

СТАТЬЯ

Свяжитесь с нами:

■ **ТОО «Болотов и Партнеры»**
Казахстан, г. Алматы 050008
ул. Ауэзова 60, БЦ «Almaty Residence», 6 этаж
+7 (727) 357 23 80
info@BolotovIP.com
www.BolotovIP.com

Июль 2020

Наступает время перемен и перераспределения активов



Юрий Болотов

Управляющий партнер,
Патентный поверенный РК

По прогнозам многих экспертов, и карантин, и другие ограничительные меры будут продолжаться еще долго, еще долго будут возникать и пропадать ограничения на передвижения из страны в страну, как людей, так и товаров.

В общем, нужно и настроиться на то, что будем жить в новых условиях, и понять как это делать. Не исключено, что будет меняться ценность объектов интеллектуальной собственности (ИС), будет сокращаться глобализация и увеличиваться локализация производства и распространения товаров, будут перераспределяться рынки и сферы влияния компаний, возможно, будет и перераспределение интеллектуальных прав и других нематериальных активов.

Вполне возможно, что вследствие изменений в глобализации и локализации производств казахстанские предприниматели будут активнее регистрировать и защищать свои товарные знаки. (Говоря о локализации, я хотел бы отметить, что подразумеваю здесь локализацию как внутри страны, так и в ближнем её зарубежье, в нашем случае — страны Центральной Азии и, может быть всего СНГ, или иных регионов, выбранных на основе характера производства и видов продукции).

В то же время все больше иностранных компаний

© 2020 Bolotov & Partners. Все права защищены.

Информация, содержащаяся в настоящей Статье, общего характера и не может быть использована как юридическая консультация или рекомендация. В случае возникновения вопросов, пожалуйста, обращайтесь.

переходят на рекламу, демонстрацию, реализацию товаров онлайн путем Интернет ресурсов, мобильных приложений, социальных сетей. И, следовательно, защита товарных знаков, все чаще, будет включать услуги онлайн рекламы и продаж. Но не исключено, что в условиях ограничительных мер, снижения потребительской способности, некоторые производства и услуги потеряют свою актуальность, что мы и видим на сегодняшний день. Это касается и некоторых бытовых товаров, не являющихся товарами первой необходимости, и таких услуг как туристические услуги, услуги гостиниц и т.п. В этой связи и товарные знаки, охраняемые в отношении этих товаров и услуг могут потерять актуальность, и следовательно и интерес их владельцев в поддержании их охраны.

Возможно, у других компаний это вызовет желание получить такие регистрации на свое имя и здесь могут быть несколько вариантов – мирных и не очень.

К мирным можно отнести покупку товарных знаков или их лицензирование, что возможно или на основе прямых переговоров или в рамках какой-либо торговой площадки, «биржи объектов ИС», в Казахстане уже были попытки создать такие биржи, но, насколько мне известно, дело не пошло. Может потому, что эти идеи были преждевременными.

К «менее мирным» способам можно отнести оспаривание регистраций тех знаков, которые не использовались в течение более трех лет и их регистрация на свое имя. Здесь нужно хорошее понимание рынка и отслеживание наличия товаров на рынке Казахстана.

Можно просто тихо сидеть и ждать когда продление регистрации товарного знака на последующий десятилетний период уже будет невозможно, но, думаю, иногда нужно будет ждать более 10 лет, что приведет к значительному снижению значимости такой регистрации. Тогда можно и начать производство своих товаров под еще зарегистрированными товарными знаками в надежде на то, что из-за сменившихся торговых и экономических приоритетов или в связи со сложностью защиты прав ИС в Казахстане владелец товарных знаков не будет их

защищать.

Существуют и другие способы нападения.

Есть, конечно, и защитные меры, которые могут быть как превентивными, так и направленные против уже состоявшихся атак конкурентов.

К первым могут быть отнесены и периодические выпуски товаров с нанесенными товарными знаками, заключение лицензионных соглашений, условно повторные регистрации неидентичных, очень похожих товарных знаков.

Ко вторым (которые могут быть и превентивными) относится признание товарных знаков общеизвестными, и некоторые другие меры, которые зависят от характера и масштабов атаки.

Товарные знаки, наверное, самый гибкий инструмент, но нам известны аналогичные баталии, происходящие на поле битвы патентов, а также авторских прав.

Это уже очень интересный период охраны и защиты ИС, когда объекты ИС не просто регистрируются, чтобы их иметь, в том числе потому, что так принято и у других они уже есть, а для достижения конкретной цели, определенных высот на рынке.

Безусловно, есть и общие подходы, описанные в учебниках по маркетингу по ИС, но обычно каждая ситуация в значительной степени индивидуальна.

Надеюсь, мы вскоре станем свидетелями интересных сражений, которые уже сейчас приближает COVID-19 и постараемся получить от них удовольствие.

Удачи всем нам!

Юрий Болотов, июль, 2020