

Товарный знак.

Сходство до

степени

смещения.

Товарный знак - определение

- П.1 ст. 1477 ГК РФ: «обозначение, служащее для *индивидуализации товаров* юридических лиц или индивидуальных предпринимателей».
- И. Э. Мамяева: «отражение *в общественном сознании* объективно существующей установленной связи между специфическими потребительскими свойствами товара определенного рода и характерной внешней чертой этого товара или его упаковки».
- В. М. Сергеев: «обозначение, используемое в установленном порядке для маркировки определенных видов товаров *с целью их рекламы* и отличия от однородных товаров других предприятий».

Функции товарного знака

- ❖ Идентификационная
- ❖ Информационная
- ❖ Рекламная
- ❖ «Экспрессивная»

Критерии сходства

Приказ Роспатента от 30.12.2009 N 190:

- 1) однородность товаров;
- 2) ассоциация с другим обозначением;
- 3) противопоставленный товарный знак ассоциируется с конкретным производителем;
- 4) противопоставленный товарный знак предназначен для индивидуализации товаров широкого потребления и повседневного спроса.

Приказ Роспатента от 31.12.2009 N 197

1. Звуковое сходство (например, DIXIE - DIXI, DIXY, ДИКСИ; KENZO - ENZO; GEMO - ГЕМА);
2. Графическое сходство (LANCOME и LONCAME);
3. Смысловое сходство (МУЗЫКА СНА - МЕЛОДИЯ СНА; АРОМАТНАЯ МЕЛОДИЯ - AROMATIC MELODY).

Предмет доказывания

Российская практика

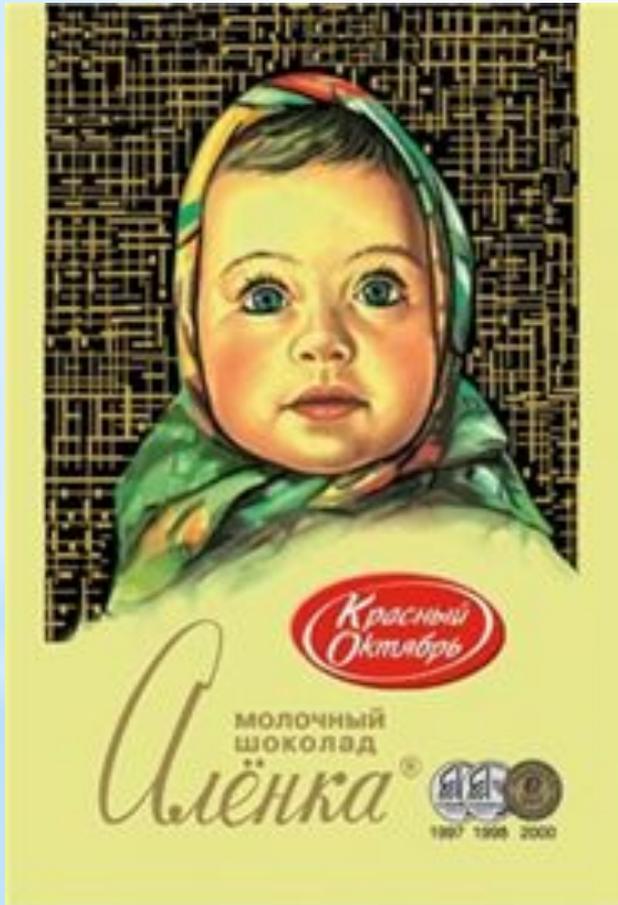
Нужно установить факт потенциальной возможности введения потребителя в заблуждения.

Американская практика

Нужно установить факт действительного введения в заблуждение определенного количества потребителей (заявитель обязан доказать наличие у него значительных финансовых потерь).

«Алёнка» против «Алины»

(Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 17.01.2011 N 09АП-29250/2010-ГК)



Дело «Reckitt & Colman (Overseas) Limited» (решение Коллегии Палаты по патентным спорам Роспатента от 05.10.2012)

Reckitt benckiser

Оспариваемый товарный
знак



«Рошен» против «Рот Фронт»

(Определение ВАС от 10 апреля 2013 г. N ВАС-2050/13)

«Рошен»

АО «Рот Фронт»



Неохраняемые элементы товарного знака

- 1) обозначения, вошедшие во всеобщее употребление;
- 2) обозначения, являющиеся общепринятыми символами и терминами;
- 3) обозначения, характеризующие товары, в т.ч. указывающие на вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;
- 4) представляющие собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров
- 5) неохраняемые обозначения (ЭКО, ИНФО, ПЛЮС, AUTO, SOFT, FORTE) - Приказ Роспатента от 31.12.2009 N

Проблемы для обсуждения

1. Возможно ли определить в законе конкретные критерии для установления сходства товарного знака до степени смешения?
2. Какая из моделей: «русская» (установление потенциальной возможности введения в заблуждение) или «американская» (установление факта значительных убытков производителя от использования схожего товарного знака) - представляется наилучшей?

Подготовила

Мамонтова Анастасия Владимировна,
студент 4 курса юридического факультета
СПбГУ.

2016 г.