



Фиолетовый - не товарный знак

Благодаря усилиям почетного научного сотрудника Института интеллектуальной собственности, профессора Джереми Филипса и эксперта в области товарных знаков и международных брендов Роланда Маллинсона на днях стало известно, что кондитерской компании Cadbury UK Limited не удалось убедить ведомство по интеллектуальной собственности Великобритании и суд в удовлетворении требований охраноспособности заявленного ею изображения.

Заявка Cadbury [на регистрацию товарного знака](#) была подана в отношении фиолетового цвета, который применяется «на всей видимой поверхности или является преобладающим цветом всей видимой поверхности упаковок товаров». По заявлению компании Nestle, которая оспаривала правовую охрану такого обозначения, именно вторая часть описания и вносила существенную неопределенность. В частности, не ясно, что следовало бы считать преобладающим цветом.

Суд согласился с Nestle и признал заявку не отвечающей установленным требованиям. Аргумент Cadbury о том, что описание заявленного графического обозначения несет лишь функцию *текстового* описания, не были приняты во внимание судом. Как указывает Джереми Филипс, в суде даже обсуждалась альтернативная формулировка «на всей или на более чем 50% от всей видимой поверхности», а в ходе заседаний делались намеки, что в таком случае результаты могут быть иными.

Как отмечают авторы, подобная неточность и, соответственно, участь постигла и обозначение компании Маттел. Компания подавала на регистрацию черно-белое изображение маленькой плитки шоколада, а в описании было указано, что «на верхней поверхности наносятся буквы латинского алфавита и цифры в диапазоне от 1 до 10». В качестве примеров Маттел представила изображения аналогичной плитки с нанесением обозначений третьих лиц – 3M, O2, F1 и пр.



Следует отметить, что регистрация товарного знака в отношении только лишь цвета все же возможна (*как в Европе, так и в России*). Ранее суд Европейского союза (*дело Libertel v Benelux*) постановил, что цвет, как таковой, может быть зарегистрирован в качестве товарного знака, даже если он не представлен в каких-либо особых формах или контуре. Главное – цвет должен отличать товары и услуги одного предприятия от другого. В России, согласно статье 1482 ГК РФ, в качестве товарного знака могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и *другие* обозначения или их комбинации в любом цвете или цветовом сочетании. Известно, что в России за регистрацией подобных товарных знаков обращались Билайн – черно-желтый цвет, Газпром – синий, Сбербанк – зеленый, «женское такси» – розовый.

Узнать подробнее о правовой охране цвета в качестве товарного знака можно из интересной статьи, представленной [здесь](#).

автор: Д. Федулкин