

страница, посвященная организации услуги процесса стриминга. Само же понятие «стриминг» они определяют «как потоковое вещание мультимедиа в режиме реального времени». Исходя из приведенного определения мы видим, что понятие «стриминг» и «потоковое вещание» не разделяются, а даже определяются посредством друг друга. В связи с вышеизложенным, предлагаем свое определение процесса стриминга: «Стриминг – это прямая трансляция потокового контента, происходящая в режиме реального времени и с активным вовлечением аудитории в происходящий процесс».

Коротченя А. П.

К ВОПРОСУ О СООТНОШЕНИИ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ ПРАВ НА ФИРМЕННЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ И ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ

*Коротченя Анна Павловна, студентка 4 курса Белорусского
государственного университета, г. Минск, Беларусь,
ann2002korotchenya@mail.ru*

Научный руководитель: канд. юрид. наук, доцент Ландо Д. Д.

Достаточно распространенной является практика регистрации товарных знаков, совпадающих с фирменным наименованием коммерческой организации.

В соответствии с подп. 4.3 п. 4 ст. 5 Закона Республики Беларусь от 5 февраля 1993 г. № 2181-ХП (в редакции от 18 декабря 2019 г. № 275-3) «О товарных знаках и знаках обслуживания» (далее – Закон) не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Республике Беларусь фирменным наименованием (отдельными элементами этого наименования), право на которое в Республике Беларусь возникло у другого лица ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Предоставление правовой охраны товарному знаку, тождественному или сходному до степени смешения с охраняемым в Республике Беларусь фирменным наименованием, в нарушение указанных выше требований может быть признано Апелляционным советом недействительным полностью или частично в течение срока действия правовой охраны (подп. 1.1 п. 1 ст. 25 Закона).

Обладатель исключительного права на фирменное наименование вправе заявить требование о прекращении нарушения указанного права путем использования тождественного или сходного до степени смешения с ним товарного знака в судебную коллегия по делам интеллектуальной собственности Верховного Суда Республики Беларусь.

Вопрос о защите исключительного права на товарный знак в случае старшинства его регистрации по сравнению с датой возникновения исключительного права на фирменное наименование является предметом отдельного исследования.

Вторым аспектом рассматриваемой проблематики является заключение договора уступки исключительного права на товарный знак в случае совпадения товарного знака правообладателя с его фирменным наименованием. Согласно ст. 1014 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК) фирменное наименование юридического лица может быть использовано в принадлежащем ему товарном знаке. Вместе с тем в описанной выше ситуации требуется оценка потенциального введения потребителя в заблуждение.

Уступка исключительного права на товарный знак не допускается, если она может явиться причиной введения в заблуждение потребителя относительно товара, работы и (или) услуги или производителя товара, исполнителя работы и (или) услуги (ч. 2 ст. 1022 ГК).

В рамках процедуры регистрации договора уступки исключительного права на товарный знак патентный орган оценивает риски смешения потребителем прежнего и нового правообладателя.

Специалисты патентного органа Республики Беларусь выработали следующий подход. Шансы получения положительного решения при рассмотрении заявления о регистрации такого договора возрастают в следующих случаях:

- 1) ликвидация юридического лица (следует оговориться, что по общему правилу правовая охрана товарного знака прекращается на основании прекращения деятельности организации в силу подп. 1.5 п. 1 ст. 26 Закона);
- 2) аффилированность лиц;
- 3) схожесть фирменных наименований владельца и правопреемника.

Еще одним вариантом преодоления отказа в регистрации договора уступки исключительного права на товарный знак в случае совпадения товарного знака правообладателя с его фирменным наименованием является предоставление права на использование товарного знака несостоявшемуся правопреемнику на основании лицензионного договора.

В случае старшинства исключительного права на товарный знак владелец товарного знака вправе запретить его использование на товарах и при оказании услуг, для которых зарегистрировано обозначение. Столкновение исключительных прав на товарный знак и фирменное наименование имеет место, если оба субъекта осуществляют деятельность в одной или смежной сфере, вводя таким образом потребителя в заблуждение и вызывая смешение относительно правообладателей. Нарушитель исключительного права на товарный знак будет вынужден сменить либо фирменное наименование, либо сферу деятельности на ту, которая не пересекается с выпуском товаров или оказанием услуг, в отношении которых зарегистрирован товарный знак с более ранним приоритетом.

Существование проблемы столкновения исключительных прав на фирменное наименование и товарный знак предопределяет необходимость детализации норм о запрете уступки исключительного права на товарный знак вследствие введения потребителя в заблуждение.