

Регистрация товарного знака



Регистрация
Товарного
знака

Защита
Вашего
бизнеса

1. Надежная защита от мошенников

Гипотетическая ситуация: у вас есть компания, занимающаяся продажей детской посудой. Она именуется, скажем, «**Children's tableware**». Бизнес развивается, вы выходите на новые рынки сбыта, обороты увеличиваются и однажды приходит он – судебный иск на 3 миллиона рублей за нарушение статьи 1515 ГК, а именно, нарушение товарного знака.

Оказывается, пока вы занимались бизнесом, кто-то взял и зарегистрировал товарный знак «**Children's tableware**» в Роспатенте. Как показывает реальная практика, в большинстве таких случаев сумма, которую правообладатель может отсудить значительно меньше заявленной, но все же.

В России есть множество организаций, которые занимаются подобным «патентным троллингом» и кто знает, может быть на вашу компанию уже зарегистрирован товарный знак и в скором времени придется потратиться на юристов.

2. Монополизация рынка

Регистрация товарного знака дарует вам полное право карать всех неугодных, наживающихся на вашем честном имени. Например, конкуренты под вашим брендом втайне начинают выпускать аналогичную продукцию низкого качества. Без товарного знака вы не сможете на это никак повлиять, но с патентом вопрос можно урегулировать в считанные дни.

В ваших В ваших руках все: заявление в правоохранительные органы, ФАС, Роспотребнадзор, суд и даже возможность заблокировать все сайты и соцсети. Вы можете полностью приостановить бизнес таких компаний и еще взыскать с них крупную сумму за нарушение использования товарного знака.



3. Имидж и доверие аудитории

Наличие Наличие товарного знака показывает вашим потенциальным клиентам серьезный подход к делу. Суть в том, что компаниям-однодневкам товарные знаки ни к чему, а вот бизнесу, планирующему долгую и плодотворную работу, обязательны.

Присутствие товарного знака и соответствующей лицензии в рекламе и других ресурсах повышает доверие вашей аудитории, а также позволяет использовать символ.

Имидж компании

Имидж компании, который существует в сознании сотрудников – это ее внутренний образ.

Имидж компании в сознании клиентов, конкурентов, партнеров, т.е. людей, не входящих в число сотрудников, – это внешний образ компании.



4. Продажа франшизы

Ваш бизнес уже крепко стоит на ногах? От клиентов нет отбоя? Пора начинать расширение! Самое очевидное решение – продажа франшизы. Это когда предприниматель предоставляет другому предпринимателю эксклюзивное право работать под своим товарным знаком.

Обычно, в таких случаях, вы не только увеличиваете охваты своей компании, но и получаете неплохую сумму за продажу франшизы и последующее использование товарного знака.

Естественно, без товарного знака такого не повернуть. Находятся те, кто пытаются, но они довольно быстро лишаются



5. Способ выхода на новые рынки

Крупнейшие компании в среде интернет-продаж никогда не будут работать с вами без соответствующего товарного знака. В случае выявления нарушения использования товарного знака претензии будут выставлены не вам, а самой площадке. Такие прецеденты уже случались, поэтому при регистрации от вас первым делом потребуют подтверждения правообладания товарным знаком.

Практика проверки соответствия товарного знака правообладателю применяется и в розничной продаже, например, в торговых центрах. Вполне вероятно, что вас могут лишить аренды помещения в любой день, если окажется, что товарного знака нет.

