

МЕХАНИЗМЫ ЭКСТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОХРАНЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

Крылепова Ангелина Олеговна

Аспирант, Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА), г. Москва
ka01996@yandex.ru

MECHANISMS FOR EXTRATERRITORIAL PROTECTION OF TRADEMARKS

A. Kryleпова

Summary: The article concerns the phenomenon of extraterritoriality in the legal protection of trademarks. The author highlights the mechanisms of extraterritorial regulation of relations related to the protection of trademark rights, namely: national extraterritorial regulation and international legal models of legal protection of trademarks. The author analyzes national extraterritorial regulation of trademark rights and characterizes the extraterritorial international legal models, such as legal protection of a well-known trademark; legal protection of a trademark under international registration; the regional models of legal protection of a trademark (EU and EEU trademarks). The author predicts gradual overcoming of the phenomenon of territoriality in the field of trademark protection by means of harmonization and unification of law.

Keywords: trademark, extraterritoriality, international registration, Paris Convention, Madrid system, Madrid Protocol, TRIPS, European Union, EU, Eurasian economic Union, EEU, intellectual property

Аннотация: В статье рассматривается явление экстерриториальности в правовой охране товарных знаков. Автором выделены механизмы экстерриториального регулирования отношений, связанных с охраной прав на товарный знак, а именно: национальное экстерриториальное регулирование и международно-правовые модели правовой охраны товарных знаков. Автор анализирует национальное экстерриториальное регулирование прав на товарные знаки, а также характеризует экстерриториальные международно-правовые модели, такие как правовая охрана общеизвестного товарного знака; правовая охрана товарного знака, получившего международную регистрацию; региональные модели правовой охраны товарного знака (товарные знаки ЕС, ЕАЭС). Автор прогнозирует постепенное преодоление явления территориальности в охране прав на товарные знаки посредством гармонизации и унификации права.

Ключевые слова: товарный знак, экстерриториальность, международная регистрация, Парижская конвенция, Мадридская система, Мадридский протокол, ТРИПС, Европейский союз, ЕС, Евразийский экономический союз, ЕАЭС, интеллектуальная собственность.

Товарный знак является одним из важнейших объектов охраны права промышленной собственности, который в настоящее время широко используется в предпринимательской деятельности, в том числе в международной торговле. Под товарным знаком принято понимать обозначение, служащее для индивидуализации товаров, юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.

Доктрина большинства правовых систем признает территориальный характер охраны товарного знака. Принцип территориальности означает, что действие прав ограничивается территорией государства, патентное ведомство (или иной компетентный орган) которого предоставило охрану соответствующему объекту. Как отмечает Б.А. Шахназаров, «национальные суды неоднократно подтверждали основополагающий принцип территориальности, преимущественно рассматривая его как географическое ограничение действия прав на объекты промышленной собственности».

Несмотря на действие общего принципа территориальности прав на товарный знак, в некоторых случаях правовая охрана характеризуется явлением экстерриториальности. Экстерриториальное действие правовой охраны означает, что товарные знаки, зарегистри-

рованные и получившие правовую охрану в одном государстве, на основании этого и при определенных обстоятельствах могут получать частичную или полную правовую охрану на территории других государств-участников международной системы охраны товарных знаков.

Положения международных договоров и нормы национального законодательства, касающиеся охраны прав на товарный знак, призваны защитить интересы предпринимателей от возможных посягательств на их средства индивидуализации за пределами государства, в котором товарный знак был зарегистрирован.

Экстерриториальное регулирование отношений, связанных с охраной прав на товарный знак, включает в настоящее время следующие механизмы: национальное экстерриториальное регулирование и ряд международно-правовых моделей правовой охраны товарных знаков.

Национальное экстерриториальное регулирование характеризуется закреплением в национальном законодательстве норм, предоставляющих правообладателям возможность истребовать охрану товарных знаков за пределами государства.

Пример национального экстерриториального регулирования товарных знаков содержится в Гражданском кодексе Российской Федерации. Согласно ст. 1508 ГК РФ, в определенных случаях обозначение, которое используется в качестве товарного знака, но не имеет правовой охраны на территории РФ, может быть признано общеизвестным товарным знаком, что означает предоставление ему соответствующей правовой охраны.

В США экстерриториальное регулирование содержится в статуте о товарных знаках, именуемом "The Lanham Act". Верховный суд США указал на его экстерриториальное действие в случае соблюдения как минимум двух из следующих условий: 1) действия ответчика должны иметь существенное влияние на торговлю Соединенных Штатов; 2) ответчик должен быть гражданином США; 3) не должно быть коллизий с иностранным законодательством.

Говоря об особых подходах к международно-правовой охране товарных знаков, можно выделить следующие международно-правовые модели правовой охраны товарных знаков: 1) правовая охрана общеизвестного товарного знака; 2) правовая охрана товарного знака, получившего международную регистрацию; 3) региональные модели правовой охраны товарного знака.

Перечисленные международно-правовые модели правовой охраны не образуют единой иерархической системы, действуя обособленно друг от друга. Кроме того, все указанные механизмы правовой охраны товарного знака начинают функционировать лишь после обращения хозяйствующего субъекта в компетентный орган того или иного государства за предоставлением товарному знаку правовой охраны. Как правило, товарные знаки не получают правовой охраны автоматически, без соответствующего заявления в регистрирующий орган.

В прецедентном праве США описан ряд судебных дел, в которых рассматривался вопрос о том, может ли незарегистрированный товарный знак обладать свойством экстерриториальности.

В решении по делу "United Drug Co. v. Theodore Rectanus" (США, 1918 г.) суд указал, что действие правовой охраны незарегистрированного товарного знака ограничивается территорией, на которой товарный знак известен и признан потребителями. Первоначальный национальный пользователь незарегистрированного товарного знака не вправе прекратить использование данного товарного знака на удаленной территории другим добросовестным пользователем, который впервые использовал товарный знак на этой удаленной территории.

Таким образом, в настоящее время правовая охрана товарного знака, по общему правилу, характеризуется

явлением территориальности как для зарегистрированных, так и для незарегистрированных товарных знаков.

Целесообразно рассмотреть более подробно каждый из механизмов охраны товарного знака, обращая при этом внимание на явление экстерриториальности.

Элементы национального экстерриториального регулирования товарных знаков могут содержаться в гражданском и антимонопольном законодательстве государств. Как правило, данные правовые нормы касаются правовой охраны общеизвестных товарных знаков.

Общеизвестным товарным знаком является такое обозначение, которое известно широкому кругу потребителей благодаря его интенсивному использованию для обозначения определенных товаров.

Как отмечалось ранее, в российском законодательстве национальный экстерриториальный механизм правовой охраны общеизвестного товарного знака содержится в ч. 4 ГК РФ в разделе 4 «Особенности правовой охраны общеизвестного товарного знака».

В ряде зарубежных государств (Франция, Германия) также предусматриваются специальные условия охраны общеизвестных товарных знаков. Некоторые государства (Япония, Австрия) защищают права на общеизвестные товарные знаки с помощью правовых норм о пресечении недобросовестной конкуренции.

В США правовое регулирование общеизвестного товарного знака закреплено в вышеупомянутом статуте о товарных знаках ("The Lanham Act"). Согласно § 43 (с) указанного статута, товарный знак считается общеизвестным, если он признан и широко известен потребителю Соединенных Штатов в качестве обозначения товаров или услуг. При определении того, обладает ли знак необходимой степенью узнаваемости, суд может принять во внимание все относящиеся к делу обстоятельства, включая следующие:

1. продолжительность, степень и географический охват рекламы товарного знака, независимо от того, рекламируются ли они или публикуются владельцем или третьими сторонами;
2. объем и географический охват продаж товаров или услуг, предлагаемых под тем или иным товарным знаком;
3. степень фактического узнавания знака.

Таким образом, признание обозначения общеизвестным товарным знаком в том или ином государстве автоматически означает предоставление ему соответствующей правовой охраны. Предоставление государствами правовой охраны общеизвестным товарным знакам является примером национальной экстерриториальной охраны.

Говоря о международно-правовых моделях правовой охраны товарных знаков также целесообразно обратиться к правовой охране общеизвестных товарных знаков.

Согласно статье 6 bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г., государства обязуются отклонять или признавать недействительной регистрацию и запрещать применение товарного знака, представляющего собой воспроизведение, имитацию или перевод другого знака, способные вызвать смешение со знаком, который по определению компетентного органа страны регистрации или страны применения уже является в этой стране общеизвестным в качестве знака лица, пользующегося преимуществами Конвенции, и используется для идентичных или подобных продуктов.

Следовательно, по решению компетентного органа товарный знак признается в том или ином государстве общеизвестным. Несмотря на то, что не существует четкого критерия общеизвестности товарного знака, при определении общеизвестности учитывается степень известности знака, его репутация, срок действия, продление и географическое распространение использования знака.

Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) от 15 апреля 1994 г., принятое в рамках Всемирной торговой организации (ВТО), также закрепляет положения, касающиеся правовой охраны общеизвестного товарного знака. Статья 16 ТРИПС указывает, что при определении того, является ли товарный знак общеизвестным, государства-члены принимают во внимание известность товарного знака в соответствующих сферах общества, включая известность в государстве-члене ТРИПС, которая была достигнута в результате рекламы товарного знака.

Говоря о роли ТРИПС в регулировании общеизвестных товарных знаков, стоит отметить, что ст. 16 ТРИПС отменила действовавший ранее принцип специализации товарного знака, т.е. защита общеизвестных товарных знаков от их использования другими лицами стала распространяться в том числе и на неоднородные товары и услуги. Государства-участники Соглашения при принятии данного положения исходили из того, что использование известного товарного знака другим лицом в отношении неоднородных товаров способно заставить потребителей полагать, что качество неоднородных товаров так же высоко, как и качество аутентичных товаров известного товарного знака.

До вступления России в ВТО и распространения принципа специализации в российской судебной практике имели место случаи неприменения указанного

принципа в отношении неоднородных товарных знаков.

Например, 23 ноября 2004 г. в России был зарегистрирован товарный знак «VACHERON CONSTANTIN» в отношении товаров 25-го класса МКТУ (одежда, обувь, головные уборы). Компанией «Вашерон энд Константин С.А.» (Швейцария), которая является производителем часов, было подано возражение против предоставления правовой охраны указанному товарному знаку. Доводы швейцарской компании сводились к тому, что оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с зарегистрированным ранее на имя компании «Вашерон энд Константин С.А.» товарным знаком с международной регистрацией в отношении товаров 14-го класса МКТУ (часы и ювелирные изделия). Роспатент отказал в удовлетворении возражения, посчитав, что такие товары, как часы и одежда, не являются однородными. Отсутствие однородности товаров исключает также способность оспариваемого товарного знака вводить потребителей в заблуждение. С указанной позицией согласились суды первой, апелляционной и кассационной инстанций. Впоследствии, в 2012 году, указанные судебные акты были отменены Президиумом Высшего Арбитражного Суда РФ.

Следующей международно-правовой моделью охраны товарного знака является охрана товарного знака, прошедшего международную регистрацию. Мадридская система международной регистрации знаков (Мадридская система), созданная в 1891 г., функционирует в соответствии с Мадридским соглашением о международной регистрации знаков (Мадридское соглашение) от 1891 г. и Протоколом к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков (Мадридский протокол) от 1989 г. Управление Мадридской системой осуществляется Международным бюро Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС).

Мадридская система предоставляет владельцам товарных знаков возможность получения правовой охраны, принадлежащим им товарных знаков в нескольких государствах-членах Мадридского союза путем подачи одной заявки в национальное ведомство по товарным знакам своего государства. Мадридская система также значительно упрощает последующее управление товарным знаком, поскольку имеется возможность внесения записи о последующих изменениях или о продлении регистрации путем одного процедурного действия.

Срок действия международной регистрации составляет 10 лет, согласно ст. 6 Протокола к Мадридскому соглашению (в самом Мадридском соглашении этот срок составлял 20 лет). Такой срок международной регистрации может продлеваться на 10 лет неограниченное количество раз при условии оплаты установленных пошлин.

Международная регистрация товарного знака по общему правилу имеет территориальное действие, поскольку заявитель выбирает государства, в которых требуется правовая охрана. В то же время, речь идет о единой процедуре подачи международной заявки, получения охраны по одной заявке в разных странах и едином охранном документе (например, свидетельстве о международной регистрации знака). Таким образом, при наличии международной регистрации товарного знака с одновременным распространением правовой охраны на территории нескольких государств происходит частичное преодоление территориального принципа правовой охраны.

Говоря об экстерриториальном действии правовой охраны товарных знаков, получивших международную регистрацию, необходимо отметить следующее. Установление вопросов, входящих в интеллектуальный статут применительно к товарным знакам, представляется целесообразным осуществлять по праву государства происхождения объекта (*lex loci originis*). Право государства происхождения товарного знака является правом, наиболее тесно связанным с отношением, ввиду того обстоятельства, что от охраны в государстве происхождения соответствующего обозначения зависит международная регистрация, и, как следствие, охрана в других государствах.

Так, согласно п. 3 ст. 6 Протокола к Мадридскому соглашению, правовая охрана, возникающая на основе международной регистрации знаков, не может более испрашиваться, если до истечения 5 лет с момента международной регистрации базовая регистрация или базовая (национальная) заявка была отозвана, признана недействительной и т.д. Таким образом, именно охрана в государстве происхождения знака (государстве, в котором заявка на регистрацию была подана первоначально) лежит в основе расширения таковой до охраны в других странах.

Именно право государства происхождения товарного знака может частично преодолеть территориальный принцип охраны, поскольку оно является основополагающим и придающим первоначальный режим охраны знаку, а также влияющим на возможность предоставления охраны в других государствах. Оно должно определять интеллектуальный статут при дальнейшем расширении территориальной сферы охраны товарных знаков.

Таким образом, Мадридская система является удобным и экономичным способом регистрации товарных знаков и управления ими. Подача одной заявки и оплата одного набора пошлин позволяют потенциально получить правовую охрану одновременно в 122 государствах, а наличие централизованной системы позволяет вносить изменения в единую базу товарных знаков,

продлевать срок действия международной регистрации и расширять территориальные границы правовой охраны товарных знаков.

Тем не менее, Мадридская система не позволяет полностью преодолеть явление территориальности, поскольку объем охраны прав на товарный знак определяется только после вынесения решения национальными патентными ведомствами на тех территориях, на которых правообладатель испрашивает охрану. Патентные ведомства государств принимают решения в соответствии со своим национальным законодательством, после чего ВОИС вносит записи о решениях национальных патентных ведомств в Международный реестр.

Еще одной разновидностью международно-правовых моделей правовой охраны прав на товарный знак являются региональные модели. Региональные интеграционные объединения предоставляют возможность предпринимателям, осуществляющим хозяйственную деятельность в государствах-членах этих объединений, получать правовую охрану прав на их товарные знаки.

Одним из наиболее развитых интеграционных объединений в мире является Европейский Союз (ЕС). В настоящее время ключевыми документами, регулирующими аспекты правовой охраны прав на товарный знак в Европейском союзе, являются Регламент N 2017/1001 Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О товарном знаке Европейского Союза (кодификация)» и Директива N 2015/2436 Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О сближении права государств-членов ЕС в отношении товарных знаков (новая редакция)».

В Регламенте ЕС закреплена характерная для Европейского Союза система защиты товарного знака, которая предусматривает охрану товарных знаков на уровне Европейского Союза одновременно с охраной товарных знаков, применяемой на уровне государств-членов Европейского Союза в соответствии с национальными системами товарного знака, гармонизированными первой Директивой 89/104/ЕЭС Совета ЕС от 21 декабря 1988 г. о сближении законодательства государств-членов ЕС о товарных знаках. Директивой N 2015/2436 внесены изменения в Директиву 2008/95/ЕС Европейского Парламента и Совета ЕС от 22 октября 2008 г. о сближении права государств-членов ЕС в отношении товарных знаков. Посредством Директивы 2008/95/ЕС гармонизированы основные положения материального права о товарных знаках, которое на момент принятия Директивы считалось непосредственно влияющим на функционирование внутреннего рынка.

В последней редакции Директивы установлено, что правовая охрана товарных знаков в государствах-чле-

нах ЕС сосуществует с охраной на уровне Европейского Союза. Таким образом, подход Европейского Союза к правовой охране интеллектуальной собственности характеризуется сосуществованием и балансом систем товарных знаков на национальном и союзном уровнях. Кроме того, в Европейском союзе существует специальная маркировка товаров - знак соответствия «СЕ» (Conformité Européenne), удостоверяющий, что товар соответствует основным требованиям директив ЕС и гармонизированным стандартам Европейского союза. Данная маркировка товаров установлена на основании Решения ЕС № 768/2008/ЕС Европейского парламента и Совета от 9 июля 2008 г. и Регламента Европейского Парламента и Совета ЕС № 765/2008 от 9 июля 2008 г. «О требованиях к аккредитации и надзору в отношении продукции, размещаемой на рынке ЕС и отмене Регламента (ЕЭС) 339/93». Знак СЕ является единственным знаком в странах Европейского союза, подтверждающим соответствие продукции европейским стандартам безопасности для человека, имущества и окружающей среды.

Таким образом, наличие наднационального правового регулирования, сближение национальных правовых систем государств-членов ЕС, наличие единой системы маркировки товаров позволяет говорить о частичном преодолении принципа территориальности в правовом регулировании товарных знаков в рамках ЕС. Однако, несмотря на высокую степень унификации права ЕС, нельзя говорить об абсолютной экстерриториальности товарных знаков в ЕС, поскольку правообладателям при регистрации товарных знаков необходимо убедиться в отсутствии возражений на его использование от каждого из государств-членов ЕС. Поскольку Европейский товарный знак регистрируется одновременно во всех государствах-членах Европейского союза, невозможно зарегистрировать его в каких-либо государствах-членах ЕС, и не зарегистрировать в других. Таким образом, если в каком-либо из государств регистрация товарного знака невозможна, в регистрации в рамках Европейского союза в целом будет отказано.

Еще одним примером правовой охраны товарного знака в условиях регионального режима является охрана товарного знака в рамках Евразийского экономического Союза (ЕАЭС).

Еще на этапе формирования Евразийского экономического Союза государства-члены ЕАЭС договорились о сотрудничестве в сфере интеллектуальной собственности. В ст. 89 Договора о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 г. одним из направлений сотрудничества государств-членов называется «введение системы регистрации товарных знаков и знаков обслуживания Евразийского экономического союза и наименований мест происхождения товаров Евразийского экономического союза».

При этом правовое регулирование предполагалось закрепить в Договоре о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров Евразийского экономического союза.

Договор о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров Евразийского экономического союза подписан в Москве 3 февраля 2020 г. и вступит в силу с даты получения депозитарием последнего письменного уведомления о выполнении государствами-членами внутригосударственных процедур, необходимых для вступления Договора в силу.

В Договоре регулируются отношения, возникающие в связи с регистрацией, правовой охраной и использованием товарных знаков, знаков обслуживания и наименований мест происхождения товаров Евразийского экономического союза. В статье 2 указанного Договора введено понятие товарного знака Союза: «Товарный знак Союза - товарный знак (знак обслуживания) Союза, представляющий собой обозначение, служащее для индивидуализации товаров, работ и (или) услуг (далее - товары) и охраняемое одновременно на территориях всех государств-членов».

В российском законодательстве (в ст. 1382, 1395, 1396, 1397 ГК РФ) содержатся положения о соотношении национальных и международных механизмов охраны объектов интеллектуальной собственности, полностью признавая действие международных систем, участником которых является.

Таким образом, в рамках ЕАЭС также приняты документы, предоставляющие правовую охрану товарным знакам, зарегистрированным в одном из государств-членов, однако содержащиеся в них положения позволяют говорить лишь о частичном проявлении экстерриториальности.

С одной стороны, унификация правовых норм о товарных знаках государств-членов ЕАЭС позволила создать единую систему регистрации товарных знаков в ЕАЭС и тем самым расширить территориальные пределы правовой охраны товарных знаков, регистрируемых в ЕАЭС. С другой стороны, необходимо учитывать, что заявка на регистрацию товарного знака ЕАЭС подаётся в патентное ведомство заявителя («ведомство подачи»), после чего ведомство подачи проводит формальную экспертизу и направляет заявку на экспертизу по существу в национальные ведомства государств-членов ЕАЭС. Результаты экспертиз национальные ведомства направляют в ведомство подачи, которое принимает общее для всех государств-членов ЕАЭС решение о регистрации и вносит товарный знак в единый реестр товарных знаков ЕАЭС. Необходимость принятия каждым

государством-членом ЕАЭС решения о регистрации того или иного товарного знака по-прежнему исключает абсолютную экстерриториальность. Кроме того, действие правовой охраны товарных знаков в интеграционном объединении ограничивается территорией такого объединения, исключая экстерриториальное действие правовой охраны в других государствах, за его пределами.

Таким образом, экстерриториальное регулирование правовой охраны товарного знака осуществляется посредством национального экстерриториального регулирования и ряда международно-правовых моделей. В настоящее время экстерриториальность правовой охраны товарных знаков существует, скорее, как исключение из общего принципа территориальности. Национальное экстерриториальное регулирование чаще всего проявляется в правовом регулировании общеизвестных товарных знаков. Принятие различными международ-

ными организациями и интеграционными объединениями международных договоров, создание ими единых систем маркировки товаров приводит к частичному преодолению явления территориальности в правовом регулировании товарных знаков. Однако, учитывая, что для предоставления тому или иному товарному знаку правовой охраны, как правило, необходимо разрешение на его регистрацию другими государствами-членами международных организаций и интеграционных объединений, представляется возможным сделать вывод о том, что принцип территориальности до настоящего времени не преодолен. Вместе с тем, не стоит исключать, что развитие торгового оборота между государствами, в том числе благодаря расширению торговли в сети Интернет, со временем приведет к тому, что охрана товарного знака посредством гармонизации и унификации права преодолеет явление территориальности и товарные знаки смогут получать правовую охрану по всему миру, независимо от государства их регистрации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Конвенция по охране промышленной собственности (Заключена в Париже 20.03.1883) (ред. от 02.10.1979).
2. Соглашение о международной регистрации знаков (Заключено в Мадриде 14.04.1891) (ред. от 02.10.1979).
3. Договор о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров Евразийского экономического союза от 03.02.2020 (Заключен в Москве).
4. Регламент N 2017/1001 Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О товарном знаке Европейского Союза (кодификация)».
5. Регламент Европейского Парламента и Совета ЕС № 765/2008 от 9 июля 2008 г. «О требованиях к аккредитации и надзору в отношении продукции, размещаемой на рынке ЕС и отмене Регламента (ЕЭС) 339/93».
6. Решение ЕС № 768/2008/ЕС Европейского парламента и Совета от 9 июля 2008 г.
7. Директива N 2015/2436 Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О сближении права государств-членов ЕС в отношении товарных знаков (новая редакция)».
8. Распоряжение Совета Евразийской экономической комиссии от 17.03.2016 N 13 «О проекте Договора о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров Евразийского экономического союза».
9. Брусенцева Г.В. Недобросовестная конкуренция с использованием товарных знаков в отношении неоднородных товаров // Судья. 2014. N 3. С. 38 - 41.
10. Панкова М.Н. Товарный знак в международном частном праве виды и особенности регулирования: дис. . . . канд. юрид. наук: 12.00.03 - М., 2012. - 180 с.
11. Луткова О.В., Терентьева Л.В., Шахназаров Б.А. Основные проблемы охраны интеллектуальной собственности в международном частном праве: учебное пособие для магистров — М.: Проспект, 2017 — 319 с.
12. Шахназаров Б.А. Территориальный принцип охраны интеллектуальной собственности и действие государственного суверенитета в цифровом пространстве//Lex Russica. — 2018. — № 12 (145). — С. 132.
13. The Lanham (Trademark) Act (Pub. L. 79–489, 60 Stat. 427, enacted July 5, 1946, codified at 15 U.S.C. § 1051 et seq. (15 U.S.C. ch. 22)
14. Beebe B. Trademark Law: An Open-Source Casebook, 2016.
15. Vanity Fair Mills, Inc. v. T. Eaton Co., 234 F. 2d 633 (2d Cir. 1956)
16. Wildman. E. Extraterritorial reach of the Lanham Act: a viable option/World Trademark Review – 2013.

© Крылепова Ангелина Олеговна (kao1996@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»