Регистрация товарного знака

Товарный знак — это обозначение, которое индивидуализирует товары и услуги компании, позволяя потребителям отличать конкретную продукцию от предложений конкурентов. Регистрация товарного знака в Роспатенте даёт исключительное право на его использование, защищает бренд от копирования и создаёт нематериальный актив, который можно оценить, продать или лицензировать.

Что такое товарный знак

Это название, логотип или другой отличительный элемент, по которому покупатели узнают определенный бренд.

Важно! Согласно Гражданскому кодексу РФ, товарный знак предназначен для индивидуализации товаров, а знак обслуживания — для индивидуализации выполняемых работ или оказываемых услуг (статья 1477 ГК РФ). При этом правила, установленные для товарных знаков, применяются и к знакам обслуживания.

Ключевая функция товарного знака — различать товары и услуги одних производителей от однородных товаров и услуг других производителей. Это создаёт основу для узнаваемости бренда и формирования доверия потребителей.

Когда и зачем нужна его регистрация

Регистрация товарного знака — это не формальность, а стратегическое решение, которое определяет правовую защищённость бренда. Есть ситуации, когда регистрация становится необходимой:

- До выхода на рынок. Специалисты рекомендуют подавать заявку на регистрацию до запуска продукта, поскольку это снижает риски потери бизнеса. Если использовать обозначение, которое уже зарегистрировано другой компанией, правообладатель вправе запретить такое использование и потребовать компенсацию.
- Когда бренд начал набирать популярность. Именно в этот момент возникает угроза того, что недобросовестные конкуренты зарегистрируют обозначение на себя, а затем запретят его использование. Это может привести к потере бизнеса и необходимости полного ребрендинга.
- При работе с маркетплейсами. Правообладатель может без суда потребовать заблокировать карточки товаров со своим товарным знаком, и маркетплейсы почти всегда удовлетворяют такие запросы. Без регистрации товарного знака (ТЗ) защититься от таких блокировок невозможно.
- Для масштабирования через франшизу. Возможность продажи франшизы и заключения лицензионных договоров напрямую зависит от наличия зарегистрированного товарного знака или бренда.

Экспертное мнение: «Регистрация необходима как для защиты от копирования, так и для получения правовых инструментов в ходе развития бизнеса».

Преимущества для бизнеса

Зарегистрированный товарный знак даёт бизнесу целый ряд преимуществ, от правовой защиты до новых источников дохода. Это:

- Исключительное право и защита от конкурентов.
- Монетизация бренда.
- Доход от франшизы.

- Рост доверия и узнаваемости.
- Защита от патентных троллей.

Важно! Зарегистрированный товарный знак становится официальным нематериальным активом компании. Его можно оценить и поставить на баланс предприятия, чтобы повысить стоимость бизнеса для инвесторов или банков. Кроме того, можно монетизировать знак напрямую, разрешив другим компаниям использовать бренд по лицензионному договору или договору коммерческой концессии.

Виды товарных знаков

Законодательство предусматривает несколько видов товарных знаков, которые различаются по форме выражения и правовому статусу.

По форме выражения

- Словесные. Это наиболее распространённый вид, составляющий около 80% всех товарных знаков. Примеры: «Чистая линия», «Тинькофф», Apple.
- Изобразительные. Изображения людей, символы, технические или природные объекты, геометрические фигуры. Примеры: логотипы Mercedes-Benz, Adidas, McDonalds.
- Объёмные. Упаковка товара или сам товар, позволяющий его идентифицировать. Классический пример — флакон духов Chanel.
- Звуковые. Отрывки музыкальных произведений, используемые как оригинальные мелодии. Например, мелодия мобильного телефона Nokia или Microsoft Windows.
- Комбинированные. Сочетание нескольких элементов одновременно (словесных, изобразительных, звуковых).

По праву собственности владельца

- Индивидуальные, ТЗ которые принадлежат одному юридическому или физическому лицу.
- Коллективные, ТЗ принадлежат объединению лиц и предназначены для обозначения товаров, обладающих едиными качественными или иными общими характеристиками.

Кто может зарегистрировать ТЗ

Сделать это могут юридические лица и индивидуальные предприниматели. Традиционно правообладателями товарных знаков выступают юридические лица и ИП. Они могут регистрировать знаки для индивидуализации своих товаров и услуг.

Важно! С 2023 года подавать заявки на регистрацию товарного знака могут также любые граждане независимо от наличия статуса юрлица. Это открыло возможность для самозанятых специалистов, авторов личных брендов, онлайн-продавцов и создателей цифровых продуктов защищать свои обозначения.

Для обозначения товаров, обладающих едиными качественными характеристиками, может быть зарегистрирован коллективный знак, правообладателем которого выступает объединение лиц.

Таким образом, зарегистрировать товарный знак сегодня может практически любой субъект, как крупная корпорация, так и самозанятый автор, продвигающего свои услуги.

С чего начать регистрацию и что подготовить

Выбор обозначения

Необходимо определить, что именно вы хотите зарегистрировать, словесный, изобразительный, комбинированный или звуковой знак.

Важно! Ключевое требование — различительная способность: знак не должен быть описательным или вводить потребителя в заблуждение.

Нельзя зарегистрировать обозначения, которые:

- представляют собой общепринятые термины или описания товара («Вкусный» для продуктов);
- противоречат общественным интересам и принципам морали;
- тождественны или сходны до степени смешения с уже зарегистрированными знаками в отношении однородных товаров.

Определение классов МКТУ

Международная классификация товаров и услуг (МКТУ) — это система, разработанная ВОИС, которая категоризирует товары (классы 1–34) и услуги (классы 35–45). В заявке на регистрацию недостаточно указать сферу бизнеса, необходимо перечислить конкретные товары и услуги и распределить их по классам.
Вот типичные наборы классов для разных бизнес-моделей:
Бренд одежды — 25 (одежда, обувь), 35 (розничная торговля), 18 (сумки), 14 (украшения).
Кафе, ресторан — 43 (услуги общепита), 30 (кофе, выпечка), 35 (франшиза), 39 (доставка).
IT-стартап / SaaS — 9 (приложение), 42 (разработка ПО), 38 (связь), 35 (реклама).
Онлайн-курсы — 41 (образование), 42 (онлайн-платформа), 9 (приложение), 16 (учебники).
Маркетплейс — 35 (торговля), 42 (платформа), 36 (платежи), 9 (приложение).
Пример! Если вы продаёте свою одежду через интернет-магазин, это не означает автоматическую необходимость 35 класса, он нужен, когда под брендом оказываются самостоятельные услуги (например, управление сетью магазинов или агрегация товаров третьих лиц).
Оптимально выбирать 2–5 классов для большинства бизнесов. За каждый класс платится отдельная пошлина, а неиспользуемый класс через три года может быть досрочно прекращён по иску конкурента.

Предварительная проверка уникальности

Перед подачей заявки критически важно проверить, не зарегистрирован ли этот знак или схожее обозначение ранее. Проверка проводится по двум базам Роспатента (ФИПС):

- 1,19 млн зарегистрированных товарных знаков;
- около 200 000 поданных заявок, которые находятся в процессе экспертизы.

Анализируют как точное совпадение, так и сходство до степени смешения — фонетическое, графическое и смысловое значение.
Важно! Государственные пошлины не возвращают, даже если регистрация не состоялась. Если подать заявку на знак, похожий на зарегистрированный в тех же классах, экспертиза вынесет отказ, а уплаченные пошлины останутся в бюджете.

Пошаговая процедура регистрации

Заявку на регистрацию ТЗ можно подать в Роспатент через сайт Госуслуг, лично, по почте или через патентного поверенного.
В пакет документов входят:

- заявление с указанием заявителя;
- изображение товарного знака;
- перечень товаров и услуг по классам МКТУ;
- описание знака (при необходимости).

Формальная экспертиза

На этом этапе Роспатент проверяет наличие всех необходимых документов и правильность их оформления. Формальная экспертиза занимает 1–2 месяца. Если документы в порядке, заявка принимается к рассмотрению и переходит на следующий этап.

Экспертиза по существу

Это самый важный и длительный этап. Экспертиза проверяет:

- уникальность обозначения;
- сходство с уже зарегистрированными знаками;
- соответствие требованиям законодательства.

Экспертиза по существу занимает от 8 до 18 месяцев. Существует возможность ускоренной регистрации, когда решение можно получить примерно через два месяца, но стоимость ускоренной процедуры дороже.

Принятие решения и регистрация

При положительном решении заявителю направляется уведомление о начислении пошлины за регистрацию знака. Электронное свидетельство входит в эту сумму; бумажное можно заказать дополнительно за отдельную плату.
Пошлину нужно оплатить в течение двух месяцев со дня направления уведомления. После оплаты знак вносится в государственный реестр.

Получение свидетельства

Свидетельство на товарный знак подтверждает исключительное право его обладателя. Электронное свидетельство имеет полную юридическую силу и входит в регистрационную пошлину.

Срок действия и продление прав

Свидетельство на товарный знак действует 10 лет с даты подачи заявки. Срок можно продлевать неограниченное количество раз, каждый раз на 10 лет. Заявление о продлении подают в течение последнего года действия свидетельства или в течение шести месяцев после истечения срока.

Частые ошибки заявителей и как их избежать

- Неправильный выбор классов МКТУ. Это одна из самых распространённых причин отказа или ограниченной защиты. Неверно выбранные классы могут привести к тому, что знак не будет защищён в нужной сфере, или к конфликтам с существующими знаками.
- Игнорирование предварительного поиска. Без проверки уникальности высок риск получить отказ после 8–12 месяцев ожидания и потерять уплаченные пошлины. Экспертная экспресс-проверка занимает 1 рабочий день и показывает, есть ли уже похожие знаки.
- Ошибки в оформлении документов. Неполный или неверный перечень товаров и услуг, отсутствие необходимых данных в заявке — всё это может привести к запросу дополнительных материалов или отказу.
- Использование описательных обозначений. Названия, которые описывают свойства товара или услуги (например, «Быстрый» для курьерской службы), не подлежат регистрации, так как не обладают различительной способностью.

Регистрация товарного знака — это инвестиция в защиту вашего бренда. Отнеситесь к ней серьезно, а если возникли сложности, обращайтесь к патентным поверенным — специалистам, которые сдали квалификационный экзамен в Роспатенте и разбираются в правовых аспектах регистрации интеллектуальной собственности.