

РЕШЕНИЯ КОНФЛИКТОВ ПРИ ТОВАРНЫХ ЗНАКАХ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «NIKE»

Аннотация. В статье дано определение понятию «товарный знак», раскрыты основные вопросы правового регулирования товарных знаков. Рассмотрен товарный знак компании «Nike», громкие судебные разбирательства с его участием. Выявлены основные проблемы регулирования товарных знаков и пути их решения.

Ключевые слова: товарный знак, право, интеллектуальное право, «Nike», имущественное право, интеллектуальная собственность.

Annotation. The article defines the concept of "trademark", reveals the main issues of legal regulation of trademarks. The trademark of the company "Nike", high-profile legal proceedings with its participation are considered. The main problems of trademark regulation and ways to solve them are identified.

Keywords: trademark, law, intellectual property, "Nike", property law, intellectual property.

На современном этапе развития особую актуальность приобретает проблема незаконного использования товарных знаков в рамках недобросовестной конкуренции. Современные экономические условия, характеризующиеся наличием на том или ином рынке большого количества продавцов, побуждают перед ними использование разнообразных способов закрепления и удержания конкурентных позиций, которые зачастую

приобретают форму незаконного применения чужих товарных знаков. Не смотря на то, что любая конкуренция стимулирует развитие экономики, устраняя ее слабые звенья, государством гарантируется не только ее поддержка, но и вводится запрет на недобросовестную конкуренцию.

Товарный знак представляет собой зарегистрированное в соответствующем государственном учреждении обозначение, проставляемое на товаре или его упаковке и служащее для индивидуализации однородных товаров и их производителей. Основным качеством товарного знака, позволяющим ему эффективно распространять ту или иную продукцию на рынке, является его способность привлекать внимание потребителей к обозначенным им товарам или услугам [1].

Говоря другими словами, товарный знак представляет собой некоторое обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. В свою очередь, незаконное применение чужого запатентованного товарного знака, представляет собой нанесение ущерба законным интересам правообладателя товарного знака в виде причинения тех или иных убытков, а также нанесение ущерба его деловой репутации.

Право на товарный знак характеризуется рядом признаков, представленных на рисунке 1.

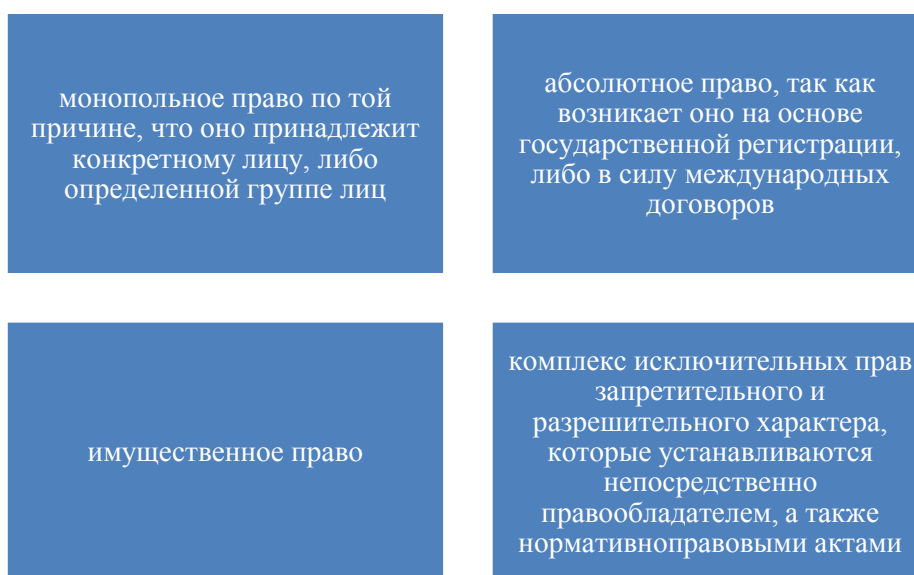


Рис.1. Признаки права на товарный знак

Следует отметить, что значение товарных знаков в рамках регулирования управления интеллектуальной собственностью имеет тенденцию к увеличению, что обусловлено неограниченным сроком жизни, а также более лояльной системой получения товарного знака по сравнению с процессом патентования.

В качестве яркого примера рассмотрим товарный знак «Nike», владельцем которого является компания «Nike» (в РФ ООО «Найк»), основное направление деятельности и характеристики которой представлены в табл. 1 [2].

Бренд «Nike» зарегистрирован на территории России в качестве производителя спортивных товаров в Роспатенте как товарный знак, использование которого без официальных представителей компании недопустимо.

Датой основания компания «Nike» является 25 января 1964 года, правда тогда она носила название Blue Ribbon Sports, свое традиционное и всем привычное название она получила лишь 30 мая 1978 года. Nike продает свою продукцию под собственной торговой маркой, а также NikeGolf, NikePro, Nike+, AirJordan, NikeSkateboarding и в том числе под дочерними брендами, ведущим среди которых является Converse. В дополнение к производству одежды и оборудования, компания управляет розничными магазинами под названием Niketown. Nike является спонсором многих спортсменов и спортивных команд по всему миру.

Таблица 1

Ключевая информация о товарном знаке «Nike» [2]

Номер товарного знака	№233151
Логотип	
Дата подачи заявки	22 мая 2000 г.
Дата регистрации	25 декабря 2002 г.
Правообладатель	Найк Интернешнл Лтд. (US)
Перечень предоставляемых товаров и/или услуг	одежда и предметы одежды, обувь, спортивные товары и др.

В 2019 году компания Nike зарегистрировала также торговый знак Cryptokicks, согласно чему компания намерена запустить криптовалюту для пользования в интернете и совершения транзакций с применением «нетрадиционных платежных решений». Также представители Nike говорили о том, что хотят запатентовать имя Cryptokicks для блогов в сфере криптовалютного коллекционирования и онлайн-игры, таких как охота за сокровищами, преодоление препятствий и пр.

Однако такой популярности компания достигла не только за счет распространения спортивных товаров, но и за счет широкого спектра судебных разбирательств по товарному знаку. Так, в 2014 году производитель и ритейлер спортивной одежды «Nike» подал в суд на 31 компанию, в частности представительство «Nike» обвиняет в копировании и продаже подделок кед ChuckTaylor брендаConverse. В качестве других ответчиков в суде выступали такие компании, как WalmartStores, EdHardy и еще 29 компаний по вопросам нарушения авторских прав на дизайн обуви, включающих в себя внешний вид и ромбовидный рисунок подошвы.

Американских производителей обуви и конкурентов связывает обширная история судебных споров, выходящая за пределы данного конкретного случая. В целом, с 2014 года компании «Nike» так и не удалось выиграть спор в этом деле, компания Skechers смогла выиграть три судебных разбирательства, первые два из которых состоялись в ноябре 2015-го и в июне 2016 года.

В 2016 году ИТС вынесла окончательное решение, постановив, что права Converse на ChuckTaylor как на товарный знак недействительны и, даже если бы они были действительны, ни TwinkleToes, ни Bobs их бы не нарушили. Как следует из данных представителей компании: «После этого Converse обратился в Апелляционный суд США по федеральному округу (UnitedStatesCourtofAppealsfortheFederalCircuit), который в октябре 2018 года вернул дело обратно в ИТС.

Таким образом, судом было признано, что Skechers начала использовать данные дизайны задолго до того, как Converse получил какие-либо права на эти

товарные знаки. В дальнейшем целым рядом судебных решений было признано то, что дизайны TwinkleToes и Bobs от Skechers отчетливо отличаются от дизайна ChuckTaylor, и нет никакой вероятности того, что потребители когда-нибудь перепутают продукцию TwinkleToes и Bobs с товарами Converse»» [3].

В 2018 году в хозяйственный суд Одесской области компания «Nike» обратилась с требованием снять с продажи и уничтожить обувную подделку, продаваемую под мировым брендом на Украине. Согласно судебному разбирательству, компания Nike подала иск к украинской компании «Торгосфера», потребовав запретить «Торгосфере» применять обозначения Nike на продаваемой продукции, а также в рекламе. Помимо этого, американская компания потребовала изъять из оборота и уничтожить 1,52 тыс. пар обуви, которые были закуплены украинской компанией в Китае.

Что касается подделок в отношении бренда, следует отметить отечественный случай, так Воркутинец незаконно продавал одежду с лейблом всемирно известной фирмы. Индивидуальный предприниматель в отсутствие соглашения с компанией-правообладателем ООО «Найк Интернешенл Лимитед», зарегистрированной на территории России в установленном порядке и имеющей правовую охрану на территории страны, в 2007 году продал куртку-толстовку с изображением торговой марки «Nike». По данному факту в апреле 2010 года по решению арбитражного суда Коми воркутинца привлекли к административной ответственности по статье 14.10 Кодекса об административной ответственности России за незаконное использование товарного знака. Несмотря на это, предприниматель продал спортивную куртку и брюки с изображением на упаковке торгового знака «Nike». При этом соглашение с компанией-правообладателем ООО «Найк Интернешенл Лимитед» об использовании торгового знака на реализуемую им продукцию мужчина так и не заключил. Сумма материального ущерба, причиненного ООО «Найк Интернешенл Лимитед», составила 11 с половиной тысяч рублей. В отношении предпринимателя расследовано уголовное дело по части 1 статьи 180 Уголовного кодекса РФ (Незаконное использование товарного знака). В

судебном заседании мужчина вину в совершении преступления признал в полном объеме, с учетом чего ему назначено наказание в виде штрафа в размере 30 тысяч рублей. Также судом удовлетворен гражданский иск ООО «Найк Интернешенл Лимитед» о взыскании суммы причиненного правообладателю ущерба. Примечательно, что все имевшиеся у предпринимателя вещи с логотипом «Nike» были переданы им в детский дом и церковь.

В 2019 году ведущий мировой производитель спортивной одежды концерн Nike обратился в американский суд с иском к немецкой компании Adidas. Согласно иску компании Nike, Adidas производит некоторые товары с использованием технологии Shox, патентом на которую обладает американская фирма. Представитель ответчика заявил, что юристы Adidas сейчас проверяют эти обвинения. На данный момент по этому вопросу каких-либо официальных заявлений не поступало.

Еще одним ярким примером в отношении товарных знаков компании «Nike» является разбирательство по делу слогана компании «Justdoit», который использовался в соцсетях российского оппозиционера Алексея Навального. Так, компания «Nike» заметила «изображение, содержащее в себе слоган Justdoit, а также изображение кроссовок с логотипом Nike», между тем, официальные представители компании заверяют, что Nike «не вовлечена в политическую деятельность и целью своей деятельности видит продвижение активного образа жизни». Слоган Justdoit зарегистрирован на территории Российской Федерации в качестве товарного знака, что обосновывает запрет на его незаконное использование в соответствии со ст. 1229, 1484 ГК РФ.

Как показывает зарубежная практика, регулирование товарных знаков находится на этапе своего становления. На наш взгляд, касаясь процесса регулирования товарных знаков, зарегистрированных на территории Российской Федерации, необходимо проведение следующих мероприятий:

- признание за товарным знаком только охраняемого обозначения;
- введение международного принципа исчерпания прав на товарные знаки для отдельных видов товаров;

- проведение отдельной правовой охраны авторских прав и исключительных прав на товарный знак;
- разграничение способов защиты исключительного права на товарный знак.

В заключении целесообразно отметить, что товарный знак имеет двойственную природу, поскольку рассматривается с двух точек зрения: в качестве средства индивидуализации и объекта интеллектуальной собственности. В настоящее время особую актуальность приобретает создание оптимального правового механизма защиты прав на товарные знаки, в соответствии с мировыми экономическими реалиями.

Список литературы:

1. Павлова С.А. Товарный знак как объект правовой защиты // Вестник науки и образования. 2020. №24-4 (78). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tovarnyy-znak-kak-obekt-pravovoy-zaschity> (дата обращения: 31.03.2020), свободный.

2. О товарных знаках компании "НАЙК Интернешенел Лтд." (с изменениями на 25 сентября 2014 года) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902190171>, свободный.

3. Nike проиграл Skechers суд по товарному знаку Converse «ChuckTaylor» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.fashionnetwork.com/news/Nike-proigral-skechers-sud-po-tovarnomu-znaku-converse-chuck-taylor-,1149592.html>, свободный.