

«Гардиум» помог зарегистрировать упаковку KNAUF как объемный товарный знак

23.11.2021

НОВОСТИ КОМПАНИЙ



Гардиум помог зарегистрировать упаковку KNAUF как объемный товарный знак

В «[Гардиум](#)» обратилась ООО «КГ Строй Системы» — одна из компаний в составе Группы KNAUF. Международная группа KNAUF (KNAUF) – крупнейший производитель строительных материалов и систем. Империя KNAUF сегодня насчитывает 220 заводов и сбытовых организаций в более чем 80 странах мира. Три года назад компания отметила 25-летие в России.

Клиент намеревался зарегистрировать в качестве товарного знака **упаковку для сухих смесей**

, внешний вид которой запатентован в качестве промышленного образца № [111930](#).

Клиента беспокоило, что недобросовестные конкуренты клонируют пластиковое ведро КНАУФ. Их желание нажиться на репутации немецкого производителя подрывало как имидж компании, так и показатели продаж.

(иллюстрация: оригинальная
упаковка КНАУФ, указана в
заявке на регистрацию
товарного знака № 2018711953)

Сложность заключалась в том, что обозначения, представляющие собой **форму товаров**, не обладают различительной способностью, а значит не могут быть зарегистрированы как товарные знаки.

Юристы «Гардиума» выработали **стратегию по доказыванию различительной способности объемного обозначения**, которая заключалась в обосновании наличия у ведра КНАУФ уже имеющихся уникальных черт и подтверждении указанной характеристики рекламными материалами.

Решение

Главной задачей было **обосновать наличие уникальных отличительных особенностей ведра, которые бы выделили его из множества аналогов**. «Гардиум» собрал материалы, согласно которым **ведро КНАУФ не является стандартным** – ни одна отличительная черта не связана с функциональной составляющей. **Опрос** мнения потребителей подтвердил узнаваемость за счет формы упаковки.

Усилиями юристов была **получена доказательная база, подтверждающая, что ведро КНАУФ узнаваемо** и копируется конкурентами. Это обстоятельство влечет за собой нарушение не только интересов компании, но и потребителей, введенных в заблуждение сходными упаковками.

Был сделан акцент на наличии прообразца № [111930](#) и похожего товарного знака КНАУФ № [257364](#), которые уже были зарегистрированы в 2018 году в Роспатенте.

Однако Роспатент зарегистрировал лишь изобразительный товарный знак, **исключив правовую охрану формы**. «Гардиум» обжаловал это решение в СИПе, который встал на сторону Клиента, обязав Роспатент повторно рассмотреть его возражение. И вновь Роспатент ответил отказом.

Рассмотрев заявление «Гардиума» об оспаривании решения Роспатента во второй раз, **СИП признал отказ в предоставлении правовой охраны форме обозначения неправомерным, нарушающим требования п. 1 ст. 1483 ГК РФ**, тем самым подтвердив различительную способность ведра КНАУФ.

[СИП обязал](#) Роспатент зарегистрировать ведро КНАУФ.

Представленные документы о длительном использовании обозначения, а также подробное описание характеристик ведра позволили [СИП удовлетворить требования Клиента](#) патентно-адвокатского бюро, обязав Роспатент предоставить правовую охрану объемному обозначению КНАУФ (заявка на регистрацию № [2018711953](#)).

До сих пор в судебной практике не было обозначено критериев, которым должна соответствовать упаковка, чтобы выступить в качестве товарного знака. Вот почему победа «Гардиум» в кейсе КНАУФ так важна не только для правообладателя, но и для рынка в целом.