



*Глонина Вера Николаевна (glonina.vera@yandex.ru)
Семенова Анастасия Александровна (a.2505@mail.ru)*

При поддержке IP CLUB (info@ipclub.in)




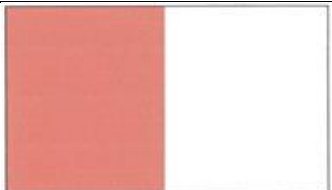





**ЦВЕТ КАК ТОВАРНЫЙ ЗНАК:
УСПЕШНЫЕ И НЕ ОЧЕНЬ ПОПЫТКИ ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬ**


По состоянию на 25 июля 2019 г.

ЦВЕТ КАК ТОВАРНЫЙ ЗНАК



Зарегистрированные товарные знаки

Обозначение	Характеристика, правообладатель	Классы МКТУ
	№556088 Pantone 349 ПАО «Сбербанк России»	36 - банки сберегательные; услуги банковские.
	№560598 Pantone 485 ПАО «Мобильные ТелеСистемы»	38 - подвижная радиотелефонная связь, телематические услуги связи.
	№561631 Pantone 300CV ПАО «Газпром»	Широкий перечень товаров и услуг 01, 04, 35, 37, 39, 40 и 42 классов
	№377700 ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат»	30 - ravioli (пельмени)

	<p>№ 597308 ООО «Грузовичков»</p>	<p>39</p>
	<p>№ 560852 бирюзовый (Pantone 1837) Тиффани энд Компани</p>	<p>14 - ювелирные изделия, бижутерия; часы и прочие хронометрические приборы. 35 - услуги розничной продажи; услуги розничной продажи через Интернет-сайты; услуги продажи товаров через розничные универсальные магазины и через почтовые каталоги продаж.</p>
	<p>№ 310048 Реккит Бенкайзер Н.В. (NL) <i>(Vanish)</i></p>	<p>03 - препараты для отбеливания; препараты для чистки ковров; препараты для выведения пятен; все указанные товары могут, как содержать, так и не содержать дезинфицирующие добавки.</p>


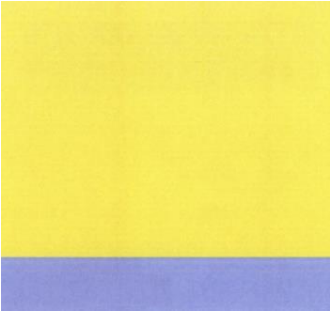
	<p>№359441 ОАО «Вымпел-Коммуникации» (Билайн)</p>	<p>38 - телекоммуникации; агентства печати новостей; вещание телевизионное; вещание телевизионное кабельное; доска сообщений электронная [телекоммуникационные службы]; информация по вопросам дистанционной связи; маршрутизации и соединения телекоммуникационные; обеспечение дискуссионными формами в Интернет; обеспечение доступа в Интернет [услуги провайдеров]; обеспечение доступа к базам данных; обеспечение телекоммуникационного подключения к Интернету; обеспечение телекоммуникационными каналами, предоставляющими услуги теле-магазинов; передача сообщений; передача сообщений и изображений с использованием компьютера; передача срочных объявлений; передача телеграмм; почта электронная; прокат аппаратуры для передачи сообщений; прокат времени доступа к сетям всемирной информационной сети; прокат модемов; прокат оборудования для телекоммуникационной связи; прокат телефонных аппаратов; прокат факсимильных аппаратов; радиовещание; связь волоконно-оптическая; связь радиотелефонная; связь с использованием компьютерных терминалов; связь спутниковая; связь телеграфная; связь телефонная; связь факсимильная; служба пейджинговая [с использованием радио, телефона или других средств электронной связи]; телеконференции [Интернет]; услуги абонентской телеграфной службы; услуги голосовой почты; услуги по предоставлению телеграфной связи; услуги по предоставлению телефонной связи.</p>
---	--	---

Практика Палаты по патентным спорам

Заявка, обозначение	Заявитель, классы (МКТУ)	Решение Палаты
<p>№ 2016717043¹</p>  <p>Pantone 131C</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «РУССКАЯ ИКРА», Астраханская область</p> <p>29, 31 и 35</p>	<p>Отказ.</p> <p>Указанное обозначение само по себе не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой желтый цвет, представленный в виде простой геометрической фигуры. Кроме того, цвет, как таковой, в силу использования различными субъектами не способен осуществлять индивидуализирующую функцию по отношению к товарам и услугам одного лица. Анализ представленных заявителем материалов (1) показал, что они не позволяют прийти к выводу о приобретении именно заявленным обозначением различительной способности, позволяющей ассоциировать заявленное обозначение с продукцией заявителя, поскольку на них представлен вариант использования обозначения, на котором очевидно применение цвета в сочетании с другими элементами этикетки, в частности, с товарным знаком заявителя по свидетельству № 617286.</p>
<p>№ 2016736293²</p> 	<p>Открытое акционерное общество «РОТ ФРОНТ»</p> <p>30 - «конфеты; батончики [кондитерские изделия]; батончики из пралине [кондитерские изделия]</p>	<p>Отказ.</p> <p>Заявленное обозначение не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой отдельное изображение красного и бронзового цветов. Сочетание двух простых цветов (красного и бронзового) при отсутствии какого-либо дизайна в силу своей тривиальности, отсутствия оригинальности воспринимается не как знак, указывающий на товар определенного производителя, а скорее как фон упаковки. (...)</p> <p>Анализ имеющихся в деле материалов [1-12] показал, что заявленное обозначение используется заявителем не в том виде как подано на регистрацию в качестве товарного знака, а в сочетании с другими элементами, размещенными на фоне заявленных цветов.</p>



¹ См. http://www.fips.ru/ConveraDocs/pps/_new/2017/2017B02247/2017B02247-2018.02.22.pdf

² См. http://www.fips.ru/ConveraDocs/pps/_new/2018/2018B08328/2018B08328-2018.09.28.pdf

<p>№ 2015742525³</p> 	<p>Акционерное общество «Невская Косметика», Санкт-Петербург</p> <p>03, 05</p>	<p>Отказ.</p> <p>Один из аргументов заявителя: цвета используются в упаковке. Палата: «Из представленных вариантов упаковки усматривается, что в ее составе не присутствуют три горизонтально ориентированные полосы красного, белого и градиента синего цветов разной ширины. Фактически, если в упаковке и присутствуют эти цвета, то они используются в сочетании с другими элементами, например словесными и изобразительными (словесный элемент «SARMA», изображениями сантехнических устройств, одежды и т.п.), так и в комбинации с иными цветами (желтым, зеленым, малиновым, оранжевым и т.п.). Именно за счет этих дополнительных элементов и осуществляется индивидуализация товаров.»</p>
<p>№ 2015742312</p> 	<p>Акционерное общество «Невская Косметика», Санкт-Петербург</p> <p>03, 05, 16, 21</p>	<p>Отказ.</p> <p>Заявленное обозначение не обладает различительной способностью, поскольку представляет собой отдельное изображение желтого и голубого цветов. Сочетание двух простых цветов (голубого и желтого) при отсутствии какого-либо дизайна в силу своей тривиальности, отсутствия оригинальности воспринимается не как знак, указывающий на товар определенного производителя, а скорее как фон упаковки, на котором не заостряется внимание потребителя при восприятии знака</p> <p>ОБЖАЛОВАЛИ РЕШЕНИЕ ПАЛАТЫ – см. ниже</p>
<p>№ 833969⁴</p> <p>изобразительное обозначение в виде полос желтого (на примере Pantone 485c) и красного (на примере Pantone 116c) цветов</p> <p>Пример:</p>	<p>SHELL INTERNATIONAL PETROLEUM, Великобритания,</p> <p>04, 35, 37</p>	<p>Регистрация оставлена в силе.</p> <p>Являясь одним из крупнейших нефтегазовых производителей в мире и владельцем крупнейшей в мире сети АЗС, концерн «Шелл» и компании, входящие в его состав, длительное время до даты подачи заявки на регистрацию товарного знака в Российской Федерации, использовали данные цвета для маркировки товаров и услуг, предоставляемых ими во всем мире; на дату международной регистрации (12.05.2004) оспариваемого знака в России уже действовала регистрация изобразительного</p>


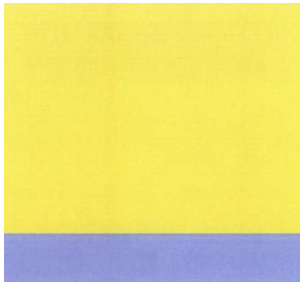
³ См. http://www.fips.ru/ConveraDocs/pps/_new/2017/2017B02850/2017B02850-2018.02.28.pdf

⁴ См. http://www.fips.ru/ConveraDocs/pps/_new/2017/2017B02423/2017B02423-2018.05.21.pdf

 <p>(Международная регистрация)</p>		<p>товарного знака по свидетельству №164330 на имя того же правообладателя, который оказывал услуги АЗС с использованием фирменных цветов концерна «Шелл» с 1998 года, у российского потребителя товаров 04 и услуг 37 классов МКТУ, в отношении которых предоставлена правовая охрана знаку по международной регистрации №833969, сформировалось устойчивое ассоциативное восприятие этого цветового сочетания с определенным лицом; Коллегия полагает необоснованным и декларативным утверждение лица, подавшего возражение, о том, что доказательством отсутствия у оспариваемого товарного знака различительной способности является использование на территории России многими компаниями красного и желтого цветов в оформлении своих АЗС – их товарные знаки имеют более поздний приоритет</p>
<p>№823981⁵</p>  <p>PANTONE 248C</p> <p>(Международная регистрация)</p>	<p>Mars U.K. Limited, Великобритания</p> <p>31 класс</p> <p>(Whiskas)</p>	<p>Отказ.</p> <p>Представленные заявителем материалы [5] не позволяют прийти к выводу о приобретении именно заявленным обозначением «вторичной» различительной способности, позволяющей ассоциировать заявленное обозначение с продукцией заявителя, поскольку оно использовалось в обязательном сочетании с другими, более значимыми элементами «ВИСКАС» и «WHISKAS». В отношении ссылки заявителя на материалы опроса общественного мнения [2] следует отметить, что данный опрос, как и указано выше, позволяет соотнести заявленный цвет с кормами для кошек, маркированными товарными знаками «WHISKAS», и не содержит сведений об информированности потребителя о производителе этих товаров (компании Mars).</p> <p>ОБЖАЛОВАЛИ РЕШЕНИЕ ПАЛАТЫ – См. ниже</p>

⁵ См. <http://www.fips.ru/ConveraDocs/pps/old/823981/823981-2007.03.09.pdf>

Суд по интеллектуальным правам

Решение	Обозначение, правообладатель, классы МКТУ	Результат
<p>Решение Суда по интеллектуальным правам от 21.05.2019 по делу № СИП-836/2018</p>	<p>№823981 (PANTONE 248C)</p>  <p>Mars U.K. Limited, Великобритания</p> <p>31 класс</p>	<p>Судебная коллегия приходит к выводу о том, что <u>представленными в материалы дела доказательствами не подтверждается приобретение различительной способности именно цвета оттенка Pantone 248 C</u>, поскольку заявителем представлены доказательства длительного использования корпорацией в своей деятельности обозначений, в которых во всех случаях содержится словесный элемент «Whiskas» и/или изобразительный элемент в виде головы кошки, внешний вид которых за все время использования существенных изменений не претерпевал. Кроме того, именно словесный и/или изобразительный элементы акцентируют на себе внимание потребителей.</p>
<p>Решение Суда по интеллектуальным правам от 30.08.2018 по делу № СИП-293/2018</p>	<p>№ 2015742312</p>  <p>Акционерное общество «Невская Косметика», Санкт-Петербург</p> <p>03, 05, 16, 21</p>	<p>В частности, перечисленные выше документы, в том числе соцопрос, в большинстве своем свидетельствуют или могут свидетельствовать об известности потребителям самого общества или его продукции, маркируемой иными словесными и комбинированными обозначениями, не имеющими отношения к данному спору.</p> <p>При этом утверждение общества о том, что вся отраженная в представленных документах продукция заявителя, относимая к вышеприведенному перечню товаров 3-го класса МКТУ, выпускается в упаковке, оформленной с использованием сочетания желтого и голубого цветов, заявленных на регистрацию в качестве товарного знака, опровергается представленными им же документами (рекламными изданиями, каталогом продукции).</p> <p>Так, из каталога продукции, который обзревался судом в судебном заседании, усматривается, что соответствующая продукция истца выпускается в упаковке, оформленной не исключительно в желто-синей гамме, но и желто-красной, желто-коричневой, желто-белой, желто-зеленой, желто-фиолетовой, розовой.</p>

ФАС: цвет и конкуренция

По мнению Заявителя (ПАО «МегаФон»), действия ПАО «МТС» по введению в гражданский оборот на территории Российской Федерации стартовых комплектов и СИМ-карт тарифа «Свободный», оформленных в зеленой цветовой гамме с использованием элемента – полукруг, способны вызвать смешение с товарами (услугами) вводимыми ПАО «МегаФон» в гражданский оборот на территории Российской Федерации, что является нарушением запрета, установленного пунктами 1 и 2 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции.

Позиция МТС:

- бренд достаточно известен. Распечатка с сайта информационно-аналитического портала «Центр гуманитарных технологий» (рейтинг 100 самых дорогих мировых брендов 2014), в соответствии с которой бренд «МТС» занял 80-е место, а бренд «МегаФон» не вошел в данный рейтинг;
- цветовая гамма и композиция геометрических фигур отличается от цветовой гаммы и композиции приведенных в заявлении ПАО «МегаФон» товарных знаков, а исключительные права на цветовой товарный знак (цвет – зеленый) у Заявителя отсутствуют;
- абонент при выборе тарифного плана точно и ясно понимает, какой оператор связи будет оказывать ему услуги, поскольку оказание услуг подвижной радиотелефонной связи осуществляется только на основании договора, заключенного между оператором связи и абонентом.

Решение ФАС:

Признать действия ПАО «МТС», связанные с введением в гражданский оборот на территории Российской Федерации стартовых комплектов и СИМ-карт тарифа «Свободный» с использованием в их оформлении элементов фирменного стиля ПАО «МегаФон», в том числе цветовой гаммы товара, вводимого в гражданский оборот ПАО «МегаФон», актом недобросовестной конкуренции, противоречащим пункту 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Это интересно

В процессе подготовки настоящего материала авторам попало несколько крайне любопытных выводов судов и государственных органов, которыми хотелось бы поделиться в данной рубрике.

1. «В открытом вопросе ассоциации между спорным обозначением и маркой корма «Whiskas» установлены у 73% опрошенных. Суд по интеллектуальным правам считает, что указанные ассоциативные связи не являются достаточными для подтверждения широкой известности» (Решение Суда по интеллектуальным правам от 21.05.2019 по делу № СИП-836/2018).
2. В ситуации, когда участники опроса едут по незнакомой дороге (при условии, что в автомобиле еще осталось четверть бака бензина), четыре человека из десяти (41,4%) примут решение заправить или не заправить автомобиль издалека, когда только угадывается силуэт заправки. Еще

четверть респондентов (25,3%) ориентируются, когда видны цвета и отличительные элементы, АЗС, но не видно ее названия. Каждый четвертый опрошенный (25,3%) примет решение только когда увидит название АЗС. Таким образом, можно сделать вывод, что большая часть автомобилистов идентифицируют АЗС, когда еще не видят названия заправочной станции, то есть по ее отличительным элементам, цветовому сочетанию (Решение Федеральной антимонопольной службы по жалобе ООО «Успех» на решение и предписание № 2 от 28.10.2016 по делу о нарушении антимонопольного законодательства № 06-01-12-14-16)