассмотрении споров о сходстве товарных знаков, а также Роспатент принимают во внимание отличия, которые носят второстепенный характер, что является неправомерным. Здесь важно учитывать сходство обозначений по фонетическому и семантическому свойствам, которые являются критериями сходства до степени смешения. При наличии такого сходства в регистрации товарного знака должно быть отказано.

3. Возникает проблема относительно признания использования цитаты в качестве товарного знака. Для признания применения цитаты в соответствии с пп. 1 п. 9 ст. 1483 ГК РФ она должна быть узнаваема как часть конкретного произведения. Цитата должна являться высказыванием или выдержкой из текста с определенной смысловой нагрузкой. Несоответствие указанным требованиям должно влечь отказ в регистрации обозначения в качестве товарного знака.

Выявлена проблема, связанная с досрочным прекращением правовой охраны товарного знака, а именно с тем, как необходимо устанавливать использование правообладателем принадлежащего ему товарного знака в отношении тех позиций МКТУ, для которых он зарегистрирован. Установлено, что для этого необходимо смотреть на способы, предусмотренные п. 2 ст. 1484 ГК РФ, обстоятельства введения в гражданский оборот и доведения до потребителя товаров, маркированных товарным знаком правообладателя.

Установлено отсутствие классификации нарушений исключительного права на товарные знаки в законе и литературе, в связи с этим приведена общая классификация указанных нарушений: 1 – использование обозначений, сходных до степени смешения, 2 – нарушение прав на общеизвестные товарные знаки, 3 – недобросовестная конкуренция и злоупотребление правом, 4 – незаконное использование предупредительной маркировки.

Необходимо разграничивать меры защиты и меры ответственности за нарушение исключительного права на товарный знак. Выбор того или иного способа защиты во многом обусловлен характером правонарушения, непосредственно самим требованием, которое заявляет пострадавшая сторона.

Взыскание убытков, как мера ответственности, применяется только в том случае, если будет доказан размер причиненных убытков. На практике не всегда возможно это сделать, поскольку не выработана единая методика расчета убытков. Часто невозможно определить причинно-следственные связи между деянием – незаконным использованием товарного знака и размером причиненного ущерба. Все это приводит к тому, что взыскание убытков в качестве меры ответственности используется правообладателями крайне редко.

В связи с применением компенсации, как меры ответственности, возникает проблема, связанная с тем, что законодатель устанавливает лишь ограниченный перечень обстоятельств, при наличии которых размер компенсации может быть снижен судом. Суду также не предоставляется возможность самостоятельного расчета суммы компенсации, у него есть лишь право на снижение данной компенсации в установленных законом случаях. Также проблема заключается в необходимости заявления данного требования ответчиком, на которого возложена обязанность по доказыванию необходимости снижения размера компенсации.

Таким образом, можно отметить, что в связи с существованием указанного перечня проблем, защита исключительного права на товарный знак является актуальной и важной темой.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

## Нормативно-правовые акты

1. Конвенция по охране промышленной собственности (Заключена в Париже 20 марта 1883г.) (ред. от 20 октября 1979 г.) [Электронный ресурс]. // Справочно-правовая система «Гарант». – Режим доступа: <http://base.garant.ru/10106592/>.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 18.07.2019) [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

3. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ // Российская газета. – 2006. – № 162.

4. Приказ Минэкономразвития России от 20.07.2015 № 482 «Об утверждении Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания...» [Электронный ресурс]. // Экономика и жизнь. – Режим доступа: <https://www.eg-online.ru/document/regulatory/293064/>.

## Специальная литература

5. Авдоница О.С. Формы и порядок защиты интеллектуальных прав [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

6. Андреев Ю.Н. Механизм гражданско-правовой защиты. Переизд. [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

7. Анишин А.А., Хромов А.В. Принцип исчерпания права на товарный знак и параллельный импорт в России: настоящее и будущее [Электронный ресурс] // Журнал Суда по интеллектуальным правам. – Режим доступа:

<http://ipcmagazine.ru/trademark-law/the-principle-of-the-exhaustion-of-the-right-to-a-trademark-and-parallel-imports-in-russia-the-present-and-the-future>.

8. Белокопытова Н.Ю., Бешкореева В.Ю., Анучкина А.Д., Кучерова С.А. К вопросу о применении отдельных мер ответственности за незаконное использование товарного знака // Юридический вестник ТГУ. – 2017. – Т. 22. – № 2. – С. 76-81.

9. Ворожевич А.С. Граница исключительных прав на товарные знаки. Значение репутации (гудвилл) товарных знаков [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

10. Ворожевич А.С. Нарушение прав на товарный знак: деликт или неосновательное обогащение [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

11. Ворожевич А.С. Незаконное использование товарного знака: понятие, меры ответственности [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

12. Ворожевич А.С., Козлова Н.В. Недобросовестная конкуренция или злоупотребление правом при регистрации товарного знака: проблемы квалификации и способы защиты [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

13. Гаврилов Э. Компенсация за нарушение исключительного права на товарный знак [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

14. Гонгало Б.М. Учебник "Гражданское право: В 2 т." (том 2) [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

15. Городов О.А. Право на средства индивидуализации: товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, коммерческие обозначения. – М.: Волтерс Клувер. – 2006. – 448 с.



16. Гришаев С. П. Интеллектуальная собственность: учебное пособие. – М.: Юристъ. – 2004. – С. 552.
17. Гришаев С.П. Эволюция законодательства об объектах гражданских прав [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
18. Дедков Е. А. Пресечение и запрещение нарушения исключительного права // Хозяйство и право. – 2011. – № 2. – С. 88–96.
19. Дозорцев В.А. Интеллектуальные права. Понятие. Система. Задачи кодификации. М.: Статут. – 2003. – 415 с.
20. Зяблов Е. Когда правообладатель товарного знака не сможет взыскать компенсацию за его использование третьими лицами? [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Гарант». – Режим доступа: <https://www.garant.ru/ia/opinion/author/zyablov/1236250/>.
21. Иванова Е.Г. История развития понятия товарного знака и его функций // Юридическая наука. – 2014. – № 3. – С. 48-51.
22. Карабанов А.Л., Доронина М.В. Товарный знак: как создать и защитить [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
23. Кирюхина А.А. Предупредительная маркировка товарного знака: виды, назначение, использование на незарегистрированных обозначениях [Электронный ресурс] // Журнал Суда по интеллектуальным правам. – Режим доступа: <http://ipcmagazine.ru/simply-complicated/warning-marking-of-the-trademark-types-purpose-use-on-unregistered-notations>.
24. Коник Н.В. Товарные знаки и бренды. – М.: Управление персоналом. – 2006. – 144 с.
25. Котельникова З.В. Товар с чужим лицом, или почему правообладатели торговых марок попустительствуют контрафакту? // Экономика и бизнес. – 2008. – № 4. – С. 30-48.
26. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс. – 1991. – 657 с.

27. Курлаев О.А. Правовое регулирование использования исключительных прав на товарный знак и знак обслуживания: Автореферат дис...канд. юр. наук.– 2007. – 45 с.
28. Мазаев Д.В. Гражданско-правовая защита прав на товарные знаки. Автореф. дис... канд. юрид. наук. Москва. – 2011. – 30 с.
29. Мамиофа И. Э. Понятие и определение товарного знака // Практика изобретательской и патентно-лицензионной работы. – 1981. – 216 с.
30. Наврузалиева В. Н. Понятие и признаки товарных знаков и знаков обслуживания в современных условиях рыночной экономики // Гуманитарные и юридические исследования. – 2013. – № 3. – С. 54-56.
31. Назарова Н. Исчерпание исключительного права на товарный знак [Электронный ресурс] // Сайт Закон.ру. – Режим доступа: [https://zakon.ru/blog/2018/3/26/ischerpanie\\_isklyuchitelnogo\\_prava\\_na\\_tovarnyj\\_znak](https://zakon.ru/blog/2018/3/26/ischerpanie_isklyuchitelnogo_prava_na_tovarnyj_znak).
32. Новоселова Л.А, Ворожевич А.С. Элемент вины в нарушении исключительного права на товарный знак // Российский судья. – 2018. – № 6. – С. 9 – 14.
33. Новоселова Л.А. Права на товарный знак [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
34. Новоселова Л.А. Право интеллектуальной собственности: учебник. [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
35. Нургалаев М.С. Понятие товарного знака и исключительного права на него // Право: история, теория, практика: материалы III Междунар. науч. конф. – Санкт-Петербург. – 2015. – С. 80-83.
36. Оноприенко О.Ф. Интеллектуальные права на селекционные достижения в России // Патенты и лицензии. – 2010. – № 3. – С. 10–18.

37. Перелыгин К.И. Использование товарных знаков в доменных именах // Журнал Суда по интеллектуальным правам. – 2016. – № 12. – С. 78-87.

38. Полтавченко А.Г. Понятие и признаки товарных знаков в отечественной доктрине международного частного права в контексте их трансграничного коммерческого оборота [Электронный ресурс] // Юридический портал Center Bereg. – Режим доступа: <http://center-bereg.ru/b5727.html>.

39. Рагулина А.В., Никитова А.А. Интеллектуальная собственность: понятие, содержание и защита [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

40. Раевич С.И. Исключительные права. Право на товарные знаки, промышленные образцы, изобретения, авторское право. Л.. – 1926. – 139 с.

41. Романов С.С. Товарный знак: понятие и виды // Таврический научный обозреватель. – 2006. – № 12 (17). – С. 67-71.

42. Рузакова О.А. Функции ответственности за нарушение исключительного права на товарный знак [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

43. Садовский П., Демина М. Нарушения прав на товарные знаки в интернете: как выбрать эффективный способ защиты [Электронный ресурс] // Экономика и жизнь. – Режим доступа: <https://www.eg-online.ru/article/283188/>.

44. Свиридова Е.А. Незаконное использование чужого товарного знака как акт недобросовестной конкуренции // Образование и право. – 2016. – № 9. – С. 107-114.

45. Сергеев В.М. Экспертиза товарных знаков // Ленингр. – 1984. – 27 с.

46. Сокольников Ю. Товарный знак и логотипы. – М.: Тигра. – 2003. – 276 с.

47. Стадульская Н.А. Ассоциативная основа воздействующей функции эффективных товарных знаков // Известия вузов. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2007. – № 4. – С. 82-87.

48. Суспицына М.В. Злоупотребляет ли правом на товарный знак правообладатель, не использующий его? // Вестник экономического правосудия Российской Федерации. – 2015. – № 8. – С. 15-19.

49. Тетцоева З. Возможно ли совладение исключительным правом на товарный знак? // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2018. – № 9.– С. 5-12.

50. Травников Д.В. Недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на товарный знак // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2010. – № 5 (104). – С. 58-66.

51. Халилов Д.З. Правовые проблемы приобретения и осуществления исключительных прав на товарный знак и знак обслуживания субъектами предпринимательской деятельности : дис. ... канд. юрид. наук. Москва. – 2014. – 169 с.

52. Хусаинов Р.И. Свободное использование товарного знака в интернете без разрешения правообладателя // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. – 2018. – № 11. – С. 25-29.

53. Якубова Д.Н. Оценка стоимости товарного знака доходным подходом [Электронный ресурс] // Сайт Оценщик.ру. – Режим доступа: <http://www.ocenchik.ru/docs/207.html>.

### **Судебная практика**

54. Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 13.12.2007 № 122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности» [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

55. Обзор практики рассмотрения споров о защите интеллектуальных прав Арбитражного суда Вологодской области на 1 полугодие 2015г. [Электронный ресурс] // Сайт Арбитражного суда Вологодской области. – Режим доступа: <http://vologda.arbitr.ru/welcome/show/633200027/807>.

56. Обзор судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав от 23.09.2015 Президиума Верховного суда Российской Федерации [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

57. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 4.10.2019 № 300-ЭС19-12932 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

58. Определение Верховного Суда РФ от 03.07.2018 № 305-КГ18-2488 по делу № А40-210165/2016 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

59. Определение Конституционного Суда РФ от 02.10.2003 № 393 «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы общества с ограниченной ответственностью "Продюсерская фирма "Самый вкус" на нарушение конституционных прав и свобод положением пункта 3 статьи 22 Закона Российской Федерации "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

60. Постановление Арбитражного суда Ярославской области от 12.09.2019 по делу № А82-3631/2019 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://sudact.ru/arbitral/doc/1JIXNхVtUTNr/>.

61. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ.– 2019. – № 7.

62. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 26.04.2007 № 14 «О практике рассмотрения судами уголовных дел о нарушении авторских,

смежных, изобретательских и патентных прав, а также о незаконном использовании товарного знака» // Бюллетень Верховного Суда РФ. – 2007. – № 7.

63. Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 7.10.2019 по делу № СИП-793/2018 [Электронный ресурс]. // Информационная система РАС-Арбитр. – Режим доступа: [https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/01ae9264-804a-406a-bbe8-8da4e41daaf0/7cbc95a5-05d8-4bbb-a6d5-e7636d8a2520/%D0%A1%D0%98%D0%9F-793-2018\\_\\_20191007.pdf?isAddStamp=True](https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/01ae9264-804a-406a-bbe8-8da4e41daaf0/7cbc95a5-05d8-4bbb-a6d5-e7636d8a2520/%D0%A1%D0%98%D0%9F-793-2018__20191007.pdf?isAddStamp=True).

64. Постановление Пятого арбитражного апелляционного суда от 28.01.2016 № 05АП-11609/2015 по делу № А51-20620/2015 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

65. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 1.08.2019 по делу № СИП-677/2018 [Электронный ресурс] // Информационная система РАС-Арбитр. – Режим доступа: [https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/9d23ae0c-656d-45db-836c-4668361cadf6/6e05b23b-f326-4685-9bb5-ba2a8ad345cd/%D0%A1%D0%98%D0%9F-677-2018\\_\\_20190801.pdf?isAddStamp=True](https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/9d23ae0c-656d-45db-836c-4668361cadf6/6e05b23b-f326-4685-9bb5-ba2a8ad345cd/%D0%A1%D0%98%D0%9F-677-2018__20190801.pdf?isAddStamp=True).

66. Постановление суда по интеллектуальным правам от 11.12.2019 по делу № А54-3645/2016 [Электронный ресурс] // Информационная система РАС-Арбитр. – Режим доступа: [https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/dbae72c0-fbaf-4585-9755-de10d7c31b77/88320b26-d22d-4396-b9a3-04d6181c5c4d/%D0%9054-3645-2016\\_\\_20191211.pdf?isAddStamp=True](https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/dbae72c0-fbaf-4585-9755-de10d7c31b77/88320b26-d22d-4396-b9a3-04d6181c5c4d/%D0%9054-3645-2016__20191211.pdf?isAddStamp=True).

67. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 16.07.2018 № С01-335/2018 по делу N А33-25467/2016 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SIP&n=41238#08072038656121265>.

68. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 19.09.2019 по делу № СИП-23/2019 [Электронный ресурс] // Информационная система КАД-Арбитр. – Режим доступа: [https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/f6e1adb6-e400-4194-b55d-17f484d3b357/8051f957-858a-41fd-8ac8-78aea11f11fe/SIP-23-2019\\_20190919\\_Reshenija\\_i\\_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True](https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/f6e1adb6-e400-4194-b55d-17f484d3b357/8051f957-858a-41fd-8ac8-78aea11f11fe/SIP-23-2019_20190919_Reshenija_i_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True).

69. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 28.11.2017 № С01-872/2017 по делу № А60-8440/2017 [Электронный ресурс]. // Справочно-правовая система «Гарант». – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71749592/>.

70. Постановления Пленума ВС РФ от 23.06.2015 №25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

71. Решение Арбитражного суда города Москвы от 25.07.2019 по делу № А4-142447/2018 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://sudact.ru/arbitral/doc/KsnWrHpvfgNr/>.

72. Решение Арбитражного суда Еврейской автономной области от 15.08.2019 по делу № А16-1847/2019 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://sudact.ru/arbitral/doc/EiRwUMOAJqdh/>.

73. Решение Арбитражного суда Московской области от 26.08.2019 по делу № А-41-36132/2019 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://sudact.ru/arbitral/doc/NEVcZs0nyb5l/>.

74. Решение арбитражного суда Новосибирской области от 10.04.2020 по делу № А45-1172/2020 [Электронный ресурс] // Информационная система РАС-Арбитр. – Режим доступа: [https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/1928d79f-7f8e-4ce7-8ac2-6291b2bb6349/e54d0abe-f86f-458c-90b3-a9e603bce89b/%D0%9045-1172-2020\\_\\_20200410.pdf?isAddStamp=True](https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/1928d79f-7f8e-4ce7-8ac2-6291b2bb6349/e54d0abe-f86f-458c-90b3-a9e603bce89b/%D0%9045-1172-2020__20200410.pdf?isAddStamp=True).

75. Решение Арбитражного суда республики Бурятия от 17.09.2019 по делу № А10-3858/2019 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: [//sudact.ru/arbitral/doc/omH83V8ilpr/](http://sudact.ru/arbitral/doc/omH83V8ilpr/).

76. Решение Арбитражного суда Ростовской области от 20.05.2016 по делу № А 53-12111/2019 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: [//sudact.ru/arbitral/doc/k49zpAxjACVx/](http://sudact.ru/arbitral/doc/k49zpAxjACVx/).

77. Решение Арбитражного суда Санкт-Петербурга и Ленинградской области от 16.10.2019 по делу № А56-34295/2019 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: [//sudact.ru/arbitral/doc/nlzbZPUjRto5/](http://sudact.ru/arbitral/doc/nlzbZPUjRto5/).

78. Решение Мичуринского городского суда от 30.06.2017 по делу № 2-1049/2017 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: [//sudact.ru/regular/doc/Hv1eJuGLSerF/](http://sudact.ru/regular/doc/Hv1eJuGLSerF/).

79. Решение Суда по интеллектуальным правам от 04.07.2017 по делу № СИП-134/2017 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

80. Решение Суда по интеллектуальным правам от 10.01.2018 по делу № СИП-602/2017 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Гарант». – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71752008/>.

81. Решение Суда по интеллектуальным правам от 15.11.2019 по делу № СИП-539/2019 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Гарант». – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72960116/?prime>.

82. Решение Суда по интеллектуальным правам от 19.12.2019 по делу № СИП-23-2019 [Электронный ресурс] // Информационная система КАД-Арбитр. – Режим доступа: [https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/f6e1adb6-e400-4194-b55d-17f484d3b357/ab0eb97d-8801-4645-ab88-014c0f7f16c3/SIP-23-2019\\_20191219\\_Reshenija\\_i\\_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True](https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/f6e1adb6-e400-4194-b55d-17f484d3b357/ab0eb97d-8801-4645-ab88-014c0f7f16c3/SIP-23-2019_20191219_Reshenija_i_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True).



83. Решение Суда по интеллектуальным правам от 24.12.2019 по делу № СИП-479/2019 [Электронный ресурс] // Информационная система РАС-Арбитр. – Режим доступа: [https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/794b5b05-1c2a-4676-8811-ac704e270ad8/e77197d0-238f-4c1a-a2ca-d30eb30e73bd/%D0%A1%D0%98%D0%9F-479-2019\\_\\_20191224.pdf?isAddStamp=True](https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/794b5b05-1c2a-4676-8811-ac704e270ad8/e77197d0-238f-4c1a-a2ca-d30eb30e73bd/%D0%A1%D0%98%D0%9F-479-2019__20191224.pdf?isAddStamp=True).

84. Решение Суда по интеллектуальным правам от 25.04.2019 по делу № СИП-343/2018 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

85. Решение Суда по интеллектуальным правам от 28.01.2020 по делу № СИП-482/2019 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.

86. Решение Суда по интеллектуальным правам от 28.08.2018 по делу № СИП-358/2018 [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

87. Решение Суда по интеллектуальным правам от 5.04.2019 по делу № СИП-677/2018 [Электронный ресурс] // Информационная система РАС-Арбитр. – Режим доступа: [https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/9d23ae0c-656d-45db-836c-4668361cadf6/6e137c7d-c1e9-495e-86df-14679337492d/%D0%A1%D0%98%D0%9F-677-2018\\_\\_20190405.pdf?isAddStamp=True](https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/9d23ae0c-656d-45db-836c-4668361cadf6/6e137c7d-c1e9-495e-86df-14679337492d/%D0%A1%D0%98%D0%9F-677-2018__20190405.pdf?isAddStamp=True).

88. Решение Суда по интеллектуальным правам от 6.11.2019 по делу № СИП-391/2019 [Электронный ресурс]. // Справочно-правовая система «Гарант». – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72874532/>.

### **Электронные ресурсы**

89. Заседание Научно-консультативного совета при Суда по интеллектуальным правам 27 декабря 2013 года [Электронный ресурс] // Сайт Суда по интеллектуальным правам. – Режим доступа: <http://ipc.arbitr.ru/node/13437>.

90. Онлайн патент [Электронный ресурс] // Сайт Онлайн патент.  
– Режим доступа: <https://onlinepatent.ru/trademarks/>.

91. Письмо Северо-Западного таможенного управления РФ от 03.11.2000 № 01-28-07/12862 «О рекомендациях по совершенствованию процедуры контроля таможенной стоимости» [Электронный ресурс] // Сайт ВСЕ О ТАМОЖНЕ. – Режим доступа: <https://www.tks.ru/news/law/2000/12/19/0009>.

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Юридический  
институт  
Гражданского права  
кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

Качур - Н.Ф.Качур  
подпись      инициалы, фамилия

« 26 » июня 20 20 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

40.03.01. Юриспруденция

Защита исключительного права на товарный знак

Научный руководитель Кратенко 19.06.20 доцент, к.ю.н.      М.В. Кратенко  
подпись, дата      должность, ученая степень      инициалы, фамилия

Выпускник Кириллова 19.06.2020      Д.Д. Кириллова  
подпись, дата      инициалы, фамилия

Красноярск 2020