

ПРАВОВІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ УЧАСНИКІВ ЦИВІЛЬНОГО ОБОРОТУ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

Кронда Ольга

начальник департаменту розвитку інновацій IP офісу

Нематеріальні активи в світі досягли
61.9 триліона \$

Інтелектуальна власність - нематеріальний актив

- Заохочує інновації та творчість
- Сприяє економічному зростанню
- Залучає іноземні інвестиції
- Захищає споживачів
- Сприяє міжнародній торгівлі
- Збереження культури



ЗАСОБІВ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ УЧАСНИКІВ ЦИВІЛЬНОГО ОБОРОТУ, ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

Торговельні марки























ROZETKA

Географічні зазначення



Комерційні найменування

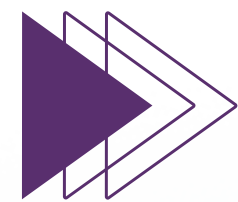
Найдорожчі бренди світу 2023 року

01 Apple  +4% 502,680 \$m	02 Microsoft  +14% 316,659 \$m	03 Amazon  +1% 276,929 \$m	04 Google  +3% 260,260 \$m	05 Samsung  +4% 91,407 \$m
06 Toyota  +8% 64,504 \$m	07 Mercedes-Benz  +9% 61,414 \$m	08 Coca-Cola  +1% 58,046 \$m	09 Nike  +7% 53,773 \$m	10 BMW  +10% 51,157 \$m
11 McDonald's  +5% 50,999 \$m	12 Tesla  +4% 49,937 \$m	13 Disney  -4% 48,258 \$m	14 Louis Vuitton  +5% 46,543 \$m	15 Cisco  +5% 43,345 \$m
16 Instagram  +8%	17 Adobe  +14%	18 IBM  +2%	19 Oracle  NEW	20 SAP  +5%

Торговельні марки



Торговельна марка – позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.



Строк дії майнових прав на торговельну марку – 10 років з моменту подання заявки з можливістю продовжувати безліч разів.



МОРШИНСЬКА



моршинська

моршинська

Найпоширеніші види торговельних марок

APPLE

✓ Словесна ТМ



✓ Зображувальна ТМ

Apple Watch

✓ Комбінована ТМ



✓ Об'ємна ТМ

Обсяг правової охорони



зображення
торговельної марки



перелік товарів і
послуг

Перелік товарі та послуг для реєстрації ТМ

Міжнародна класифікація товарів і послуг для реєстрації знаків (Ніццька класифікація)

МКТП (12-2024) - чинна

Переклад українською мовою здійснено з офіційного англійського тексту, опублікованого ВОІВ онлайн у 2023 році

Загальні зауваження

Перелік класів з пояснювальними примітками

Заголовки класів

Алфавітний перелік товарів

Алфавітний перелік послуг

Перелік товарів за класами

Перелік послуг за класами

Пошук

Перелік класів з пояснювальними примітками

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33
34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45

ТОВАРИ

КЛАС 1

Хімікати, призначені для використання в промисловості, науці та фотографії, а також у сільському господарстві, плідівництві та лісівництві; штучні смоли необроблені, пластмаси необроблені; суміші для гасіння вогню та для запобігання займанню; препарати для термооброблення і паяння металів; речовини для дублення шкір тварин; клеючі препарати для використання у промисловості; замазки для заповнювання порожнин та інші пастоподібні заповнювачі порожнин; компост, добрива, у тому числі тваринного походження; біологічні препарати для використання в промисловості та науці

Пояснювальні примітки



Добре відомі торговельні марки

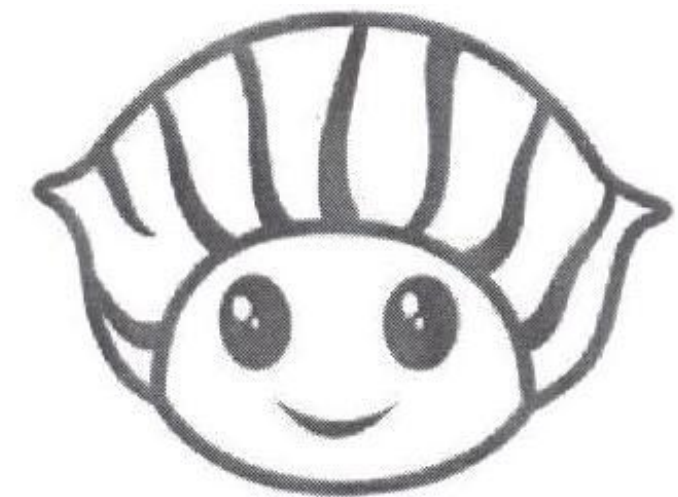
СВІТ НАВИВОРІТ

Яготинське



ROZETKA

КИЇВСТАР



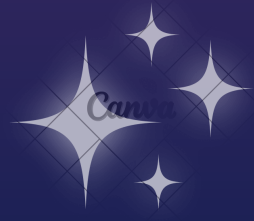
сушія

Переваги добре відомої торговельної марки

- ✓ розповсюджується як на споріднені товари і послуги, так і не споріднені з тими, для яких торговельну марку визнано добре відомою в Україні
- ✓ отримує охорону не з дати винесення рішення, а з тієї дати, на яку заявник запитує правову охорону
- ✓ не встановлений строк дії
- ✓ підвищує його вартість як нематеріального активу та є показником високого рівня відомості суспільства
- ✓ власник вправі вимагати заборони використання позначення, складова частина якого відтворює добре відомий знак.

Власник ТА має право:

- ✓ **використовувати торговельну марку**
- ✓ **виключне право перешкоджати, забороняти чи дозволяти іншим особам використовувати ТМ**

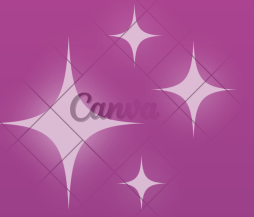
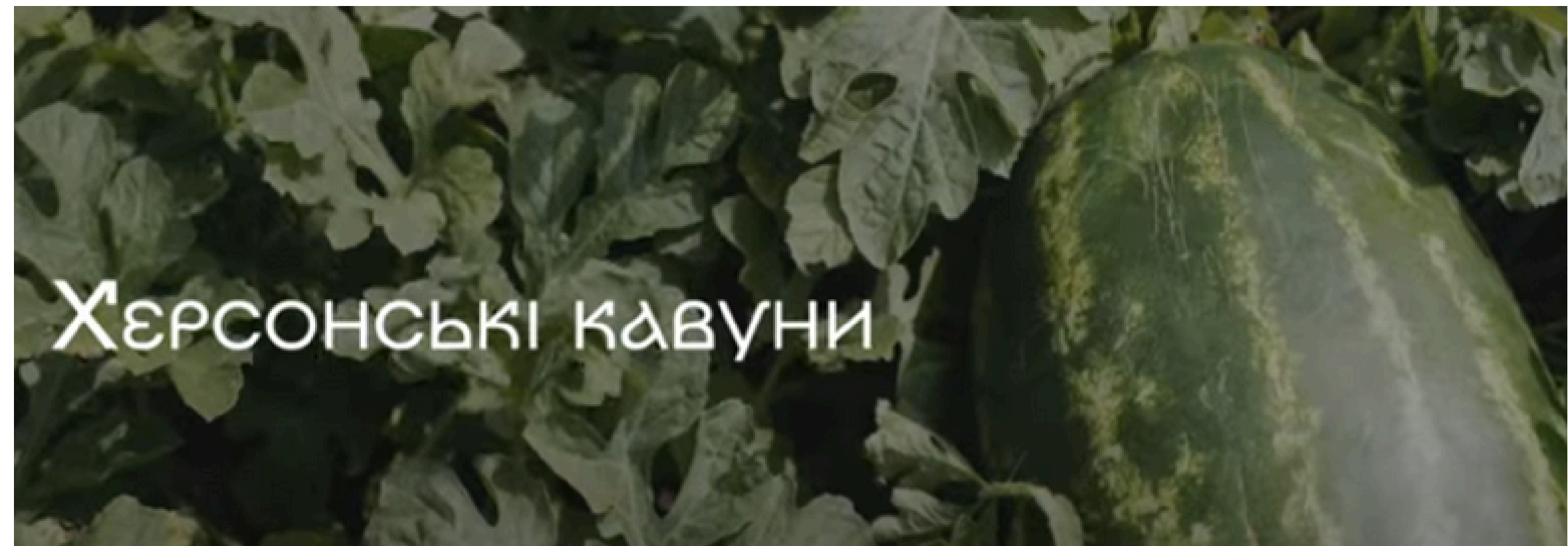


Географічне зазначення

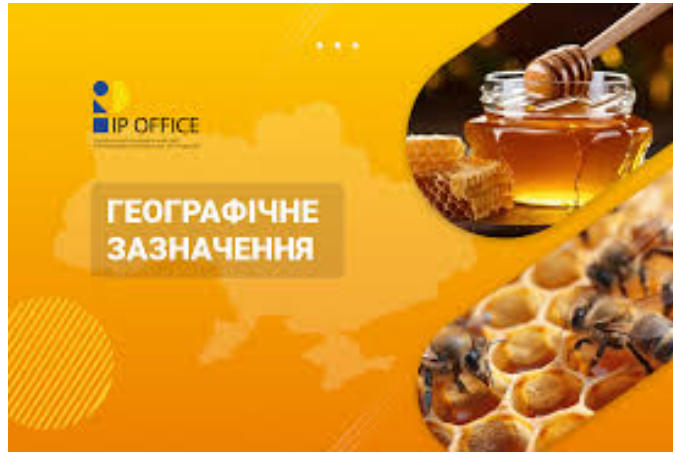
Географічне зазначення — назва або позначення, які ідентифікують товар як такий, що походить з певної території, країни, регіону або місцевості і особлива якість, репутація та інші важливі характеристики, які значною мірою пов'язані із його географічним походженням



Право на географічне зазначення діє безстроково, і є чинним з дати державної реєстрації



Приклади географічних зазначень:



МЕД ЗАКАРПАТТЯ/
ЗАКАРПАТСЬКИЙ МЕД



ЗАКАРПАТТЯ/
ЗАКАРПАТСЬКЕ ВИНО



М'ЯСО БАРАНИНИ ФРУМУШИКА/
БАРАНИНА ФРУМУШИКА
ДОЛИНА ФРУМУШИКА



МЕЛІТОПОЛЬСЬКА ЧЕРЕШНЯ



КРОЛЕВЕЦЬКІ РУШНИКИ



ПЕТРИКІВСЬКИЙ РОЗПИС



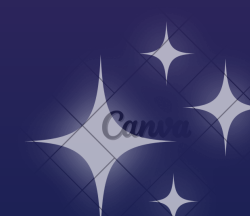
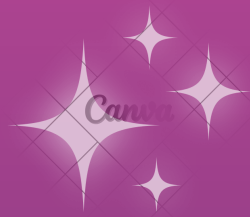
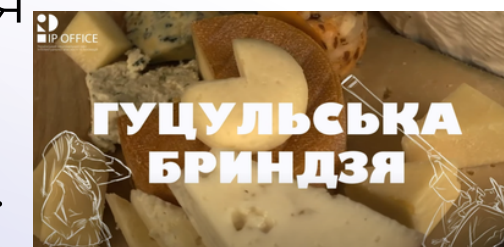
ГУЦУЛЬСЬКА ОВЕЧА БРИНДЗЯ



ЯЛПУГ



ПРИДУНАЙСЬКА БЕСАРАБІЯ...



Що надають географічні зазначення?



Захист автентичності та якості продукції



Економічні вигоди для регіонів



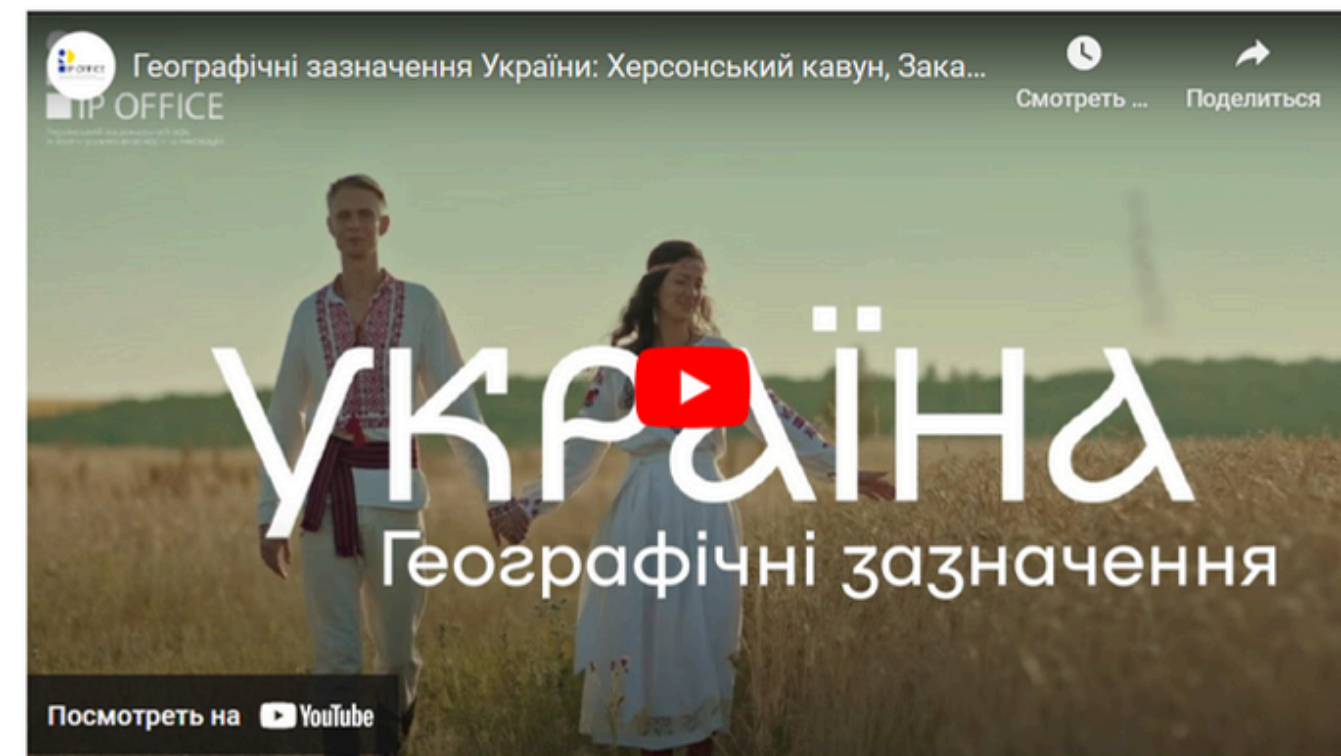
Сприяння розвитку місцевих традицій



Захист прав виробників



Довіра споживачів



Комерційне найменування



Комерційне найменування - засіб індивідуалізації, що дозволяє відрізнити одну особу з-поміж інших та не вводить в оману споживачів щодо справжньої її діяльності



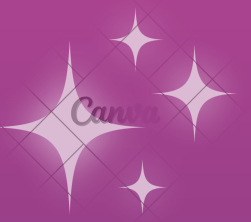
Право інтелектуальної власності на комерційне найменування є чинним з моменту першого використання



Охороняється без обов'язкового подання заявки на нього чи його реєстрації



Припиняється у разі ліквідації юридичної особи



Компанії з України, які відомі на весь світ



Вартість: ~ \$200–300 млн
(2022)



Вартість: \$13 млрд (2021)



MacPaw

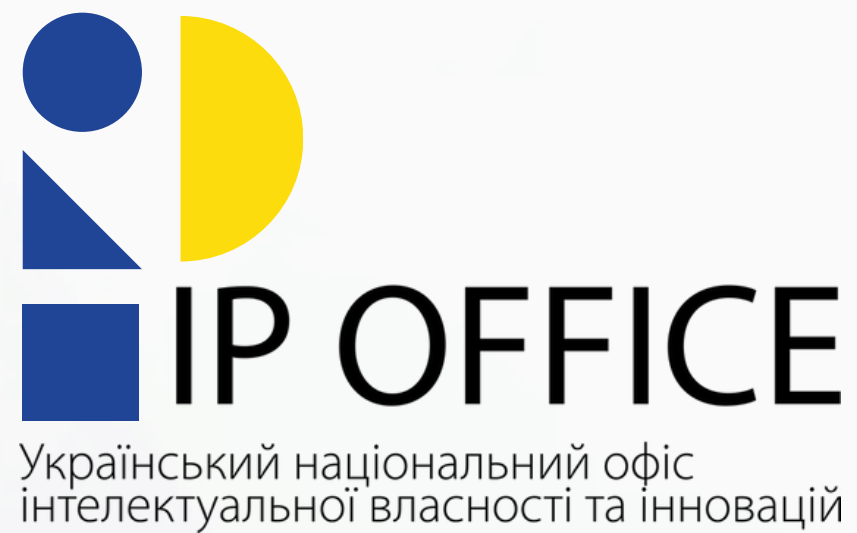
Вартість: ~ \$100–300 млн
(2021)



PetCube Вартість:
~ \$36–50 млн (2021)



Вартість: \$1,1 млрд (2021)



+380 (44) 494-06-52

office@nipo.gov.ua

м. Київ, вул. Дмитра Годзенка, 1 (вул. Глазунова, 1)