**Серия вебинаров** [**Онлайн Патент**](https://onlinepatent.ru/?utm_source=outside&utm_medium=banner&utm_content=webinar&utm_campaign=tpprf) **для региональных Торгово-Промышленных Палат при поддержке ТПП РФ**

**4 декабря 2020**

**“Как защитить модный бренд”**

**Вопросы и Ответы**

**1. У нас был показ в Риме в 2016 году, есть фото из коллекции и свидетели. На показе были представители известного итальянского бренда. Через год этот бренд, изменив только цвет и подрез на талии, выставил [наш дизайн] у себя в основной коллекции. Какие шансы в этом случае защитить свои права? Какой процент изменения модели возможен?**

Вопросы о нарушениях рассматриваются применительно к каждому конкретному случаю, поэтому шансы можно определить, только если ознакомиться непосредственно с фото оригинального изделия и нарушения.

Между вдохновением и воровством есть очень тонкая грань. Могло быть и так, что ваше произведение вдохновило дизайнеров на создание своего предмета одежды. Они внесли некоторые изменения, и теперь это новое произведение их авторства.

Для определения наличия плагиата важно провести сравнительное исследование двух изделий между собой: сравнивается цветовая гамма, фирменный стиль, иные элементы. Также собрать доказательства о том, что потребители ассоциируют ваше изделие именно с вашей компанией и введены в заблуждение после появления копии товара под другой маркой. И проверьте, есть ли у вас документальное подтверждение, что ваша коллекция была показана и разработана раньше.

Хорошим подспорьем в доказательстве нарушения ваших прав будет наличие патента на промышленный образец, а также товарного знака.

**2. Добрый день! Прошу уточнить, если зарегистрирован пантон цвета (как в примере с Hermes), это значит, что использование такого же цвета на сумках (но другого дизайна и формы) или на упаковке будет являться нарушением?**

Если компания зарегистрировала на свое имя товарный знак в виде определенного оттенка цвета, то она получает монопольное право на его использование [в зарегистрированных классах товаров и услуг (МКТУ)](https://onlinepatent.ru/mktu/?utm_source=outside&utm_medium=banner&utm_content=webinar&utm_campaign=tpprf). Если третье лицо будет использовать тождественное или сходное до степени смешения обозначение (такой же или близкий цвет) для тех же товаров и услуг, то это будет считаться нарушением прав компании правообладателя товарного знака.

**3. Каким образом таможня вычисляет контрафакт?**

При регулировании перемещения товаров через границу России, Таможенная служба обращает особое внимание на те объекты, которые внесены в реестр ТРОИС (Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности).

Для определения контрафакта проверяется наличие документов, которые подтверждают предоставление правообладателем права на использование товарных знаков, лицу, которое ввозит товар.

 Также проверяется:

· несоответствие наименования страны происхождения товара со страной вывоза товара;

· упаковка товара плохого качества;

· наличие фотокопии инструкции по применению вместо оригинала инструкции;

· вид товара;

· стоимость товара или сумма страховки (могут быть занижены по сравнению с оригиналом).

**4. Почему получается ситуация: при подаче заявки на регистрацию ТЗ приходит Уведомление от ФИПС с определением нескольких ТЗ, схожих до степени смешения? Почему другие противопоставляемые обозначения все получают охрану несмотря на то, что они между собой тоже схожи?**

При подаче на регистрацию заявки на товарный знак обозначение (название, логотип или картинка) проверяется на предмет сходства с зарегистрированными товарными знаками и заявками, поданными на регистрацию, в соответствии с актуальными данными на момент проведения экспертизы. Экспертиза по каждой заявке производится независимо. История регистрации каждого товарного знака уникальна, так как в момент его проверки могут быть найдены различные препятствия в регистрации.

Если вам противопоставили несколько сходных товарных знаков разных правообладателей, то тут стоит иметь в виду, что, скорее всего, при их регистрации были успешно преодолены основания для отказа. Сходные между собой обозначения могут получать защиту, если ограничен перечень товаров и услуг, для которых действуют товарные знаки, получено письмо-согласие от правообладателя первого товарного знака, или доказано несходство товарных знаков.

**5. Как посоветуете лучше действовать/аргументировать ФИПСу при регистрации ТЗ (в обозначении имеется фамилия известного писателя), если невозможно найти наследников?**

Если в составе обозначения присутствует фамилия известного писателя, а само обозначение подано не на имя указанного лица, то его регистрация без согласия этого лица или наследников будет затруднительной. В исключительных случаях возможно доказывать различительную способность обозначения именно для ваших товаров и услуг: то есть, тот факт, что оно ассоциируется у потребителей именно с вашей компанией.

Для более точной рекомендации по преодолению мотивов запроса представляется целесообразным ознакомиться с Уведомлением ФИПСа по результатам проверки обозначения.

 **6. Можно ли зарегистрировать способ маркетинговой акции для продажи?**

С большой долей вероятности способ маркетинговой акции для продажи относится к бизнес-процессам. Такие решения не могут охраняться патентами в России.