

## ПРАВО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

**Власюк М.М.**

*студентка,*

*Національний університет «Одеська юридична академія»*

### **ПРАВОВА ОХОРОНА ДОБРЕ ВІДОМИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК**

Найбільшою довірою у споживачів користуються знаки тих виробників, які завдяки гарній якості продукції та значним витратам на рекламну кампанію, а також своїй наполегливій праці на ринку завоювали собі добре ім'я. Такі знаки зазвичай відомі широкому колу споживачів – їх називають загальновідомими, добре відомими (англ. well-known), знаменитими або знаками, що мають добре ім'я. Кожного дня люди споглядають з екранів телевізорів та полиць супермаркетів неймовірну кількість різноманітних позначень. Саме вони допомагають впізнати товар, ідентифікувати його виробника або просто привертають увагу до себе, тим самим змушуючи споживача придбати його.

Як тільки позначення стає популярним, кількість його недобросовісних користувачів пропорційно збільшується. Часто відома торгова марка з'являється на товарах, які його власник ніколи не випускав у світ, але у споживачів, які про це не здогадуються, такий товар викликає чітку асоціацію із її власником. Саме тому, одна із важливих ролей у цьому життєвому циклі відводиться охороні торговельної марки.

Згідно ст. 492 ЦКУ торговельною маркою може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами. Такими позначеннями можуть бути, зокрема, слова, літери, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів [3, ст. 492].

Поняття добре відомого знака в Законі та міжнародних актах не визначено, але з аналізу їх змісту добре відомий знак можна визначити як знак, який став відомим на Україні в певному секторі суспільства як знак певної особи і якому надано правову охорону відповідно до ст. 6 bis Паризької конвенції.

Слід зазначити, що раніше у вітчизняній доктрині здійснювалися спроби розмежувати поняття «загальновідомі знаки» та «знамениті знаки» або «знаки, що мають добре ім'я». Різниця між ними полягає в

тому, що загальновідомі знаки відомі певному сектору суспільства та охороняються незалежно від їх реєстрації чи використання в країні, де вимагається правова охорона, щодо товарів і послуг, для яких вони зазвичай використовуються, тоді як знамениті знаки відомі широкому загалу населення і отримують правову охорону щодо неоднорідних товарів і послуг за умови їх реєстрації в країні, де вимагається правова охорона [5, с. 204]. Однак таке розмежування не знайшло відображення в положеннях Угоди ТРІПС, Спільних рекомендаціях та в національному законодавстві. Це свідчить про те, що добре відомий знак містить в собі ознаки обох цих понять. На сьогодні в Україні добре відомими визнано більш ніж 100 різних торговельних марок та позначень, серед яких: МТС, GOOGLE, Nemiroff, ЗАЗ, УкрАвто, McDONALD'S та інші.

Правовою основою визнання торговельних марок добре відомими в Україні є положення ст. 6 bis Паризької конвенції про охорону промислової власності та ст. 25 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», Порядку визнання знака добре відомим в Україні Апеляційною палатою Державної служби інтелектуальної власності України, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 15 квітня 2005 р. № 228.

У статті 6 bis Паризької конвенції йдеться про те, що країни Союзу зобов'язуються чи то з ініціативи адміністрації, якщо це допускається законодавством країни, чи то за клопотанням зацікавленої особи відхиляти або визнавати недійсною реєстрацію і забороняти застосування товарного знака, що є відтворенням, імітацією чи перекладом іншого знака, здатні викликати змішування зі знаком, який, за визначенням компетентного органу країни реєстрації чи країни застосування, вже є в цій країні загальновідомим як знак особи, що користується привілеями цієї Конвенції, і використовується для ідентичних або подібних продуктів [1, ст. 6 bis].

Згідно ст. 25 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» охорона прав на добре відомий знак здійснюється згідно з статтею 6 bis Паризької конвенції про охорону промислової власності та цим Законом на підставі визнання знака добре відомим Апеляційною палатою або судом. Знак може бути визнаний добре відомим незалежно від реєстрації його в Україні [2, ст. 25].

При визначенні того, чи є марка добре відомою в Україні, можуть розглядатися, зокрема, такі фактори, якщо вони є доречними: ступінь відомості чи визнання марки у відповідному секторі суспільства; тривалість, обсяг та географічний район будь-якого використання марки чи її просування, включаючи рекламування чи оприлюднення та представлення на ярмарках чи виставках товарів чи послуг, щодо яких марка застосовується; тривалість та географічний район будь-яких реєстрацій чи заявок на реєстрацію марки за умови, що вона

використовується чи є визнаною; свідчення успішного відстоювання прав на марку, зокрема територія, на якій марка визнана добре відомою компетентними органами; цінність, що асоціюється з маркою [2, ст. 25].

Отже, визнання торговельної марки добре відомою в Україні звільняє її власника від зайвих проблем, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності, і створює комфортну атмосферу для розвитку бізнесу. Правова охорона торговельної марки захищає споживача від введення в оману виробника, розвиває добросовісну конкуренцію, надає можливість використовувати репутацію та престиж, не допускаючи ситуації, коли споживач користується продукцією тих, хто створив торговельну марку, а не тих, хто не має до неї ніякого відношення.

### **Список використаних джерел:**

1. Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20 березня 1883 р.
2. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15 грудня 1993 р.
3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV.
4. Порядок визнання знака добре відомим в Україні Апеляційною палатою Державного департаменту інтелектуальної власності, затверджений наказом Міністерства освіти і науки України від 15 квітня 2005 р.
5. Демченко Т.С. Правова охорона загальновідомих і знаменитих знаків у міжнародній практиці та в Україні//Вісник господарського судочинства. – 2001. – № 3 – С. 204.