

ФБК | Legal



ТОП

Позиций Суда по
интеллектуальным правам





1

О РЕГИСТРАЦИИ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

О возможности регистрации упаковки в качестве товарного знака

Для регистрации обозначения, представляющего собой упаковку товара нужно, чтобы такое обозначение имело оригинальную форму и не указывало на вид и назначение товара. Оригинальность упаковки, может подтверждаться, в том числе, представлением альтернативных упаковок товара конкурентов. Утилитарность формы товара, регистрируемой заявителем, не является основанием для отказа в регистрации такой формы как товарного знака.

О возможности регистрации в качестве товарного знака неофициальной символики

Гражданское законодательство не запрещает использование в товарных знаках неофициальной символики города. Факт широкого употребления и известности в обществе обозначения, в отсутствие выводов об определенном характере восприятия этого обозначения, не означает противоречия общественным интересам.

Можно ли зарегистрировать иностранный термин в качестве знака обслуживания

Оценка обозначения на соответствие требованиям о допустимости к регистрации товарных знаков (ст. 1483 ГК РФ) производится исходя из восприятия этого обозначения рядовыми, средними потребителями – адресатами товаров. Об этом, в частности, могут свидетельствовать социологические исследования о результатах опроса потребителей.

О том, почему не следует регистрировать домен на учредителя

Если доменное имя сайта организации принадлежит учредителю/директору, то именно это лицо, а не общество является ответчиком по спорам об интеллектуальных правах. Иное возможно, если стороне удастся доказать, что фактически сайт используется организацией.

[Постановление 1](#)

[Постановление 2](#)

[Постановление 3](#)

[Постановление 4](#)



2

О СЛУЖЕБНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ

Само по себе отсутствие в должностной инструкции работника трудовых обязанностей по разработке и созданию произведений, не является основанием для вывода о том, что произведение не является служебным. О служебном характере произведения могут свидетельствовать и иные доказательства, в связи с чем, судам надлежит производить анализ трудовой деятельности работника по существу.

Постановление



3

О ДОКАЗЫВАНИИ ПРАВА НА ФОТО

Для того, чтобы доказать принадлежность работодателю права на фотографию, сделанную его работником, работодателем были доказаны следующие факты:

- фотография была сделана штатным сотрудником компании, поэтому истец приложил трудовой договор с автором фото, содержащий условия о том, что исключительное право на служебные произведения переходит работодателю.
- в подтверждение права на фотографию был приложен CD-диск со спорной фотографией в формате JPG, где через вкладки «Свойства» можно было увидеть, что фотография была создана в определенную дату и ее автором является работник истца.

[Постановление](#)



4

ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ OPEN SOURCE ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММНОГО КОДА НА ЗАКАЗ

Между заказчиком и разработчиком ПО возник спор о предмете договора: внедрение программного продукта в систему заказчика или создание для заказчика нового ПО.

Результатом работы разработчика стал программный код, который был практически полностью идентичен другому Open Source коду.

По итогам судебной экспертизы эксперт пришёл к выводам, что отличия между продуктами составляют около 1,4 %, а трудоёмкость доработки продукта можно оценить, как низкую. На основании этого суд пришел к выводу, что предметом спорного договора является внедрение программного продукта, а не его создание. Таким образом, новый объект интеллектуальной собственности создан не был.

[Постановление](#)



5

О НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ ПРИ СХОДСТВЕ УПАКОВОК

Спор о недобросовестности конкуренции возник между двумя производителями товаров. Между упаковками двух производителей прослеживалось внешнее визуальное сходство упаковок (особенность шрифта, цветовая гамма, объекты, изображенные на упаковке).

Несмотря на внешнее сходство, суд пришел к выводу, что использование схожих упаковок товаров может являться не следствием умысла на создание смешения с товаром истца путем имитации упаковки последнего, а может носить случайный характер, обусловленный ограниченностью свободы творчества дизайнера. В таком случае поведение ответчика является правомерным.

[Постановление](#)



6

ОБЩЕИЗВЕСТНЫЕ ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ**Является ли логотип Питерского метро общеизвестным знаком?**

Совокупность доказательств указывает на то, что логотип метрополитена города Санкт-Петербург обрел известность лишь в определенном географическом районе, что не подтверждает его общеизвестность. Географический критерий не является единственным при определении общеизвестности, однако остальные доказательства также указали на отсутствие общеизвестности логотипа.

Соотношение общеизвестного знака и общеизвестного заявителя

При определении общеизвестности товарного знака не имеет значение знание потребителя конкретного юридического лица, являющегося правообладателем товарного знака. Достаточно, чтобы потребитель понимал, что товар под определённым брендом происходит из одного источника.

[Постановление 1](#)

[Постановление 2](#)