



КОНСАТИКА
ГРУППА КОМПАНИЙ

СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОЙ ФРАНШИЗЫ. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ



ОГЛАВЛЕНИЕ

СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОЙ ФРАНШИЗЫ	3
СТРУКТУРА ДОКУМЕНТОВ ПО ФРАНЧАЙЗИНГУ	7
ЭКОНОМИКА СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ФРАНШИЗ САМОСТОЯТЕЛЬНО	11
СТРУКТУРА ФРАНЧАЙЗИНГОВОГО ОТДЕЛА	18
ОСОБЕННОСТИ ПРОДАЖИ ФРАНШИЗ	19
ЗАЩИТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ	20
ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ. КАК РАССЧИТАТЬ ВОЗВРАТ ИНВЕСТИЦИЙ ПРИ ПОКУПКЕ ФРАНШИЗЫ	22
КОГДА МОЖНО СОЗДАВАТЬ СВОЮ ФРАНШИЗУ	25

СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОЙ ФРАНШИЗЫ

ЗАЧЕМ ЕЕ СОЗДАВАТЬ?

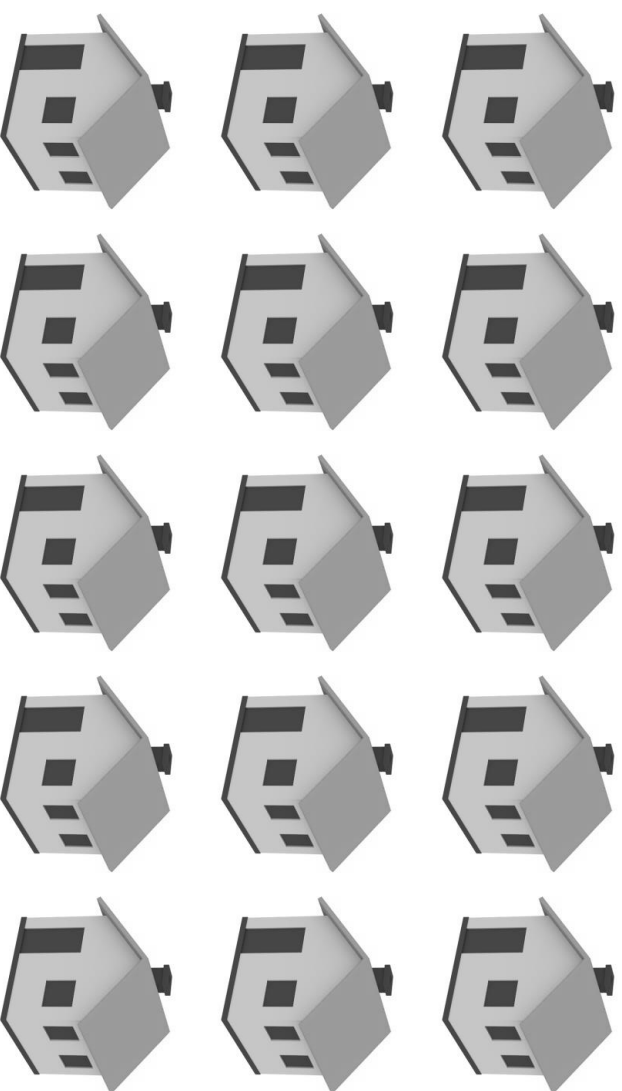
ПЛЮСЫ ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ:

1. ПРОВЕРЕННАЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ
2. РАЗРАБОТАННЫЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ
3. РАБОТА ПОД ИЗВЕСТНЫМ ТОВАРНЫМ ЗНАКОМ
4. МИНИМИЗАЦИЯ РИСКОВ
5. ГАРАНТИРОВАННЫЕ ПОСТАВКИ
6. ОБУЧЕНИЕ
7. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОДДЕРЖКА
8. CRM



ПЛЮСЫ ДЛЯ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ:

1. ВОЗМОЖНОСТЬ МАСШТАБИРОВАНИЯ
2. УЗНАВАЕМОСТЬ ТОВАРНОГО ЗНАКА
3. ОТПОВЫЕ ЗАКАЗЫ, ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДА
4. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ «ПОЛЕ» ДЛЯ АНАЛИЗА



СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОЙ ФРАНШИЗЫ

КАК ЕЕ СОЗДАВАТЬ?

ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ:

1. РЕГИСТРАЦИЯ ТОВАРНОГО ЗНАКА
2. КИП (КОМПЛЕКС ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ ПРАВ) И НОУ-ХАУ
3. ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН
4. ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ
5. ОБЪЕМ ПРАВ
6. ТЕРРИТОРИЯ
7. ПРОДВИЖЕНИЕ

Глава 54. ГК РФ Статья 1027. Договор коммерческой концессии

1. По договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау).

2. Договор коммерческой концессии предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта правообладателя в определенном объеме (в частности, с установлением минимального и (или) максимального объема использования), с указанием или без указания территории использования применительно к определенной сфере предпринимательской деятельности (продаже товаров, полученных от правообладателя или произведенных пользователем, осуществлению иной торговой деятельности, выполнению работ, оказанию услуг).

СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОЙ ФРАНШИЗЫ

РЕГИСТРАЦИЯ ТЗ

На данный момент в Российской Федерации законодательная база регламентирует не все аспекты франчайзинговых отношений. На сегодняшний день отношения франчайзинга в Российской Федерации преимущественно регулируются Главой 54 Гражданского кодекса Российской Федерации «Коммерческая концессия». Понятий «франчайзинг» и «франшиза» в российском законодательстве не существует. Гражданский Кодекс Российской Федерации регламентирует условия передачи прав от правообладателя бизнес-концепции (франчайзера) к пользователю (франчайзи). Дополнительными нормативно-правовыми документами, регулируемыми отношения франчайзинга в Российской Федерации, являются:

- Гражданский кодекс Российской Федерации Часть 2
- Гражданский кодекс Российской Федерации Часть 4 Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ
- Федеральный закон "О коммерческой тайне" от 29.07.2004 N 98-ФЗ

Договор франчайзинга - договор (как правило, договор коммерческой концессии), по которому одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение право использовать в предпринимательской деятельности франчайзи комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау).

WWW.KONSALTIKA.COM

Важные вопросы:

Как зарегистрировать ТЗ?

На какой срок регистрируется ТЗ?

Нужно ли проводить патентный поиск?

Сколько стоит регистрация ТЗ?

Какие еще договора существуют?

Нужно ли регистрировать ДКК?

На какой срок регистрируется?

Сколько стоит регистрация договора?

Нужно ли в договоре указывать все товарные знаки?

Почему не все ТЗ можно зарегистрировать?

Текстовый и графический элементы. В чем разница?

СВИДЕТЕЛЬСТВО СВИДЕТЕЛЬСТВО
на товарный знак (знак обслуживания) на товарный знак (знак обслуживания)

№ 461754

№ 458818



URAVUM

СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОЙ ФРАНШИЗЫ РЕГИСТРАЦИЯ ТЗ



ЧАЙХОНА №1
- ГО У Н О В А Т О Р - С П Е К Т Р -



**ЧАЙХОНА
НОМЕР ОДИН**



Начальник Управления
организации предоставления



Д.В. Гравинков

ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
(РОССИЯТЕНД)
Форма № 02 13-2011
010
Брежневская наб., 30, корп. 1, Москва, Г-59, ГСП-3, 125993. Телефон (8-499) 240-60-15 Факс (8-499) 531-63-18

На № - от -
Наш № 2019/00612/71(П19000079)
Для проверки просят ознакомиться на номер заявки
Идентификационный номер 24.07.2019

620062,
г. Екатеринбург, ул. Первомайская, 70-50,
ООО "НОВАТОР"

о принятии к рассмотрению заявки на государственную регистрацию
товарного знака (знака обслуживания)

РЕШЕНИЕ

(210) Заявка № 2019/00612

(220) Дата подачи заявки 14.01.2019

В результате формальной экспертизы заявки на государственную регистрацию товарного знака установлено, что заявка соответствует установленным требованиям, в связи с чем принято решение о принятии заявки к рассмотрению.

Заключение по результатам формальной экспертизы прилагается.

Приложение на 1 л. в 1 экз.



IQ RENT



КУАИКОВСКИЙ ДОМ
1991

ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
(РОССИЯТЕНД)
Форма № 01 13-2011
010
Брежневская наб., 30, корп. 1, Москва, Г-59, ГСП-3, 125993. Телефон (8-499) 240-60-15 Факс (8-499) 531-63-18

На № - от -
Наш № 2019/00612/50(П19000079)
Для проверки просят ознакомиться на номер заявки
Идентификационный номер 24.07.2019

620062,
г. Екатеринбург, ул. Первомайская, 70-50,
ООО "НОВАТОР"

о государственной регистрации товарного знака (знака обслуживания)

РЕШЕНИЕ

(210) Заявка № 2019/00612

(220) Дата подачи заявки 14.01.2019

В результате экспертизы заявленного обозначения установлено, что заявленное обозначение соответствует условиям его государственной регистрации в качестве товарного знака, в связи с чем принято решение о государственной регистрации товарного знака.

Заключение по результатам экспертизы прилагается.

ГОРОДСКИЕ РЕСТОРАНЫ
ТОКИО-CITY
www.konsaltika.com

Privé beauty express

СТРУКТУРА ДОКУМЕНТОВ ПО ФРАНЧАЙЗИНГУ

КИП и НОУ-ХАУ

УЧЕБНИК ФРАНЧАЙЗИ (FRANCHISE BOOK)

Инструкция по работе с документом
Поиск и согласование помещения
Требования к помещению
Пример зонирования помещения
Согласование выбранного помещения
Правила фотоотчета выбранного помещения
Заключение договора аренды
Регистрация юридического лица
Пошаговая инструкция регистрации
юридического лица
Ремонт помещения
Общие рекомендации
Размещение баннера «Скоро открытие»
Требования по отделке стен/колонн, потолка и
пола
Вывеска
Входная группа
Оборудование и планограмма помещения
Общая информация по закупке оборудования
Перечень торгового оборудования для зала
Перечень административного и кассового
оборудования

Оборудование для музыкального
сопровождения
Безопасность помещения
Рекомендации по установке видеокамер и
антикражного оборудования
Товар/Продукты/Меню (при наличии)
Правила заказа товара и последующего
доставки
Правила приемки товара
Мерчендайзинг. Правила выкладки товара
Фокусная выкладка
Персонал
Штатное расписание
Требования к кандидатам
Стартовое обучение персонала
Материалы по обучению сотрудников.
Коррекционное обучение
Мотивация сотрудников
Требования к внешнему виду сотрудников
Программное обеспечение
Расходные материалы
Расходные материалы для зала и
административной
Брендированные расходные материалы

Разрешительная документация. Журналы.
Кассовая дисциплина
Разрешительная документация
Уголок покупателя
Кассовая дисциплина и журналы
Инструкция по пожарной безопасности
Маркетинг
Витрина. Общие правила оформления
Маркетинговый календарь на год
Примеры маркетинговых акций
Правила согласования акций
Правила навигации в магазине
Правила размещения ценников
Открытие нового магазина
Выезд команды открытия
Техническое открытие
Торжественное открытие
Элементы контроля
Чек-лист готовности точки к открытию и чек-
лист операционных проверок
Проверка «Тайный покупатель»).

СТРУКТУРА ДОКУМЕНТОВ ПО ФРАНЧАЙЗИНГУ

КИП и НОУ-ХАУ

БРЕНДБУК (ИНСТРУКЦИЯ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ)

Логотип

Основная и дополнительная версии логотипа

Правильные и неправильные способы

использования логотипа

Цветовая гамма

Инфографика

Правила оформления розничной точки

Вывеска

Режимка работы

Информационная доска

Форменная одежда

Упаковочные материалы

Сувенирная продукция

POSm

СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОЙ ФРАНШИЗЫ

ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

ГК РФ Статья 1031. Обязанности правообладателя

1. Правообладатель обязан передать пользователю техническую и коммерческую документацию и предоставить иную информацию, необходимую пользователю для осуществления прав, предоставленных ему по договору коммерческой концессии, а также проинструктировать пользователя и его работников по вопросам, связанным с осуществлением этих прав.
2. Если договором коммерческой концессии не предусмотрено иное, правообладатель обязан: обеспечить государственную регистрацию предоставления права использования в предпринимательской деятельности пользователя комплекса принадлежащих правообладателю исключительных прав по договору коммерческой концессии (пункт 2 статьи 1028); оказывать пользователю постоянное техническое и консультативное содействие, включая содействие в обучении и повышении квалификации работников; контролировать качество товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) пользователем на основании договора коммерческой концессии.

ГК РФ Статья 1032. Обязанности пользователя

- С учетом характера и особенностей деятельности, осуществляемой пользователем по договору коммерческой концессии, пользователь обязан: использовать при осуществлении предусмотренной договором деятельности коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания или иное средство индивидуализации правообладателя указанным в договоре образом; обеспечивать соответствие качества производимых им на основе договора товаров, выполняемых работ, оказываемых услуг качеству аналогичных товаров, работ или услуг, производимых, выполняемых или оказываемых непосредственно правообладателем;
- соблюдать инструкции и указания правообладателя, направленные на обеспечение соответствия характера, способов и условий использования комплекса исключительных прав тому, как он используется правообладателем, в том числе указания, касающиеся внешнего и внутреннего оформления коммерческих помещений, используемых пользователем при осуществлении предоставленных ему по договору прав;
- оказывать покупателям (заказчикам) все дополнительные услуги, на которые они могли бы рассчитывать, приобретая (заказывая) товар (работу, услугу) непосредственно у правообладателя;
- не разглашать секреты производства (ноу-хау) правообладателя и другую полученную от него конфиденциальную коммерческую информацию;
- предоставить оговоренное количество субконцессий, если такая обязанность предусмотрена договором;
- информировать покупателей (заказчиков) наиболее очевидным для них способом о том, что он использует коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания или иное средство индивидуализации в силу договора коммерческой концессии.

СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОЙ ФРАНШИЗЫ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ. ОБЪЕМ ПРАВ. ТЕРРИТОРИЯ



Условия покупки франшизы:

Франшиза ресторана быстрого обслуживания Subway

	Первоначальный взнос:	\$ 7500+ НДС
	Инвестиции от:	4 000 000 Р
	Инвестиции до:	6 000 000 Р
	Роялти:	8% + НДС
	Срок окупаемости:	от 2-ух лет

Может ли роялти и паушальный взнос равняться нулю?

Какими должны быть суммы роялти и паушального взноса?

Должна ли быть защищенная территория?
Каким должен быть объем прав?

ЭКОНОМИКА СОЗДАНИЯ ФРАНШИЗ САЙТ КОМПАНИИ

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

- + Это один из немногих бесплатных каналов по продвижению франшизы, так как основными покупателями франшизы являются действующие потребители услуги или партнеры.
- + Данный ресурс позволяет охватывать максимальную аудиторию, имеет множество дополнительных инструментов.
- Если посещаемость Вашего сайта невысока, Вы только раскручиваетесь, нет опыта в интернете продвижении, то данный канал может стать абсолютно бесполезным.

НАПОЛНЕНИЕ, ОСОБЕННОСТИ



- Сайт по продаже франшизы или раздел на сайте, посвященный продаже франшизы, в обязательном порядке должен содержать следующие разделы:
- Конкурентные преимущества франшизы,
 - Общие условия франшизы,
 - Контакты отдела франчайзинга,
 - Возможность скачать или запросить презентацию,
 - Форму обратной связи.
- Форма обратной связи должна содержать следующие графы для заполнения: ФИО, Телефон, Электронная почта, Город.
- Основная задача сайта – увеличить лидогенерацию потенциальных покупателей франшизы.



Наши магазины «РЕМИТ.Вкусные колбаски»:



Оставить заявку

 Итого до 1 000 000 Число заявок (бухгалтерский баланс)	 Число 1 Страница бизнеса	 Число 3-7 Оформление
--	--	--

→ Оставить заявку

ПЛАЩАВНЫЙ ВЗНОС 200 000 РУБ.	РОЯЛТИ 10 000 РУБ.
--	------------------------------

ЭКОНОМИКА СОЗДАНИЯ ФРАНШИЗ САЙТЫ-АГРЕГАТОРЫ

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

- + Профессиональные площадки, специализирующиеся на трафике покупателей франшиз.
- + Данные ресурсы гарантировано увеличивают трафик и дают гарантированную конверсию.
- Большинство площадок являются коммерческими и имеют высокую стоимость.
- Каждый агрегатор имеет свою специализацию. Прежде, чем разместиться на том или ином агрегаторе, проконсультируйтесь с менеджером агрегатора или с сотрудником нашей компании.

WWW.KONSALTIKA.COM

КРУПНЕЙШИЕ АГРЕГАТОРЫ РОССИИ

- Корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства (МСП)/РАФ
- Torfranshize.ru
- Veboss.ru
- Franshiza.ru
- Бизнесменс
- frshop.ru/catalog
- vsefranshizi.ru

Франшизы по вложениям	Идеи бизнеса по вложениям
До 50 000 руб	Без вложений
До 100 000 руб	До 100 000 руб
До 150 000 руб	До 500 000 руб
До 200 000 руб	До 1 000 000 руб
До 300 000 руб	До 1 000 000 руб
До 500 000 руб	
Более 1 000 000 руб	

Выбор

Категория: Коммерческая недвижимость

Готовый бизнес

Оптовые предложения

Как начать бизнес

Бизнес-идеи

Бизнес-планы

Акция: скидка в Кэшбэк 200 руб. Акционный мир. Мировые подделки групп

Найдено 415 предложений

Все предложения по продаже франшиз

Категории: Все категории

Инвестиции в проект: от до

Участие в ПИФ

Персональный Решение

Инвестиции: 189 000 - 599 000 руб.

Франшиза услуг грузоперевозок – доход от 150 000 руб/мес. срок окупаемости 2,5 года. Не требует товар, который

Попдробнее

С Скидкой

ИНВЯПРО

Инвестиции: 810 000 - 4 910 000 руб.

Попдробнее

С Скидкой

Франшизы

Выбери свою франшизу в крупнейшем каталоге России и СНГ



[Перейти в раздел](#)

Бизнес идеи

Найди бизнес, который можно открыть в своем городе



ЭКОНОМИКА СОЗДАНИЯ ФРАНШИЗ

ВЫСТАВКИ

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

- + Максимальное количество потенциальных покупателей за 3 дня (до 120 контактов).
- + Знание конкурентов, оценка рынка.
- + Маркетинг, статус.
- + Если Вы принимаете участие в Московской выставке, мы оказываем сопровождение бесплатно.
- Один из самых дорогих каналов продаж.

КРУПНЕЙШИЕ ВЫСТАВКИ РОССИИ

- MOSCOW FRANCHISE EXPO (РАФ)
- BUYBRAND (проходит уже 15 лет в середине осени).
- BUYBRAND Market. Выставка проходит в марте в г. Москва.
- Фестиваль франшиз. Выставка проходит в апреле в г. Москва.
- ПИР Экспо (Рестофранчайзинг). Специализированная выставка в сфере ресторанного франчайзинга. Выставка проходит в октябре в г. Москва.

Участие во всех выставках платное.

Во многих городах проходят тематические выставки (Санкт-Петербург, Казань, Новосибирск и т. д.)

Средняя лидогенерация одного выставочного дня 20-30 потенциальных покупателей.

ЭКОНОМИКА СОЗДАНИЯ ФРАНШИЗ ВЫСТАВКИ

Фотографии с мероприятий:
ВУВБРАНД 2015-2017, ПИР 2015-2017,
Food Service 2015-2017, ВУВБРАНД Market 2017,
Выставка импортозамещения 2015, Открытие
Пинцерии на Усачевском рынке 2017



ЭКОНОМИКА СОЗДАНИЯ ФРАНШИЗ ВЫСТАВКИ

27-29 сентября 2017 г. в 15-ый раз состоялась крупнейшая выставка по франчайзингу в России ВУВБРАНД Экспо. Ниже мы и наши партнеры.



ЭКОНОМИКА СОЗДАНИЯ ФРАНШИЗ

СРОКИ

**СРЕДНИЕ СРОКИ ЗАПУСКА ФРАНШИЗЫ
– ОТ 6 ДО 18 МЕСЯЦЕВ**

**ЗАПУСК ФРАНШИЗЫ СРАВНИМ С ЗАПУСКОМ
САМОСТОЯТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА**


КОНСАЛТИКА
ГРУППА КОМПАНИЙ



WWW.KONSALTIKA.COM

ЭКОНОМИКА СОЗДАНИЯ ФРАНШИЗ СТОИМОСТЬ

СРЕДНИЙ СРОК РЕГИСТРАЦИИ ТЗ
– 18 МЕСЯЦЕВ




КОНСАЛТИКА
ГРУППА КОМПАНИЙ

**СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ В МОСКОВСКОЙ
ВЫСТАВКЕ – 300 000 Р.
СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ УПАКОВКИ – 500 000 Р.**

WWW.KONSALTIKA.COM

ЭКОНОМИКА СОЗДАНИЯ ФРАНШИЗ СЧИТАЕМ

№	НАИМЕНОВАНИЕ	СРОК	СТОИМОСТЬ
1	Регистрация ТЗ	12 месяцев	От 75000
2	КИП и ноу-хау	От 2 месяцев	От 400 000 рублей
3	Сайт	От 1 месяца	От 30 000 рублей
4	Агрегаторы	12 месяцев	От 50 000 рублей в год
5	Выставки	1-3 дня	От 50 000 рублей
6	Поллиграфия	7 дней	От 10 000 рублей
7	Отдел	6 месяцев	От 45 000 рублей 1 сотрудник. После продажи 3-5 франшиз +1 сотрудник.
ИТОГО:			От 660 000 рублей

ОСОБЕННОСТИ ПРОДАЖИ ФРАНШИЗ ЧТО ВАЖНО ЗНАТЬ

Инструкция к этапам работы:

1 этап

Срок реакции 15-30 минут

Как только получите от потенциального партнера заявку, свяжитесь с ним для уточнения данных (имя, почта, город). Так же уточните у него о наличии помещения.

2 этап

В течение 30 минут после разговора

В случае отсутствия помещения у партнера направьте ему основные требования к помещению, анкету по оценке локации и презентацию. В случае если помещение есть - направьте презентацию, анкету по оценке локации и финансовую модель.

3 этап

Не позднее, чем через 7 дней

Обговорите и назначьте дату следующего созвона и перезвоните в указанное время.

4 этап

Срок рассмотрения – 24 часа

После того, как партнер пришлет Вам данные по помещению (анкета по оценке локации), перешлите материал непосредственному руководителю или изучите документы самостоятельно. В случае нехватки информации перезвоните и уточните ее у партнера..

5 этап

Сразу после согласования помещения

В случае если помещение не проходит по требованиям к нему, то необходимо перезвонить партнеру и четко объяснить, что не так. Если помещение подошло, запросите у партнера реквизиты и отправьте ему заполненный Предварительный договор и Договор Коммерческой Концессии.

ВАЖНО!

После подписания договора проконтролируйте выставление о плату счета на паушальный взнос.
Запрещается до момента оплаты паушального взноса высылать Брендбук, Учебник или его составные части без согласования с непосредственным руководителем.

ЗАЩИТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ



ЧТО ВАЖНО ЗНАТЬ

ГК РФ Статья 1034. Ответственность правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю

Правообладатель несет субсидиарную ответственность по предъявляемым к пользователю требованиям о несоответствии качества товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) пользователем по договору коммерческой концессии. По требованиям, предъявляемым к пользователю как изготовителю продукции (товаров) правообладателя, правообладатель отвечает солидарно с пользователем.

WWW.KONSALTIKA.COM

Я [↻](#) [🔒](#) право.гу | McDonald's проиграл суд за «Биг Мак»

Право-300 | Конференции | Досье судей | База судов | Юрконсультация | Документы | Блоги

Процесс | 16 ЯНВАРЯ 2019, 8:39

McDonald's проиграл суд за «Биг Мак»

Американская компания McDonald's проиграла судебную тяжбу против ирландского фастфуда Supermac's за право на товарный знак Big Mac.

Результат решения Ведомства по интеллектуальной собственности Европейского союза (ЕУПРО): McDonald's теряет право на товарный знак Big Mac в Европе, пишет *Irish Times*. Ирландская Supermac's сможет расширить свою сеть на территорию Великобритании. Кроме того, компания теперь сможет назвать любой свой продукт «Биг Маком».

Процесс

9-й ААС подтвердил штраф McDonald's за бургеры без срока годности

По мнению ЕУПРО, американская корпорация никак не доказала, что на самом деле использует товарный знак Big Mac. «Когда мы вступили в эту битву, мы знали, что это как сценарий «Давид против Голиафа». Но даже если у McDonald's много денег, а мы относительно малы в сравнении с ними – это не значит, что мы не будем сражаться», – заявил владелец Supermac's Тэт Макдона.

Владелец Supermac's заявил, что решение по этому делу – это победа малого бизнеса всего мира.

ЗАЩИТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ЧТО ВАЖНО ЗНАТЬ



WWW.KONSALTIKA.COM



91_1807606



АРБИТРАЖНЫЙ СУД ГОРОДА МОСКВЫ

115191, г. Москва, ул. Большая Тульская, д. 17

И н т е л л е к т
И н т е л л е к т

Имями Российский Федерация

Дело № А40-21/070/19-01-1870

г. Москва
26 марта 2018 года.

Решением суда от 19 марта 2018 года.

Полный текст решения выложен 26 марта 2018 года.

Арбитражный суд города Москва в составе судьи Шурмановой Е.Е.

при наличии протокола письменного суда Выходило О.Э.

распорядок в открытом судебном заседании дано

по делу **ОБЩЕСТВА С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ**

«ВОНТЕНПРЕСС» (ИНН019, ГОРОД МОСКВА, ПЕРВОМЗК ЗНАМЕНСКИЙ В, ДОМ

1, СТРОЕНИЕ 3, ОГРН 116774675018, ИНН 7704567760, д/р 09.08.2016)

к ОБЩЕСТВУ С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ЛИНСА НИСТРО»

(ИНН147, ГОРОД МОСКВА, УЛИЦА МАЯКОВСКАЯ, ДОМ 20, СТРОЕНИЕ 1,

ПОНЕДЕЛЬНИК 2 КОНЧАТА 3, ОГРН 117746444280, ИНН 9709000487, д/р

10.05.2017)

об исполнении обязательств либо ином неисполнении обязательства «ФНСА»,
содержащего до степени сведения с товарным знаком (знаками обслуживания) по
свидетельству №№ 589910, 593593, 586010, 633779, 633779, зарегистрированного для
коммерческой деятельности юридического лица обязательного питания и продуктов питания, заключенного
2 000 000 руб. компенсации.

В судебном заседании участия

от истца – Сидорова Н.И. доверенность № от 13.09.2017г., Рыжова Е.И. доверенность
№ от 31.10.2017г.,
от ответчика – Ахмедова Б.Ю. доверенность № от 04.03.2018г.

УСТАНОВИЛ:

общество с ограниченной ответственностью «ВОНТЕНПРЕСС» обязуется в
Арбитражном суде города Москвы с истцом заключить в пользу с ограниченной

2

ответственности «Линса Нистро» об исполнении обязательств либо ином неисполнении
исполнения обязательства «ФНСА», содержащего до степени сведения с товарным
знаком (знаками обслуживания) по свидетельству №№ 589910, 593593, 586010,
633779, 633779, зарегистрированного для коммерческой деятельности юридического лица
обязательного питания и продуктов питания, о внесении 2 000 000 руб. компенсации (по 400 000 руб.
за неисполнение обязательства каждого из знаков истца).

В судебном заседании участия приняли истца и ответчика.

В судебном заседании участниками судебного заседания рассмотрены и
приведены дополнительные доказательства, об исполнении обязательств и об
отказании судебного заседания, в удовлетворении которого судом отказано ввиду
отсутствия оснований, предусмотренных ст.ст. 173, 64, 138 АПК РФ. Отказывая в
удовлетворении заявления, коллегия ответчика суд, в том числе, исходила из
невозможности рассмотрения дела по исковым требованиям дела доказательств.

Представители истца в судебном заседании подтвердили позицию, касающуюся в
исходе заявления, просили удовлетворить заявленные требования в полном объеме.

Представитель ответчика против удовлетворения заявленных требований
выразил согласие коллегии, исполнению в отделе на исходе заявления.

Воружка против заявленных требований, ответчик указывает, что его
договоренность не нарушается даже после суда истца, поскольку компания
обязательства «ФНСА» («Линса»), «ФНСА» («Линса») не могут быть признаны
организацией оказания товаровых знаков, так как компания обслуживает
требуется; следовательно обязательства «Линса» не может быть признано организацией
оказания товаровых знаков, поскольку является общепитательной фирмой;
следовательно обязательства «Линса» («Линса») не являются сложными до степени сведения с
товарными знаками, зарегистрированными истцом.

Распорядок заседания дан, выслушав объяснения представителей сторон,
основания представленные доказательств в силу закона, суд признал наличие
требования подлежащего исполнению участником в связи со следующим.

Как следует из материалов дела, общество с ограниченной ответственностью
«ВОНТЕНПРЕСС» является правообладателем следующего товарного знака:



по свидетельству Российской Федерации № 589910.

ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ

ЧТО ВАЖНО ЗНАТЬ

ИНВЕСТИЦИИ В ОТКРЫТИЕ	
Помещение склада от 300 м2, офис от 40 м2	
ВАЖНО! ВСЕ ПРИВЕДЕННЫЕ РАСЧЕТЫ УКАЗАНЫ НА ОСНОВАНИИ ДЕЙСТВУЮЩЕГО БИЗНЕСА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ!	
Аренда на период открытия (срок открытия от 30 дней)	
Закуп необходимого оптимального количества оборудования, мебели, декора	
Отделка и оснащение склада	
Отделка и оснащение офиса	
Затраты на персонал до открытия (заработная плата на время обучения персонала и строительно-монтажных работ)	
Стартовая маркетинговая кампания	
Прочее (впишите Ваши расходы, если они не учтены в приведенном перечне)	
Паушальный взнос	
ЧТО ВХОДИТ В ПАУШАЛЬНЫЙ ВЗНОС? _____	
ПЕРЕМЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ	
Статья	Показатель
Количество чеков в месяц, шт.	49
Средний чек, руб.	18450
ОБОРОТЫ В МЕСЯЦ, рублей	904 050 Р
Темпы выхода на планируемые обороты	Сезонность

WWW.KONSALTIKA.COM

ОПЕРАЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ	
Оборот	В %
Расходы итого:	100,00%
Аренда	fix или %
Коммунальные услуги (10% от арендной ставки)	fix
Налоги (УСН 15%, примерно 5% от оборота)	fix 10% от аренды
Химчистка (текстиль)	5,00%
ФОТ	3,00%
Маркетинговые платежи	fix
Химия (средства для чистки и мытья)	fix
Интернет, связь	fix
Роялти	5,00%
! Все показатели, значения и проценты (кроме паушального взноса и роялти) являются ориентировочными и могут быть изменены	
Прибыль:	

ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ ЧТО ВАЖНО ЗНАТЬ

Главная Вставка Разметка страницы Формулы Данные Рецензирование Вид

Англи Ж К Ч Шрифт

Общая

Условное Форматировать Стили

Вставить Удалить

Финансовая модель

Прощадь 350 м2

Основное меню Количество чеков в неделю 1075 шт.

Ланч меню 370 шт.

Основное меню Средний чек 750 руб.

Ланч меню 250 руб.

Среднемесячный товарооборот 3 905 284 руб.
Среднемесячная чистая прибыль 849 533 руб.
Объем инвестиций 21 377 588 руб.
Окупаемость, мес 28

Инвестиции **Операционная деятельность**

Формат

Бар-Ресторан Бар на углу

Предполагаемый месяц открытия

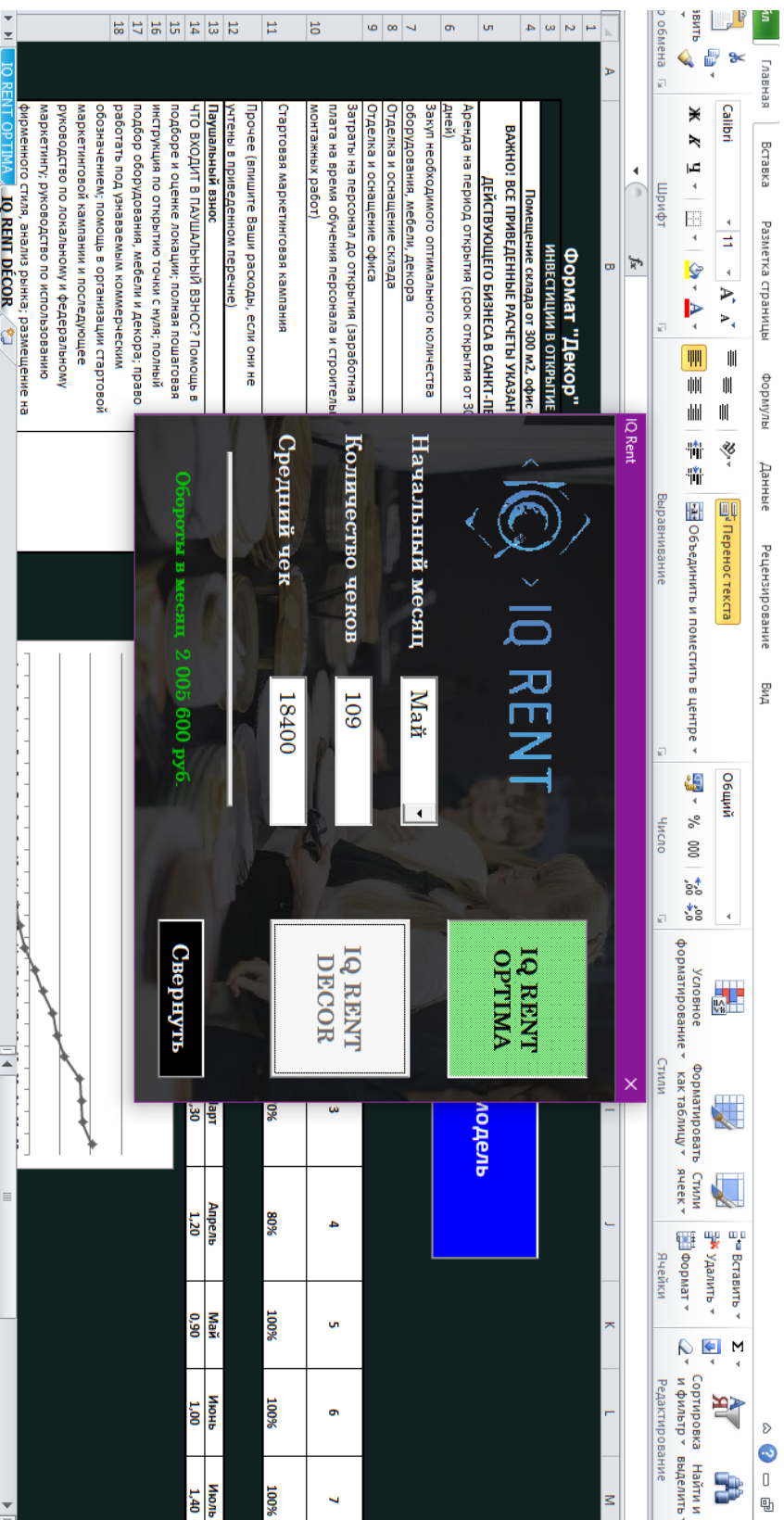
Январь

+7 (968) 834-13-77
franchise@delingbar.ru

ИзмЕНИТЬ

14 Оргтехника, ПО, лицензи
15 Сан. узлы
16 Технологическое оборуд
17 Посуда, стекло, приборы
18 Закуп продуктов и алког
19 Охранно-пожарная сигн
20 Расходные материалы
21 Форма для персонала
22 Обучение менеджеров в
23 Привоз команды открыт
24 Линейный персонал (з.п.
25 Реклама на открытие
26 Оформление разрешител
27 Дизайн-проект
28 Итого:
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40

ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ ЧТО ВАЖНО ЗНАТЬ



Формат "Декор"
Инвестиции в открытие
Помещение склада от 300 м2, офис
**ВАЖНО! ВСЕ ПРИВЕДЕННЫЕ РАСЧЕТЫ УКАЗАНЫ
ДЕЙСТВУЮЩЕГО БИЗНЕСА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ!**
Аренда на период открытия (срок открытия от 30 дней)
Закуп необходимого оптимального количества оборудования, мебели, декора
Отделка и оснащение склада
Отделка и оснащение офиса
Затраты на персонал до открытия (зарплата на время обучения персонала и строительные монтажные работы)
Стартовая маркетинговая кампания

Прочие (впишите Ваши расходы, если они не учтены в приведенном перечне)
Первоначальный взнос
ЧТО ВХОДИТ В ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЙ ВЗНОС? Помощь в подборе и оценке локации; полная поэтапная инструкция по открытию точки с нуля; полный подбор оборудования, мебели и декора; право работать под узнаваемым коммерческим обозначением; помощь в организации стартовой маркетинговой кампании и последующее руководство по локальному и федеральному маркетингу; руководство по использованию фирменного стиля, анализ рынка; размещение на

IQ RENT OPTIMA
IQ RENT DECOR

Начальный месяц Май

Количество чеков 109

Средний чек 18400

Обороты в месяц 2 005 600 руб.

IQ RENT OPTIMA

IQ RENT DECOR

Свернуть

3	4	5	6	7
0%	80%	100%	100%	100%
Ирт	Апрель	Май	Июль	Июль
.30	1.20	0.90	1.00	1.40

модель

КОГДА МОЖНО СОЗДАВАТЬ СВОЮ ФРАНШИЗУ



PIZZA HUT

В 1958 году был открыт первый ресторан Pizza Hut и уже в 1959 году была продана первая франшиза. В 1968 году была открыта первая франчайзинговая точка за пределами США. Начиная с 1971 года компания Pizza Hut считается производителем «пиццы номер один» и законодателем «моды» в мире пиццы. Сегодня открыто более 10 000 точек в 90 странах мира. В России бренд развивается с 1994 года. Pizza Hut входит в ТОП - 10 самых популярных франшиз мира.

WWW.KONSALTIKA.COM



ПАПА ДЖОН'С

Впервые этот бренд появился в 1984 году в США. Через пару лет была продана первая франчайзинговая точка. На сегодняшний день сеть насчитывает 4 500 точек, только 700 из которых являются собственными. Остальные франчайзинговые. В России сеть появилась в 2003 году. Пиццерия работает в формате доставки и с зоной посадки. Все готовится только при Госте.



ДОДО пицца

Старт бренда – 2011 год, город Сыктывкар.
2014 год – открытие первой зарубежной точки.
2016 год – открытие точки в США.
13 собственных, более 300 франчайзинговых.

ЗЯБКИНА ЕВГЕНИЯ

Основатель/Директор по развитию

Опыт работы в сфере
франчайзинга – 9 лет!

2009-2012

Key Account Manager компании ГМР Планета
Гостеприимства (Sbaggo, Елки-Палки и др.)

2013-2015

Руководитель отдела франчайзинга
Чайхона №1

С **2015** – директор по развитию
Группы Компаний Консалтика

+7(963)644-05-08

+7(495)789-59-58

evgeniya@konsaltika.com

www.konsaltika.com



КОНСАЛТИКА – ЭТО



БОЛЕЕ
150
УСПЕШНЫХ
ФРАНШИЗ



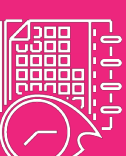
РАБОТА
ПО
РОССИИ
И
МИРУ



9 ЛЕТ
РАБОТЫ
В СФЕРЕ
ФРАНЧАЙЗИНГА

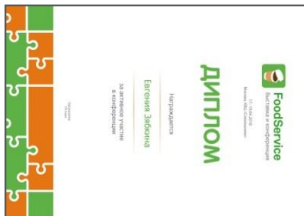
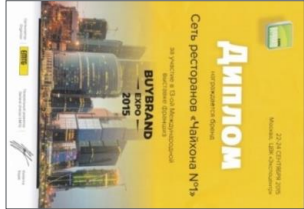
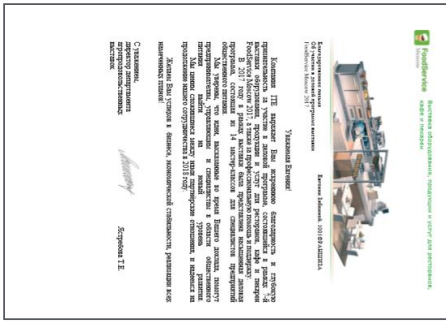
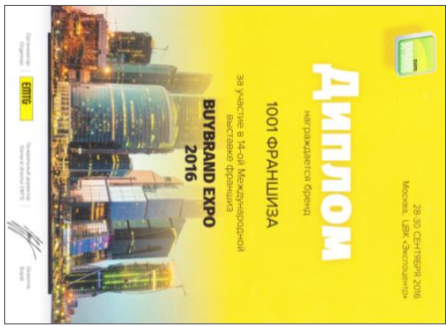


МИНИМАЛЬНАЯ
СТОИМОСТЬ
УСЛУГ ОТ
50 000
РУБЛЕЙ



НЕВЕРОЯТНЫЕ
СРОКИ
ВЫПОЛНЕНИЯ
РАБОТ
ОТ **7 ДНЕЙ**

ДИПЛОМЫ





НАШИ ПАРТНЕРЫ:



БИЗНЕС-ПАРТНЕРЫ



Партнер
VUVBRAND expo

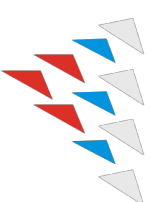


Член Московской
Торгово-Промышленной Палаты



ОПОРА РОССИИ

Член Опора России



Российская
Ассоциация
Франчайзинга

Член Российской
Ассоциации
Франчайзинга



Партнер Альфа-Банк



Партнер TopFranchise.ru

НАШИ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

ГРУППА КОМПАНИЙ КОНСАЛТИКА

(развитие Вашего бизнеса, франчайзинг,
фирменный стиль, каталог франшиз)
www.konsaltika.com



КОНСАЛТИКА
ГРУППА КОМПАНИЙ

1001 ФРАНШИЗА

(создание франшизы под ключ)
www.1001franchise



1001
ФРАНШИЗА



+7 (963) 644-05-08
info@konsaltika.com