Товарные знаки. Общая информация

- Что такое товарный знак [1]
  Товарный знак – это любое графически представляемое обозначение или любое сочетание обозначений, с помощью которых можно отличить товары или услуги одного физического или юридического лица от товаров или услуг других физических или юридических лиц.

  Закрыть [1]

- Виды товарных знаков [1]
  Наиболее распространенными видами товарных знаков являются:

  - Словесные: SPERANŢA , WESTERN UNION, STARBUCKS, СОЛНЦЕДАР, HELLO KITTY, BMW, SANDRA etc.
  - Изобразительные:

  - Комбинированные:

  - Трехмерные:

  - Звуковые:

Коллективный товарный знак – это знак, используемый ассоциациями изготовителей, производителей, лиц, оказывающих услуги, торговцев или другими подобными организациями для отличия их товаров или услуг.

Сертификационный товарный знак используется для сертификации определенных свойств товаров и/или услуг.

Общеизвестный товарный знак – товарный знак, широко известный в Республике Молдова на дату подачи заявки на регистрацию или на дату испрашиваемого в заявке приоритета в соответствующем круге лиц в отношении товаров и/или услуг, для которых применяется товарный знак, без необходимости регистрации или использования общеизвестного товарного знака в Республике Молдова для его противопоставления.

Закрыть [1]

- Какие знаки могут быть зарегистрированы [1]
  В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы: слова (включая имена собственные), буквы, цифры, рисунки, комбинации цветов, фигуративные элементы, трехмерные формы, в частности форма изделия или упаковки, а также любые комбинации этих обозначений, при условии, что такие обозначения позволяют отличить товары и/или услуги одного физического или юридического лица от товаров и/или услуг принадлежащих другим физическим или юридическим лицам.

  Знаки, которые не могут быть зарегистрированы в качестве товарного знака, основания для отказа в регистрации.

  Абсолютные основания для отказа.

  Не охраняются и не могут быть зарегистрированы:

  - товарные знаки, не обладающие различительной способностью;
  - товарные знаки, состоящие исключительно из обозначений или указаний, служащих в торговле для указания вида, качества, количества, назначения, ценности, географического происхождения, времени производства товаров или оказания услуг, а также других характеристик;
  - товарные знаки, состоящие исключительно из знаков или указаний, ставших общепринятыми в обиходной речи или в добросовестной и устоявшейся коммерческой практике;
  - товарные знаки, состоящие исключительно из формы товара, обусловленной

его природой, или из формы товара необходимой для получения технического результата, или из формы придающей товару существенную ценность;
- товарные знаки, противоречащие общественному порядку и нормам морали либо наносящие ущерб имиджу и интересам государства;
- товарные знаки, способные ввести в заблуждение потребителя в отношении географического происхождения, качества или природы товары и/или услуги;
- товарные знаки, содержащие, без разрешения компетентных органов, воспроизведения или имитации государственных гербов, флагов и эмблем, официальные или исторические наименования государств либо их аббревиатуру, полные или сокращенные наименования международных и межправительственных организаций, официальные контрольные, гарантийные и маркировочные обозначения, печати, награды и другие знаки отличия;
- товарные знаки, содержащие обозначения, имеющие большое символическое значение, в частности, религиозные символы;
- товарные знаки, содержащие или состоящие из географического указания, идентифицирующего вина и другую алкогольную продукцию; или из обозначения идентичного или сходного с географическим указанием или наименованием места происхождения, охраняемым на территории Республики Молдова, в случаях, когда происхождение товара не соответствует географическому указанию или наименованию места происхождения, даже если указывается подлинное место происхождения товара или если географическое указание или наименование места происхождения используется в переводе либо в сочетании с такими словами, как “род”, “тип”, “стиль”, “имитация” или подобным выражением, а также в случае, когда товарные знаки испрашиваются для товаров, не покрываемых охраняемым географическим указанием или наименованием места происхождения в той мере, в какой эти товары сопоставимы с товарами, в отношении которых географическое указание или наименование места происхождения охраняется, или в той мере, в какой использование испрашиваемого товарного знака необоснованно позволит получить незаконную выгоду из репутации охраняемого географического указания или наименования места происхождения.

Относительные основания для отказа.

В регистрации товарного знака будет отказано, если:

- он идентичен более раннему товарному знаку, зарегистрированному в отношении идентичных товаров и/или услуг;
- он идентичен или сходен с более ранним товарным знаком и, из-за его идентичности или сходства товаров и/или услуг, на которые указывают оба товарных знака, для потребителя существует риск смешения, включая риск ассоциации с более ранним товарным знаком;
- он идентичен или сходен с более ранним товарным знаком и заявлен на регистрацию в отношении товаров и/или услуг, не сходных с теми, для которых зарегистрирован более ранний товарный знак, в случае, если более ранний товарный знак пользуется известностью в Республике Молдова и если использование испрашиваемого товарного знака необоснованно принесло бы незаконную выгоду из различительной способности или известности более раннего товарного знака или нанесло бы им ущерб;
- он наносит ущерб предшествующему праву, относящемуся к изображению или имени известной в Республике Молдова личности;
- если регистрация испрашивается агентом или представителем владельца соответствующего товарного знака в одной из стран Союза на свое имя, без разрешения владельца, за исключением случая, когда агент или представитель докажут правомерность своих действий. Закрыть [1]

- Преимущества охраны [1]
  Товарный знак является существенным элементом фирменной стратегии: он обеспечивает отличие товаров и услуг данной фирмы от товаров и услуг конкурентов.

Для потребителя товарный знак представляет наиболее эффективное средство быстрого распознавания категории товаров и услуг, которые ему были рекомендованы, либо их предпочтения перед другими товарами и услугами той же категории, предопределенного собственным опытом. Для предприятия товарный знак представляет собой средство завоевания рынка и сохранения клиентов.

Обладатель зарегистрированного товарного знака имеет исключительное право распоряжаться знаком, использовать его, а также право запрещать его использование другими лицами на территории Республики Молдова в течение всего срока его действия.

Закрыть [1]

- Кто может зарегистрировать товарный знак [1]
  Любое физическое или юридическое лицо или группа физических или юридических лиц может зарегистрировать товарный знак.

  Закрыть [1]

- Что нужно знать перед подачей заявки на регистрацию [1]
  Перед регистрацией и введением товарного знака в экономический оборот желательно проверить, не войдет ли он в конфликт с существующими товарными знаками, ранее зарегистрированными или поданными на регистрацию для определенных продуктов и / или услуг.

  Поиск может быть осуществлен двумя способами:

  1. Бесплатный поиск по базе данных:
     - национальная http://www.db.agepi.md/marcireprezentanti/Search.aspx [2];
     - международная https://www.wipo.int/madrid/monitor/en/ [3].
  2. Посредством запроса платного поиска данных в AGEPI https://agepi.gov.md/ru/ [4].

  Закрыть [1]

Источник: https://agepi.md/ru/trademarks/presentation