

Уважаемые коллеги,

Благодарю за такую возможность и направляю мнение во вопросам, поставленным на обсуждение, связанным с определением формы в составе объемных товарных знаков по каждому вопросу.

1. Возможно ли определять форму товара (подпункт 4 пункта 1 статьи 1483 ГК РФ) исключительно как внешний контур изделия (совокупность линий и контуров, которые определяют границы соответствующего товара в пространстве)?

Да, данное определение является верным. При этом необходимо отметить, что значение терминов в праве необходимо определять с учетом предмета регулирования соответствующего правового института,

Возможно ли при анализе формы товара и ее элементов учитывать Международную классификацию изобразительных элементов товарных знаков (если да, то в каком объеме)?

Поскольку Международная классификация изобразительных элементов товарных знаков (Венская классификация) служит целям упрощения поиска тождественных и сходных обозначений и коммуникации патентных ведомств, ее применение при анализе различительной способности обозначения может носить исключительно технический характер, например, для определения элементов изображения, представляющего собой форму товара, и поиска тождественных им или сходных с ними среди зарегистрированных товарных знаков. При этом такое использование не предрешает вопросов о различительной способности обозначений, их тождестве и сходстве с другими обозначениями.

2. Следует ли отдельно рассматривать различные элементы формы товара (горлышко, дно, стенки бутылки, ручка кувшина и т.д.) при оценке традиционности, функциональности либо альтернативности формы (аналитический подход)? Или же следует оценивать только всю форму товара в совокупности всех элементов (форма бутылки) (синтетический подход)?

При оценке охраноспособности особенностей формы товара возможно применением обеих подходов.

Можно ли какие-либо элементы формы товара признать неохраняемыми или же форма всегда должна рассматриваться как единое целое?

Действительно, отдельные элементы формы могут не обладать различительной способностью, но форма в целом при этом обладать ей и соответственно быть способной к правовой охране.

Может ли один из элементов формы товара занимать доминирующее положение?

Да, при этом полагаю, что доминирование в значении ч. 1 ст. 1483 ГК РФ должно определяться не объемом занимаемого элементом пространства (площади), как ошибочно полагает Роспатент, а отношением к другим элементам обозначения в восприятии его индивидуализирующих качеств потребителем товаров и услуг, в отношении которых испрашивается правовая охрана. Так, весьма многочисленны обозначения, использующие простые геометрические фигуры, например, круг, квадрат, овал, шар, куб и пр., которые занимают наибольшую площадь таких обозначений, при этом различительную способность определяют не данные элементы, а уступающие им по площади иные элементы.

Также необходимо учитывать, что собственно форма как в общепринятом, так и в научном (философском, физическом, геометрическом) ее понимании не имеет свойств протяженности, а значит не занимает никакого места в пространстве, лишь определяя пространственные характеристики своего объекта.

3. С учетом каких обстоятельств устанавливается традиционность внешнего контура изделия?

С учетом использования для аналогичных изделий иными лицами и невозможности в связи с этим выполнять индивидуализирующую функцию.

Учитывается ли при этом насыщенность аналогового ряда?

Да, безусловно учитывается.

4. Могут ли узор, наклейка, цвет, наложенный на товар, рассматриваться как элементы формы товара?

Нет, поскольку форма товара представляет собой только его пространственные характеристики.

5. Может ли считаться упаковка товара формой товара по смыслу подпункта 4 пункта 1 статьи 1483 ГК РФ в любом случае или только в случае отсутствия у товара собственной формы (например, сыпучие, жидкие товары)?

Полагаю, упаковка определяет форму товара только для бесформенных (например, сыпучих, жидких товаров).

С уважением,

НЮНЯЕВ Вадим Олегович

Руководитель направления интеллектуальной собственности, к.ю.н.

Управление маркетинговых коммуникаций

Блок корпоративных коммуникаций

ПАО «ГАЗПРОМ НЕФТЬ»

Россия, 190000, С.-Петербург, ул. Почтамтская, д.3-5

тел: (812) 363-3152 (доб.3237), факс: (812) 363-3151

моб.тел: +7-921-909-46-42

NYUNYAEV.VO@gazprom-neft.ru

www.gazprom-neft.ru

А | Н | Т | И | В | И | Р | У | С
ПРОГРАММА «ГАЗПРОМ НЕФТИ» ПРОТИВ COVID-19

<https://www.gazprom-neft.ru/press-center/antivirus/>