

Эффективные формы получения государственной охраны упаковки (промышленный образец, изобретение, знак для товаров и услуг или авторское право)

А.Е. Колосов, д.т.н., Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт»

* Продолжение серии статей «Упаковка как объект права интеллектуальной собственности (эффективные методы получения государственной охраны и защиты)». Начало в № 3 (с. 14–18), 6 (с. 17–21) 2011 г.

Анализ практики патентования на территории Украины, Российской Федерации (РФ) и Республики Беларусь (РБ) показал, что часто владельцы таких объектов подают заявку на регистрацию торговой марки (ТМ) одновременно с заявкой на промышленный образец (ПО) в виде эмблемы, этикетки либо упаковки или упаковочного материала с использованием изображения ТМ, включая его словесную составляющую.

Чаще всего на упаковке товара мы видим именно ТМ. Поэтому к выбору символа, который будет лицом и визитной карточкой фирмы, необходимо относиться очень серьезно. Так, металлические банки, стеклянные, полимерные и глиняные бутылки могут быть зарегистрированы и как объемные товарные знаки, и как ПО, а иногда и как изобретения (полезные модели).

Как ТМ могут регистрироваться словесные, объемные, изобразительные или иные обозначения и их комбинации в любом цвете или цветовом сочетании. Также в качестве ТМ могут быть признаны мелодии или ароматы [1]. Нередки также случаи получения охраны упаковочных элементов в форме изобретений (полезных моделей). Наименее же распространены случаи получения охраны этих элементов в форме авторского права. Рассмотрение целесообразности и особенностей практической реализации подобных действий является актуальной проблемой, связанной с повышением охраноспособности вышеуказанных объектов интеллектуальной собственности (ИС).

Задачей данной статьи является анализ существующих эффективных форм получения государственной охраны упаковки как объекта права ИС в виде ПО, изобретения (полезной модели), знака для товаров и услуг или авторского права, а также исследование целесообразности и особенностей получения той или иной формы государственной охраны в рамках существующего законодательства.

Знак для товаров и услуг как средство охраны упаковки

В соответствии с Законом Украины «Об охране прав на знаки для товаров и услуг», ТМ является обозначением, позволяющим отличать однородные товары разных производителей [1]. Реалии существующих ТМ таковы, что наиболее распространены словесные ТМ, представляющие собой как существующие, так и вымышленные слова либо сочетания букв

и/или цифр (например, аббревиатуры), отдельные предложения, другие единицы языка, а также их сочетания.

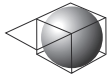
Спектр изобразительных ТМ довольно велик: они могут содержать фигуры любых форм, различные символы, конкретные и абстрактные изображения, композиции линий, пятен на плоскости. Причем именно изобразительные ТМ обладают выигрышными рекламными свойствами, так как дают возможность эффективно выполнять функцию индивидуализации товаров, концентрируя на себе основное внимание потребителя.

К объемным обозначениям ТМ относятся трехмерные объекты, фигуры и комбинации линий, фигур. В качестве предмета объемной ТМ обычно выступает тара или упаковка товара либо же оригинальная форма самого изделия.

Комбинированные ТМ представляют собой комбинацию элемен-

тов различного характера: изобразительных, словесных и др.

Производители порой тратят огромные деньги на создание символа ТМ, выясняя, какое обозначение сможет наиболее эффективно привлекать внимание. Так были разработаны товарные знаки «Гетьман», «777» и другие с оригинальными дизайнерскими решениями. Поэтому неудивительно, что у многих производителей рекламные и защитные функции выполняет именно ТМ, являющаяся основным символом упаковки. В некоторых случаях она занимает доминирующее положение на лицевой стороне и активно используется в рекламе. Например, красная чашка «Нескафе», изображаемая на банке растворимого кофе, является зарегистрированной ТМ компании «Нестле». Иногда символов на упаковке несколько: рядом с товарным знаком сока J7 всегда неизменно присутствует ушастая зверушка, являющаяся



ТМ уже упоминавшейся компании «Вимм Билль Данн» [2, 3].

В том случае, если используемые обозначения оригинальны и привлекают внимание, у них появляется шанс стать брендами. **Бренд** — это экономическая категория ТМ, представляющая собой совокупность материальных и нематериальных категорий, которые вызывают у потребителя желание купить товар, обозначенный именно им. Для того чтобы обычная ТМ стала брендом, необходимо, чтобы она отличалась от других знаков, использовалась только для качественной продукции и поддерживалась рекламой. Признаком, позволяющим охарактеризовать ТМ как бренд, является такое положение вещей, при котором покупатель платит за обозначенный ею товар большую сумму, чем за аналогичную продукцию. Следует также отметить, что бренд всегда имеет единоличного владельца.

Неудивительно, что многие производители стремятся к тому, чтобы их символы, используемые на упаковке, стали брендами. Поэтому упаковки, в дизайне которых основным элементом является ТМ (одна или несколько), а все остальные элементы соответствуют ей и органически с ней сочетаются, представляются с маркетинговой точки зрения наиболее качественными. Преимущество такого ре-

шения состоит также и в том, что дизайн можно изменить (подкорректировать) без неблагоприятных последствий, оставив неизменными запомнившиеся символы [4].

Нелишним будет здесь остановиться на вопросе правового режима ТМ как объекта исключительных прав ее владельца, которые возникают с момента регистрации или в соответствии с существующими международными договорами, участником которых является страна получающего патентного ведомства. Поэтому по причине того, что владельцем ТМ может быть, как правило, только одно лицо, патентное ведомство при решении вопроса о регистрации устанавливает ее оригинальность среди зарегистрированных и поданных на регистрацию ТМ для определенных классов товаров и услуг.

Кроме того, в связи с отличительной функцией ТМ, не допускается регистрация обозначений, предоставление исключительных прав на которые станет причиной ущемления законных интересов других производителей, а также введения потребителей в заблуждение. В частности, не регистрируются обозначения, указывающие на вид, качество, назначение, свойства товара (то есть носящие описательный характер), не обладающие отличительной способностью, и некоторые другие [1].

Нередко на рынке присутствует и такая упаковка, которая сама по себе способна выполнять все необходимые функции, обладая отличительной способностью и не имея сильного символа. Для реализации этих функций необходимо должным образом отнестись к охране исключительных прав на нее.

Во многих случаях упаковку, обладающую отличительной для ТМ способностью, регистрируют в качестве объемной ТМ. Самый характерный пример — бутылка «Кока-Кола» [2, 3]. В некоторых случаях регистрируют лишь лицевую сторону упаковки. Важно отметить, что ТМ (в том числе упаковка) охраняется от несанкционированного использования помимо воли владельца не только тождественных, но и сходных обозначений.

Критерии *сходства* четко определены в соответствующих нормативных актах. Однако для того чтобы использование тождественной или сходной до степени смешения ТМ с зарегистрированной ТМ являлось незаконным, необходимо его использовать для однородных товаров. В свою очередь, *однородность* определяется на основе действующей редакции Международной классификации товаров и услуг (МКТУ). И тут могут возникнуть сложности, которых на первый взгляд не должно было бы быть.

Wrangler®



Таким образом, работа по регистрации обозначения в качестве ТМ требует профессиональных знаний и навыков. Поэтому желательно обращаться к специалистам в сфере ИС, а именно к патентным поверенным.

Охрана упаковки в виде ПО

Как было показано, упаковка как объект исключительных прав может защищаться различными способами. И в том случае если ТМ на упаковке не являются сильными символами или отсутствуют, то упаковку необходимо рассматривать как целостный и самостоятельный объект прав в виде ПО и признавать ее особое значение для продвижения товара.

ПО — это графическое описание товара или изделия (по Закону — художественно-конструкторское решение изделия), отражающее его внешний вид [5]. Наиболее часто под правовую охрану ПО подпадают этикетки, упаковка, тара, печатное издание, внешний вид технического изделия, фасон одежды, мебель и др. В качестве примера можно привести патент на ПО Украины № 4920 от 15.06.2001 г. «Материал для пакування туалетного паперу» и одноименный патент РФ № 51566 от 16.02.2002 г., выданный ПАО «Киевский картонно-бумажный комбинат».

ПО считается созданным не тогда, когда изготовлено само изделие, а в день подачи правильно оформленной заявки на этот ПО, то есть когда автор создал его: например, отобразил на бумаге, в том числе методами компьютерной графики. Автор ПО после его официальной регистрации получает патент, дающий исключительное право на производство товара именно в этом внешнем исполнении.

Не могут считаться ПО решения, обусловленные исключительно технической функцией изделия, объекты архитектуры (кроме малых архитектурных форм), промышленных, гидротехнических и других стационарных сооружений. Не предоставляется охрана решениям внешнего вида, хотя и имеющим признаки ПО, но не заслуживающим охраны: объектам неустойчивой формы из жидких, газообразных, сыпучих или им подобных веществ; изделиям, противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали [5].

Решению внешнего вида предоставляется охрана в качестве ПО, если оно является новым и оригинальным (последнее относится только к законодательствам РФ и РБ). То есть новизна и оригинальность — это те критерии, которым должен соответствовать ПО, заявляемый на выдачу патента.

Что касается комплекта (набора) изделий, то он также может быть заявлен в качестве ПО, если входящие в его состав элементы подчинены общей задаче, решаемой комплектом (набором) в целом. В качестве ПО может быть заявлена и часть изделия в том случае, если она предназначена для унифицированного применения, то есть может быть использована с целым рядом изделий, а также обладает самостоятельной функцией и завершённой композицией [6]. Таким образом, упаковка для каких-либо товаров, отличающихся между собой, может быть запатентована в качестве ПО, если с точки зрения художественного оформления решение всех элементов комплекса выполнено с использованием единого образного, пластического и стилистического принципа формообразования.

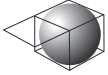
Комбинированная охрана упаковки

В некоторых случаях упаковка может быть в равной степени признана как ПО, так и объемной ТМ. Выбор формы охраны принадлежит заявителю, но при этом актуальным является вопрос: насколько действия по одновременной регистрации ТМ и ПО являются целесообразными? Для ответа на этот вопрос необходимо обратиться к законодательству Украины.

Для начала проанализируем детерминирующую часть законов о ТМ и ПО. Вышеупомянутый Закон Украины «Об охране прав на знаки для товаров и услуг» [1] гласит: «Объектом знака может быть любое обозначение или любая комбинация обозначений. Такими обозначениями могут быть слова, в том числе собственные имена, буквы, цифры, изобразительные элементы, цвета и комбинации цветов, а также любая комбинация таких обозначений». То есть именно Свидетельство на ТМ обеспечивает полную правовую защиту *словесной составляющей* ТМ.

В свою очередь, в Законе Украины «Об охране прав на промышленные образцы» [2] сказано следующее: «Объектом промышленного образца может быть форма, рисунок или расцветка или их сочетание, которые определяют внешний вид промышленного изделия и предназначены для удовлетворения эстетических и эргономических потребностей человека».

Анализ вышеприведенной формулировки показывает, что в ней ничего не сказано о словах, в том числе собственных именах, буквах и цифрах. В то же время в «Правилах проведения экспертизы заявки на промышленный образец» [3] указано: «Если внешний вид промышленного образца формируется



за счет слов, букв, предложений, они рассматриваются как образительные элементы, которые имеют определенное место в композиции, которая формирует визуальное восприятие изделия».

Таким образом, правовая охрана для словесных элементов в составе ПО отчасти имеет место. Но она не распространяется на смысловое и слуховое (фонетическое) значение этих слов, а только на визуальное значение, и притом не в виде слова, а в виде художественно-графического элемента.

Тут сразу возникает закономерный вопрос: зачем же тратить финансовые средства и усилия на патентование ПО, если достаточно получить Свидетельство на ТМ и использовать его по своему усмотрению? В ответ приведем несколько доводов в пользу патентования и того, и другого объекта ИС.

Во-первых, в рамках одной заявки на ПО можно запатентовать несколько вариантов производимой упаковочной продукции при условии, что патентуется внешний вид изделий, которые относятся к одной функциональной группе, к одному классу Международной классификации промышленных образцов (МКПО), являются подобными по совокупности признаков и имеют отличия в несущественных признаках, воспринимающихся визуально. Например, несколько упаковочных пакетов дляпельменей «Геркулес», отличающихся друг от друга цветом, словесными и другими незначительными элементами. Разница, как говорится, налицо.

Во-вторых, преимуществом патентования ПО является относительная быстрота получения охранного документа. Процедура получения охранного свидетельства на знак для товаров и услуг осуществляет-

ся приблизительно в течение двух лет, если будущий владелец знака не воспользовался официальной процедурой ускоренной экспертизы. Патент на ПО можно получить в течение нескольких месяцев.

В-третьих, патентование ПО дает его собственнику несколько позитивных преимуществ, одно из которых — это право владельца патента изготавливать и реализовывать запатентованное изделие. Но нельзя забывать, что объем правовой охраны, предоставляемый ПО, определяется совокупностью существенных признаков ПО, изображенных на фотографиях изделия (его макета, рисунка), то есть формой, рисунком или расцветкой либо их сочетанием, если говорить проще — внешним видом изделия. В то же время объем прав на ТМ определяется изображением знака и перечнем товаров и/или услуг, для которых зарегистрирована ТМ. Именно ТМ предназначена для маркирования изготовленных товаров, для которых она зарегистрирована, упаковки для товаров, использования в рекламе, печатных изданиях, на вывесках, в проспектах, счетах, на бланках иной документации, связанной с введением товаров и услуг в хозяйственный оборот.

В-четвертых, необходимо еще раз отметить, что, в соответствии с законодательством Украины, РФ и РБ, один и тот же объект может получить правовую охрану как в качестве ПО, так и в качестве ТМ. Следует лишь учитывать, что указанные объекты выполняют различные функции.

ПО, хотя и является объектом исключительных прав, не индивидуализирует продукцию. И если на упаковке, зарегистрированной в качестве объемной ТМ, все обозначения, удовлетворяющие при-

знакам ТМ, будут являться объектами самостоятельной правовой охраны, то ПО охраняется только в целом как художественно-конструкторское решение изделия. Нет также и понятия сходного ПО: нарушением прав владельца признается использование ПО без разрешения правообладателя, содержащего все существенные признаки запатентованного объекта, отображенные на фотографиях, макетах, рисунках.

В связи с этим рекомендуется патентовать упаковку как ПО в тех случаях, когда она не содержит сильных символов и используется в нескольких вариантах. Кроме того, различаются порядок оформления прав и срок действия (при условии продления действия прав на ТМ неограниченно во времени, а срок действия патента на ПО ограничивается сроком в 15 лет).

Невзирая на то что законодательством четко установлены функции и назначения как ПО, так и ТМ, часто возникают ситуации, когда права на эти объекты **пересекаются**. Так, на сегодняшний день существуют патенты на ПО, изображение которых включает словесные обозначения, в то же время зарегистрированные как ТМ или, по сути, являющиеся обозначениями, чья функция — индивидуализация субъектов предпринимательской деятельности. При этом собственниками таких знаков зачастую являются лица, не имеющие никакого отношения ни к авторам ПО, ни к владельцам патентов Украины на ПО [2–4].

Так, существуют ПО «Эмблема Wrangler», «Эмблема HUGO BOSS», «Эмблема NIKE», «Эмблема ADIDAS». При этом свидетельства Украины на одноименные

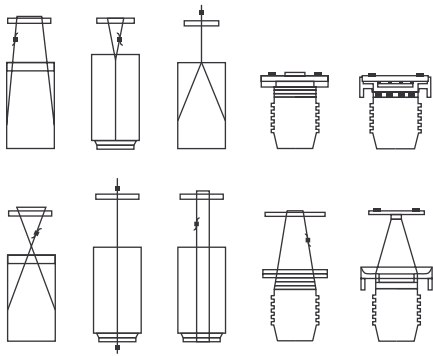


Рис. 1. Пробка с приспособлением в виде гибкого кольца из синтетической полоски или веревки

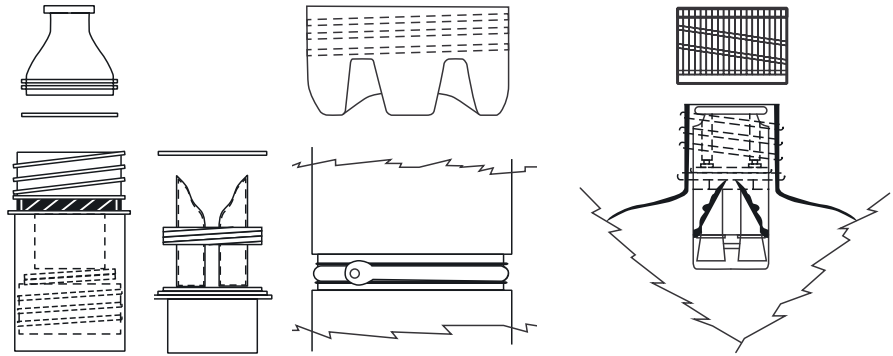


Рис. 2. Бутылка с пробкой для фанатов «Рога изобилия»: 1-й вариант (а), 2-й вариант (б)

TM Wrangler, HUGO BOSS, ADIDAS принадлежат лицам, которые не являются собственниками указанных выше патентов на ПО. В итоге вышеуказанные патенты на ПО предоставляют право собственнику **производить** такие эмблемы («Эмблема Wrangler», «Эмблема HUGO BOSS», «Эмблема NIKE», «Эмблема ADIDAS») и запрещать другим лицам их производство. Но при этом патент на ПО не дает его собственнику право **маркировать** товары этими эмблемами. Такое право имеет только владелец свидетельства на ТМ. Во избежание подобных ситуаций рекомендуется более серьезно относиться к своей ИС и получать охранные документы (свидетельства на ТМ, патенты на ПО) раньше, чем это сделает кто-нибудь другой.

Упаковка как объект авторского права

В связи с тем, что ПО — это явления дизайна, используемые в разных отраслях промышленности, они могут быть защищены в соответствии с нормами как авторского, так и патентного права. С одной стороны, по причине их эстетической сути бывает целесообразной охрана ПО по нормам авторского права как произведения [7, 8], с другой — в связи с ориентацией ПО на реализацию промышленным способом в механизированном производстве они нуждаются в более надежной правовой охране, приспособленной к запросам коммерции и основан-

ной на принципах защиты промышленной собственности.

Многие предприниматели часто задают вопрос: неужели государство не защищает мои права на результаты творчества автоматически? Действительно, дизайн упаковки может охраняться авторским правом как произведение, если носит творческий характер. Для возникновения авторских прав не требуется соблюдения каких-либо формальностей, то есть действует принцип предположения авторства.

Однако авторские права не могут в достаточной мере использоваться для защиты товаров от недобросовестной конкуренции. Известные производители полагаются на них лишь в тех случаях, когда на упаковке доминирующее положение занимает защищенная ТМ. В иных случаях саму упаковку и все обозначения, имеющие значения ТМ, необходимо защищать как объекты промышленной собственности [2, 9]. При этом автор решает сам, какую систему охраны выбрать: авторское право, патентное право либо обе системы права одновременно.

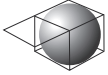
В случае защиты произведения дизайна авторским правом сам автор должен позаботиться о заключении авторского договора, в котором были бы предусмотрены все условия, связанные с использованием объекта и передачей прав на него. Такой договор должен быть заключен очень грамотно, чтобы автору избежать невыгодных для него ситуаций. В то же время отечественный и зарубежный (рос-

сийский) опыт показывает, что зачастую такие изделия, как упаковка, посуда, мебель, печатная продукция, одежда, и др., с точки зрения их коммерческой эксплуатации, на потребительском рынке целесообразно защищать патентами. Очевидно, что защита произведений дизайна патентом на ПО более надежна. Во-первых, наличие патента на ПО наделяет правообладателя исключительными правами на данное произведение, что дает возможность ему и только ему использовать объект на рынке сбыта. Во-вторых, патент на ПО является весомым доказательством авторства в суде при возникновении судебных исков.

В то же время в качестве объектов авторского права можно получить охрану на эскизы упаковки (этикетки), конструкторские и технологические особенности ее изготовления, цветовую гамму и прочее, которые могут быть дополнительным аргументом при рассмотрении споров в отношении нарушения прав законного правообладателя упаковки.

Охрана упаковки в форме изобретений и полезных моделей

Часто упаковочные изделия могут также охраняться как изобретения и полезные модели (в основном как устройства). Например, имеют охрану как изобретения различные варианты крышечек и пробок, используемых в упаковках для сока и других напитков, а также многие другие упаковочные объекты.



Два типичних приклади описання пробки з пристосуванням для откупорювання [10] приведені на рис. 1 і 2. Так, в пробці з поліетилену або пробкового дерева розміщено пристосування в вигляді гнучкого кільця із синтетическої поліоски або веревки (рис. 1). При цьому на полосці або веревці може бути в декількох варіантах закріплена підкладка для того, щоб в момент откупорювання не створювалося болюсного надування полоски або веревки на палець або пальці руки. Заявитель утверждає, что за 1–2 с без штопора, пневматических инструментов и т. д. из горлышка бутылки вытаскивается пробка. Тут на практиці реалізований принцип «два в одному».

Второй пример (рис. 2) касается бутылки с пробкой для фанатов «Рога изобилия» (2 конструктивных варианта исполнения) [10].

Бутылка с напитком имеет на горлышке закрученную специальную пробку, в которой есть свисток (или же он крепится в горлышке бутылки). Бутылка также имеет отрывную полосу, с помощью которой разделяется на две части. После того как бутылка освобождена от напитка, пользователь с помощью отрывной полоски разрезает емкость (тянет за разрывную полосу, прокручивая емкость по оси) и освобождается от дна, в результате чего бутылка становится похожа на «рупор». Исползованная бутылка превращается в музыкальный рожок, который издает свистящие, гудящие звуки, которые так любят дети и фанаты спортивных игр. Заявитель утверждает, что вследствие этого на стадионах создается значительный шумовой эффект для поддержки любимой команды.

В первом варианте пользователь откручивает верхний цилиндр от нижнего цилиндра колпачка, нижний цилиндр колпачка навинчивает на резьбу горлышка емкости, после чего обхватывает губами мундштук и осуществляет выдох. Объем воздуха, поступающий из легких пользователя, проходя через мундштук и нижнюю стенку цилиндра с мембранами, создает свистящие шумовые эффекты, которые уси-

ливаются по направлению выхода, проходя через емкость.

Во втором варианте перед употреблением напитка пользователь извлекает свисток из горловины бутылки. После того как бутылка освобождена от напитка, пользователь закрепляет обратно в горлышке бутылки свисток, с помощью отрывной полоски разрезает емкость и освобождает ее от дна. Затем он обхватывает губами мундштук и осуществляет выдох. Далее шумовые эффекты гарантированы.

Несколько сотен патентов на изобретения и полезные модели, касающиеся патентования упаковочных элементов в виде пробок для бутылок и приспособлений для откупоривания в форме изобретений и полезных моделей, приведены на сайте Роспатента [11].

Заклучение

Таким образом, государство своей правотворческой деятельностью стремится охранять законные интересы потребителей и производителей упаковки. Принятие же конечного решения о форме охраны средств индивидуализации продукции и иных объектов промышленной собственности, касающихся упаковки, остается за руководителями предприятий.

Используя такой широкий круг объектов ИС, как ТМ, слоганы, девизы, ПО в виде упаковки, а также изобретения (полезные модели) и авторское право, производитель как бы сигнализирует потребителю, что все те товары, которые содержат данные зарегистрированные и принадлежащие ему объекты, качественные. И тогда лишь за самим потребителем остается решение: выбрать конкретный товар, принадлежащий именно этой компании, либо сосредоточить свое внимание на другом производителе.

Литература

1. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 1994. — № 7. — С. 36; із змінами, внесеними згідно із Законом № 254-VI від 10.04.2008, ВВР. — 2008. — № 23. — С. 217.
2. <http://ko.ru>

3. <http://www.cpb.ru>
4. www.pakkograff.ru/reader/articles/business/law/317.php
5. Закон України «Про охорону прав на промислові зразки» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 1994. — № 7. — С. 34. — № 850-IV; із змінами, внесеними згідно із Законом від 22.05.2003, ВВР. — 2003. — № 35. — С. 271.
6. Наказ Міністерства освіти і науки України № 198 від 18.03.2002 р. «Про затвердження Правил розгляду заявки на промисловий зразок» (zareєстровано в Міністерстві юстиції України 29.03.2002 р. за № 313/6601).
7. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 23 грудня 1993 р. № 3792-12.
8. Постанова Кабінету Міністрів України від 27.12.2001 р. № 1756 «Про державну реєстрацію авторського права і договорів, які стосуються права автора на твір».
9. Закон України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 1994. — № 7. — С. 32; із змінами, внесеними згідно із Законом № 1256-VI від 14.04.2009, ВВР. — 2009. — № 36–37. — С. 513.
10. <http://patent.3dn.ru/>
11. <http://www.fips.ru/cdfi>

Ефективні форми охорони упаковки (промисловий зразок, винахід, знак для товарів і послуг або авторське право)

О.І. Колосов, д.т.н.

Автором проведений аналіз існуючих ефективних форм отримання державної охорони упаковки як об'єкта права інтелектуальної власності у вигляді промислового зразка, винаходу (корисної моделі), знаку для товарів і послуг та авторського права. Досліджені доцільність і особливості отримання тієї або іншої форми державної охорони в межах чинного законодавства.

Ключові слова: упаковка; інтелектуальна власність; охорона; захист; промисловий зразок; винахід; знак для товарів і послуг; авторське право.

Effective forms of packing guard (industrial design, invention, trademark or copyright)

A.Y. Kolosov, Dr.

The analysis of existent effective forms of receipt of state guard of packing as object of right of intellectual ownership is conducted as an industrial design, invention (utility model), trademark and copyright. Research of expediency and features of receipt of one or another form of state guard is conducted within the framework on existing legislation.

Key words: packing; intellectual property; guard; defence; industrial design; invention; trademark; copyright.

