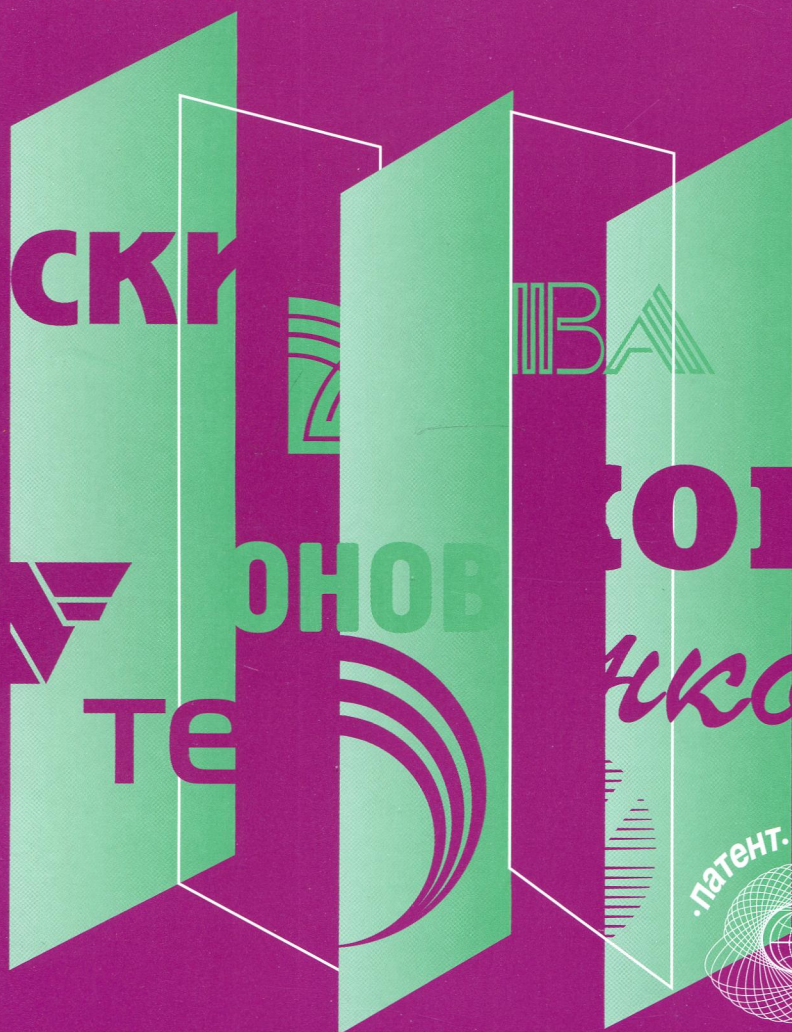


Т.Ю. Погребинская

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РЕГИСТРАЦИИ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ—ФАМИЛИЙ В РОССИИ



патент. ИНФОРМАЦИОННО-ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР

Т. Ю. ПОГРЕБИНСКАЯ

**НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РЕГИСТРАЦИИ
ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ — ФАМИЛИЙ
В РОССИИ**

Аналитический обзор

**МОСКВА
ОАО ИНИЦ «ПАТЕНТ»
2013**

УДК 347.772(470+571)
ББК 67.404.34(2Рос)
П43

Погребинская, Татьяна Юрьевна.

П43 Некоторые аспекты регистрации товарных знаков — фамилий в России: аналит. обзор. — М.: ИНИЦ «ПАТЕНТ», 2013. — 56 с. : ил. ISBN 978-5-91808-108-2.

Представлены результаты анализа действующего российского законодательства в области правовой охраны товарных знаков и личного неимущественного права на имя, а также правоприменительной практики предоставления или отказов в предоставлении правовой охраны товарным знакам — фамилиям. Поднимаются проблемные вопросы, возникающие при включении фамилий в товарные знаки. В качестве рекомендаций предлагается ряд общих подходов по применению соответствующих положений российского законодательства в зависимости от основания для отказа в государственной регистрации товарного знака.

Для патентных поверенных, практикующих юристов и иных специалистов в области правовой охраны средств индивидуализации; студентов и преподавателей соответствующих специальностей, а также лиц, использующих средства индивидуализации в своей хозяйственной деятельности.

УДК 347.772(470+571)
ББК 67.404.34(2Рос)

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. ФАМИЛИЯ И УСЛОВИЯ ОХРАНОСПОСОБНОСТИ ТОВАРНОГО ЗНАКА	7
1.1. Фамилия и товарный знак	7
1.2. Общие подходы к экспертной оценке обозначений-фамилий	11
Глава 2. ОСОБЕННОСТИ ЭКСПЕРТИЗЫ ОБОЗНАЧЕНИЙ- ФАМИЛИЙ	14
2.1. Различительная способность обозначений-фамилий	15
2.2. Способность обозначений-фамилий вводить в заблуждение потребителя	20
2.2.1. Обозначения-фамилии, вызывающие «географические» ассоциации, не соответствующие действительности	20
2.2.2. Обозначения-фамилии, заявляемые от имени юридиче- ских лиц	24
2.2.3. Обозначения-фамилии, воспроизводящие или имитирую- щие знаки иностранных производителей и названий их компаний (фирм)	25
2.3. Некоторые аспекты оценки обозначений-фамилий на соответ- ствие общественным интересам, принципам гуманности и морали	27
2.3.1. Обозначения-фамилии, противоречащие общественным интересам	29
2.3.2. Обозначения-фамилии, противоречащие принципам морали	32
2.4. Условия и проблемы использования в товарных знаках фами- лий известных лиц	35
Глава 3. ПРАКТИКА ОСПАРИВАНИЯ РЕШЕНИЙ ЭКСПЕРТИЗЫ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ ТОВАРНЫМ ЗНАКАМ — ФАМИЛИЯМ	42
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	52