

ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

TRADEMARKS IN THE FIELD OF TOURISM

БОДИУЛ ТАТЬЯНА, Доктор экономических наук, доцент,
Молдавский государственный университет
Патентный поверенный Республики Молдова

Abstract: For businesses and organizations, social and cultural facilities and tourism priority of intellectual property is a trademark or service mark and brand name. It is with them in the first place, meet potential customers. Trademark is of particular importance when the consumer - somewhat similar to the goods or services with a similar quality and price. In this case, the buyer selects the image rather than the product or service. The trademark is any sign or any combination of signs susceptible of graphic representation serving to distinguish the goods or services of certain natural / legal persons from those of other persons.

Ключевые слова: товарные знаки, знаки обслуживания, туризм, исключительное право на товарный знак, использование товарных знаков.

Для предприятий и организаций социально-культурной сферы и туризма приоритетными объектами интеллектуальной собственности являются товарный знак или знак обслуживания и фирменное наименование. Именно с ними, в первую очередь, знакомятся потенциальные клиенты. Фирменное наименование и знак обслуживания при успешной деятельности организаций приобретают известность и обеспечивают ей репутацию. Эти объекты промышленной собственности представляют нематериальные активы организации, особую ценность, которая увеличивает ее капитализацию.

Несмотря на то, что в национальных туристических компаниях считают, будто клиенты чаще всего приходят к конкретному менеджеру, а не в фирму «с именем», регистрация товарного знака является весьма актуальной. Особенно в свете грядущих изменений, вызванных курсом Республики Молдова на европейскую интеграцию.

27 июня 2014 года состоялась церемония подписания соглашения об ассоциации Республики Молдова с Европейским союзом. 2 июля 2014 г. - Парламент *Молдовы* ратифицировал Соглашение об ассоциации с *Европейским Союзом*.

Соглашение об ассоциации с Европейским союзом представляет собой юридическую основу для взаимоотношений Республики Молдова с ЕС. Этот документ обеспечивает основу для сотрудничества в политической, коммерческой, экономической, правовой, культурной и научной областях.[1]

Единое экономическое пространство подразумевает единый рынок товаров и услуг, на котором обострится конкуренция. Конечно, компаний, оказывающих туристические услуги, проблема защиты товарного знака касается в меньшей степени, чем компаний, выпускающих, например, колбасу. Однако и туристическим агентствам, и туроператорам не помешает оградить фирму от возможных неприятностей в будущем, зарегистрировав товарный знак по всем правилам во всех странах Европейского союза, используя при этом международную процедуру регистрации товарных знаков в соответствии с Мадридским Соглашением о международной регистрации товарных знаков и Протоколу к нему. Оба договора касаются международной регистрации товарных знаков и позволяют заинтересованным лицам государств-членов:

- испрашивать охрану в нескольких странах путем подачи одной заявки;
- использовать один язык;
- оплачивать таксы в единой валюте.

В соответствии с правовыми нормами, международная заявка на регистрацию товарного знака может быть подана только через национальное компетентное ведомство в области товарных знаков, в случае Республики Молдова - это (AGEPI), называемое ведомством страны происхождения. Существенным условием является обязательность предварительной регистрации товарного знака (в соответствии с Соглашением) либо подачи заявки на регистрацию (в соответствии с Протоколом) на территории страны происхождения.[2]

Стоит обратить внимание на то, что проблемы могут возникнуть не только у тех туристических компаний Молдовы, которые захотят выйти под своим товарным знаком на рынки Евросоюза. Вероятно и такое развитие событий, при котором какая-либо европейская фирма, например из Румынии, зарегистрировавшая товарный знак на территории стран Евросоюза, выйдет на туристический рынок Молдовы, и будет вправе ограничить действия молдавских компаний под аналогичным или схожим товарным знаком, если они не побеспокоились о регистрации раньше. Трудно сказать, чем придется «пожертвовать» таким компаниям: сменить торговую марку, логотип, доменное имя в Интернете или вовсе приостановить оказание услуг. Все зависит от того, какие требования предъявит владелец товарного знака: просто прекратить нарушение прав или возместить убытки. Товарный знак приобретает особое значение, когда перед потребителем – несколько аналогичных товаров или услуг с приблизительно одинаковым качеством и ценой. В таком случае покупатель выбирает скорее имидж, чем сам товар или услугу.

Очень часто на практике фирменное наименование совпадает с коммерческим обозначением и товарным знаком. При регистрации товарного знака АGЕPI не проверяет регистрацию фирменного наименования юридического лица как такового по базе данных **Государственного регистра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей Республики Молдова**. Это позволяет недобросовестным организациям воспользоваться чужим средством индивидуализации юридического лица или индивидуального предпринимателя, в частности, товарным знаком. В сфере туризма такое нарушение может повлечь значительные убытки для туристических фирм, которые используют в своей предпринимательской деятельности товарный знак. Поскольку туристическими фирмами на рекламу, а также продвижение своего продукта используются немалые денежные средства, то использование “раскрученного” товарного знака не правообладателем, также может нанести вред деловой репутации турфирмы. Другая ситуация, с которой может столкнуться турфирма, использующая товарный знак, но не зарегистрировавшая его, это то, что в ее адрес поступает уведомление о том, что никому не известная на рынке организация является правообладателем этого товарного знака. Поэтому эта организация просит прекратить его использование в деятельности турфирмы. И турфирма будет вынуждена либо сделать это, чтобы не попасть под санкции, установленными нормативными актами, либо заключить лицензионный договор на использование “своего” же товарного знака.

Товарный знак – это по сути любое обозначение, словесное или графическое, которое отличает товар или услугу компании от товара или услуги конкурентов.

Основным документом, регулирующим в Республике Молдова правоотношения по поводу товарных знаков, знаков обслуживания, является Закон Республики Молдова № 38-XV «Об охране товарных знаков» от 29 февраля 2008 года, который был введен в действие 6 сентября 2008 года (далее Закон РМ).[3]

Закон РМ 3 38/2008 допускает к регистрации в качестве товарных знаков и знаков обслуживания (далее - товарные знаки) разнообразные условные обозначения и их комбинации. При этом можно выделить следующие группы знаков:

- Словесные - слова, сочетания букв, имеющие словесный характер, сочетания слов, предложения, другие единицы языка, а также их сочетания;
- Изобразительные - изображения живых существ, предметов, природных и иных объектов, а также фигуры любых форм, композиции линий, пятен, фигур на плоскости; Объемные - трехмерные объекты, фигуры и комбинации линий, фигур;

- Комбинации обозначений - комбинации элементов разного характера, изобразительных, словесных, объемных и т.д.

Наряду с подразделением товарных знаков по форме их выражения, они делятся и по иным основаниям. Так, в зависимости от числа субъектов, имеющих право на пользование товарным знаком, следует различать коллективные и индивидуальные товарные знаки. Индивидуальный товарный знак - это обозначение, зарегистрированное на имя отдельного юридического или физического лица. Коллективным товарным знаком является товарный знак союза, хозяйственной ассоциации или иного добровольного объединения предприятий, предназначенный для обозначения выпускаемых ими товаров. Коллективный товарный знак должен соответствовать всем требованиям, предъявляемым к индивидуальным товарным знакам. Однако, существует ряд особенностей, которые отличают правовой режим коллективного товарного знака:

- товарный знак может принадлежать только объединению предприятий;
- субъектом пользования коллективного товарного знака могут быть только входящие в объединение предприятия и организации, за которыми по закону признается возможность обладания индивидуальным товарным знаком; объединение, на имя которого зарегистрирован коллективный товарный знак,
- обладает правом контроля за его использованием и иные особенности.

Другим основанием для классификации товарных знаков является степень их известности. По степени известности товарные знаки подразделяются на обычные и общеизвестные. В качестве обычных товарных знаков выступают любые новые оригинальные обозначения товаров, отвечающие критериями охраноспособности. Общеизвестным товарным знаком признается такое обозначение, которое знакомо широкому кругу потребителей, благодаря его использованию для обозначения определенных товаров. Основным смыслом выделения общеизвестных знаков является то, что таким знакам обеспечивается охрана еще до их регистрации. Особая защита общеизвестных товарных знаков (например, Coca-Cola, Canon) обосновывается задачами борьбы с недобросовестной конкуренцией, а также необходимостью охраны интересов потребителей, которые могут спутать вновь зарегистрированный знак с общеизвестным.

Факт регистрации обозначения имеет правоустанавливающее значение, поскольку с этого момента заявитель признается единственно правомочным пользователем. Регистрация является актом, фиксирующим объект охраны и перечень товаров, для обозначения которых зарегистрирован товарный

знак, что весьма важно, в случае возникновения спора по товарным знакам. Информирование производителей и потребителей об установлении на знак исключительного права осуществляется через публикацию в официальном бюллетене патентного ведомства. Это имеет значение для предупреждения возможных правонарушений, служит гарантией защиты прав владельца товарного знака и интересов потребителя.

Юридические и физические лица, зарегистрировавшие на свое имя товарный знак, приобретают право использовать его для обозначения соответствующих товаров на всей территории Республики Молдова. Это право действует в течение 10 лет. Право на товарный знак является абсолютным и исключительным субъективным правом. Это означает, что только владелец обладает монопольной возможностью использовать товарный знак и распоряжаться им, а также право запрещать использование товарного знака другим лицам. В законе провозглашен принцип обязательного использования знака. При этом под использование понимается фактическое применение знака на товарах, для которых знак зарегистрирован, и (или) их упаковке владельцем товарного знака или лицом, которому такое право предоставлено на основе лицензионного договора. То есть владелец должен применять знак, не допуская перерывов, превышающих сроки, установленные законодательством. Нарушение этой обязанности может привести к утрате прав на товарный знак.

В среднем регистрация товарного знака в Республике Молдова стоит для двух классов 540 евро. Для сравнения: в России регистрация словесного товарного знака в двух классах в среднем обходится примерно в 1000 долларов США, причем цены зависят от уровня компаний, которые оказывают услуги по регистрации, и колеблются от 800 до 2500 долларов за один и тот же знак. [4] Что касается сроков регистрации, то в Республике Молдова она длится приблизительно один год. Существует также ускоренная процедура регистрации за дополнительную плату.

В условиях развития и действия в Республике Молдова рыночных отношений, когда вопросы маркетинга приобретают все большее значение в экономике, слабое владение предпринимателями таким инструментом маркетинга, каким является товарный знак, может нанести непоправимый ущерб даже хорошо налаженному производству. В то же время правильное пользование товарным знаком в условиях рынка может дать его владельцу преимущества перед конкурентами. [5, стр. 24]

Библиография:

1. Соглашение между Молдавией и Европейским Союзом. В: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (доступ 05.06.2019)

2. Товарные знаки. Международная регистрация. В: <http://ageri.gov.md/ru/trademarks/international> (доступ 28.08.2019)
3. Monitorul Oficial nr. 99-101 din 06-06.2008
4. Товарный знак в сфере туризма: кому стоит поторопиться с регистрацией до 1 января? В: <http://www.tio.by/pro/9546> (доступ 08.09.2014)
5. Волков С.И., Восканян Р.С. Товарные знаки в условиях рыночной экономики. – М.: Малое предприятие «Путь», 1991.