

# ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ



Видите все эти товарные знаки?  
В мире очень много  
товарных знаков!

Точно!

Кстати, нам нужно решить, каким  
будет наш товарный знак.



Представляешь, ПИНГ СОНГ,  
мы будем творить историю ...



О каких товарных знаках  
говорит МАРКО?



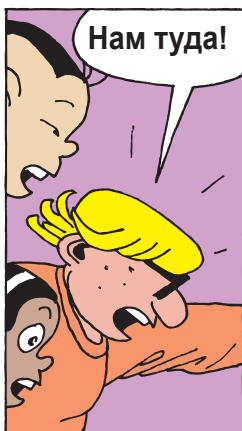
Прочитайте эту  
брошюру — и вы  
узнаете о товарных  
знаках всё!



Ты уверен, что это здесь?



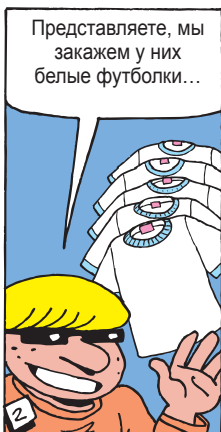
Да, именно здесь делают футболки на заказ.



Нам туда!



Супер! Как раз то, что нам нужно!



Представляете, мы закажем у них белые футболки...



ПИНГ СОНГ подготовит рисунки...



Мы с тобой напечатаем их, поставим свой товарный знак и...



будем продавать на улице!







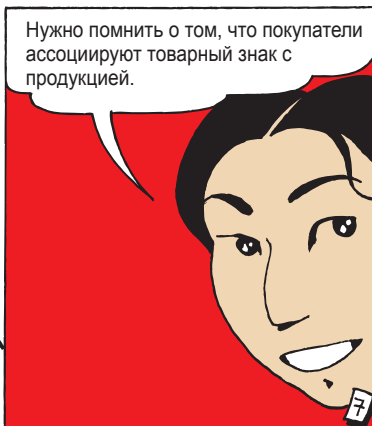


Мы сообщим в компетентный орган о том, что нарушается закон.





<sup>(2)</sup> В некоторых странах срок действия является более длительным.



<sup>(1)</sup> В некоторых странах охрана предоставляется и незарегистрированным товарным знакам



- ⊖ ассоциативными, т.е. содержать аллюзию или намёк, поскольку товарные знаки выполняют различительную функцию



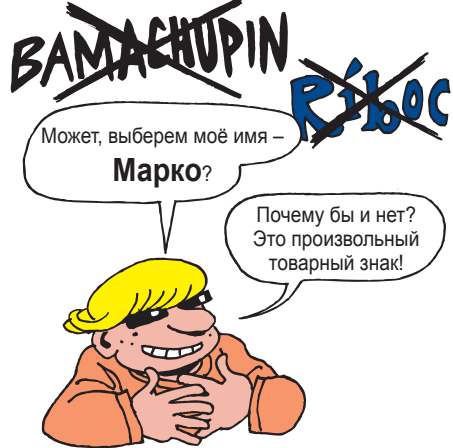
- ⊖ произвольными: в этом случае название не описывает и не называет качества продукта или услуги;

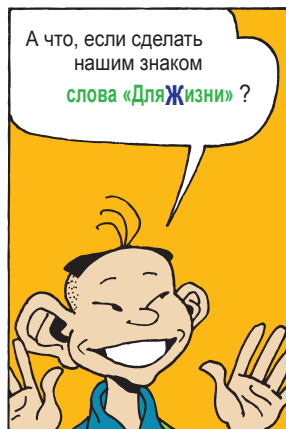


- ⊖ авторскими, не имеющими какого-либо конкретного значения;





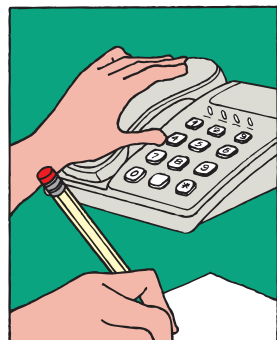




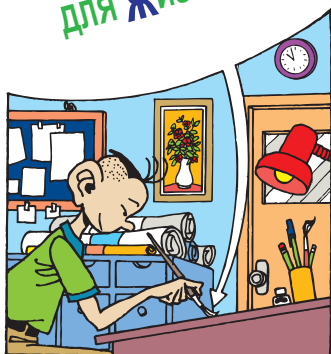
В разных странах в зависимости от национального законодательства могут действовать запреты на регистрацию товарных знаков



**Б**олее подробную информацию вы можете получить в вашем ведомстве по товарным знакам.



ДЛЯ ЖИЗНИ®



Мы будем продавать футболки «Для Жизни», но что если кто-нибудь решит выпускать, скажем, конфеты «Для Жизни»?

Это разрешено, поскольку речь идёт о другой продукции, которая никак не связана с футболками.

Если продукты никак не связаны друг с другом, то нет и угрозы спутать их. Например, машины и фотоаппараты. Машины и фотоаппараты относятся к разным классам товарных знаков<sup>(2)</sup>.

Классы товаров указаны в Ниццкой международной классификации.



А кто устанавливает эти классы?



А вот и наша заявка...

Хорошо!

Не забудьте, пожалуйста, поставить печать.

И что теперь?



<sup>(2)</sup> Хотя, если товарный знак очень популярен, то существует угроза того, что товары могут ассоциироваться друг с другом.



Затем, чтобы каждый, кто возражает против нашего знака, мог сообщить об этом в ведомство по товарным знакам.



Тогда ведомство по товарным знакам просто проверяет, правильно ли оформлена заявка.



Люди знают его и спрашивают его.



Publicación BOVIC No. 483(R)  
ISBN: 978-92-805-1163-5

Мы хорошо поработали — наш товарный знак стал известным... и теперь...



**Товарные знаки.** Лима, август 2000 г. Опубликовано Национальным институтом по защите конкуренции и охране интеллектуальной собственности (ИНДЕКОПИ) и Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС). • Scenario and Artwork: Juan Acevedo/ Animation: Germn Luna / Color: Mara Elena Sialer / Design assistants: Jorge Ilahuala. • Translation: WIPO / Correspondence: WIPO, 34 chemin des Colombettes, 1211 Geneva 20 (Switzerland). E-Mail: wipo.mail@wipo.int. INDECOPI: Calle de la Prosa 138, San Borja, Lima 41 (Peru). E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe