

Ночной крем для мужчин

или Бесконтурный
цветовой ТЗ "Синий".
Процедура аннулирования

Бесконтурный цветовой ТЗ "Синий" (Pantone 280 C)

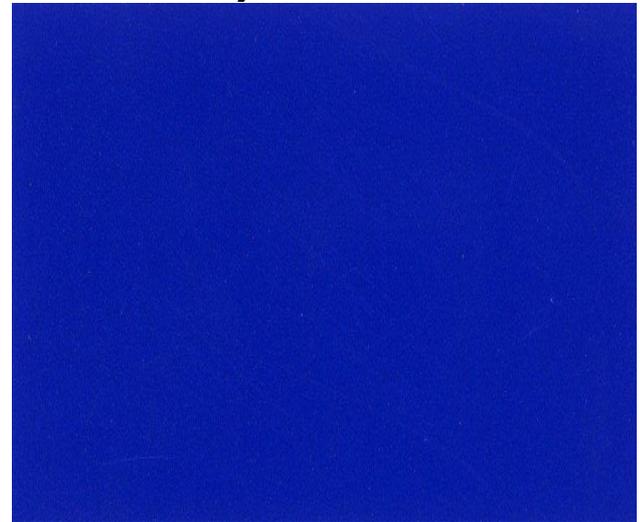
Заявка 30 ноября 2005 года

Регистрация 12 ноября 2007 года

На основании традиции употребления

для товаров

Класс 3: косметические средства для ухода за кожей, а именно средства для ухода за кожей и для личной гигиены



Раздвоенная система в Германии

Федеральный верховный суд

Федеральный
патентный суд

Высший земельный
суд

Германское ведомство по
патентам и товарным
знакам

Земельный суд

Заявление об
аннулировании

Иск о нарушении
прав



Аргументы заявителя аннулирования регистрации

- Основные участники торгового оборота не воспринимают цвета как указание на происхождение
- Частое использование синего цвета для дизайна упаковки продукции для ухода за кожей и для личной гигиены
- Отсутствие традиции употребления согласно абз. 3 и 8 Закона ФРГ о товарных знаках (MarkenG), поскольку цвет не используется в качестве товарного знака. Кроме того, опрос участников торгового оборота проведен некачественно

Аргументы обладателя ТЗ

- Заявитель должен доказать, что возможное препятствие для правовой защиты ТЗ не было преодолено вследствие возникновения традиции употребления
- Цветовой товарный знак для "продукции для ухода за кожей и для личной гигиены" обладает различительной силой и не должен находиться в свободном употреблении
- Опрос участников рынка проведен корректно; степень узнаваемости без подсказки 60,4 %
- Использование в качестве ТЗ
 - в качестве "фирменного цвета" уже более 80 лет в области продукции для ухода за кожей и для личной гигиены (лидерское положение на рынке)
 - упаковка любого продукта хотя бы частично окрашена в синий цвет
 - "Синий (Pantone 280 C)" фон любой надписи
 - использование в рекламе, для мерчендайзинговых товаров, в дизайне магазинов "NIVEA" и т. д.



Различительная способность

- Присущая определенному товарному знаку конкретная способность восприниматься участниками торгового оборота как указание на происхождение товара от какого-либо производителя и отличать его от товара других производителей и тем самым обеспечивать узнаваемость этих товаров как принадлежащих определенным производителям



Различительная способность бесконтурного цветового ТЗ

Правило: использование цвета в качестве декоративного или предметного средства выражения

Таким образом первичной различительной способностью цветовой товарный знак может обладать только при совокупном наличии следующих признаков

- а) соответствующий рынок носит очень специфический характер и охватывает ограниченный сегмент товаров, а также
- б) на соответствующем рынке использование цветов либо не принято вообще либо конкретный цвет является чрезвычайно необычным и
- с) участники торгового оборота вследствие соответствующей отраслевой традиции привыкли к использованию цветов в качестве средства обозначения.



Цвета на рынке продукции для ухода за кожей и для личной гигиены

Использование цвета

- в декоративных целях
- в качестве указателя на продукцию для мужчин
- а также на продукцию по ночному уходу за кожей

Многообразие используемых в декоративных целях цветов



Sichener, moderner, heller: Der umgebaute dm-Markt in der Tegenerer Landstraße

Wir sind hier
gute werte

Синий цвет как указатель на продукцию для ухода за кожей и для личной гигиены для МУЖЧИН



Clarins Men

Marke: [Clarins](#) Code: [CLR0122](#)

Hautcreme für Herren (Anti-Brilliance Shine-Free Gel Hydrant Moisturizing) 50 ml

Wählen Sie die Variante der Ware aus

(101,90 € / 100 ml)
Diese Ware ist momentan nicht verfügbar.

Letzter Preis: 50,95 €

E-Mail Info, sobald



[Körperpflege](#) > Nivea FOR MEN Intensive Feuchtigkeitscreme - Creme - 50 ML

Nivea FOR MEN Intensive Feuchtigkeitscreme - Creme - 50 ML



►►► Unser bestes Angebot: 6.79 € + 5,00 € Versand bei apo-rot.at

Erhältlich in: [5 Shops](#)

[Gefällt mir](#) [+1](#)

Produkttyp: [Beiersd./Cosmed Körperpflegeprodukte](#)

Kurzbeschreibung: PZN 2456655 / Hersteller: Beiersd./Cosmed Darreichungsform: Creme Packungsgröße: 50 ML rezeptfrei / Versorgt die Haut mit Feuchtig ... [mehr](#)

Neuester Testbericht: ... der Haut verbessern und stärken* die Haut vor schädliche Umwelteinflüssen schützen Hersteller ist die Firma Beiersdorf, ... [mehr](#)

Google-Anzeige

[Dermalogica Online-Shop](#)

www.purebalances.com Bestellen Sie jetzt und profitieren Sie von den günstigen Preisen!



Синий цвет как указатель на продукцию для так называемого ночного ухода

PRODUKTE
GESICHTSPFLEGE: NACHT

Alle Anti-Age Haut ab 40 Haut ab 50 Mischhaut Normale Haut Sehr trockene Haut Trockene Haut



Balea dm



Q10 Anti-Falten Nachtcreme

Effektive Regeneration über Nacht: Balea Anti-Falten Nachtcreme mit Q10 + Omega-Komplex regt Ihre Haut an, in der nächtlichen Ruhephase frische Energie zu produzieren. Regelmäßig angewendet wird die Falttiefe nachweisbar reduziert*, die Hautelastizität wird gesteigert.

[Mehr Informationen](#)

BASIS Linie

Sanfter Schutz und milde Pflege für zarte Babyhaut

- Hier finden Sie viele Klassiker, die schon seit Jahrzehnten bei Müttern beliebt sind
- Mit bewährten Inhaltsstoffen, wie z. B. Aloe Vera- oder Kamille-Extrakt

[Zur BASIS Linie](#)



INTENSIV Linie

Hautberuhigend. Mit Soothing Naturals™

- Hier finden Sie alle Produkte, die bisher Soothing Naturals™ hießen
- Für trockene und sensible Haut
- Mit dem einzigartigen Wirkstoffkomplex aus Vitamin E, Olivenblattextrakt und Mineralien

[Zur INTENSIV Linie](#)



GUTE-NACHT Linie

Entspannend. Mit NaturalCalm™ Aroma

- Hilft Babys besser zu schlafen
- NaturalCalm™ Aroma ist eine Kombination aus Aromen, die für ihre entspannende Wirkung bekannt sind

[Zur GUTE-NACHT Linie](#)



OUTDOOR Linie

Schützende Pflege. Mit Calendula und Panthenol

- Schützt zarte Babyhaut zuverlässig vor den Einflüssen rauer und feuchter Witterung



Цвет как средство различения однородных продуктов для разных областей применения

Например, шампуни: использование желтого цвета для шампуней для светлых волос, коричневого цвета – для каштановых волос и красного цвета – для окрашенных волос



Цвет как обозначение разных запахов и ингредиентов

- Например, шампуни: зеленый для "травяного" шампуня или "яблока"; синий для "освежающего ментолового", желтый для "ромашкового"





Отсутствие различительной способности

- На рассматриваемом сегменте рынка использование цвета в принципе распространено, а конкретный цвет не является чрезвычайно необычным.
- В качестве указателя на происхождение продукции для ухода за кожей и для личной гигиены от определенного производителя рассматриваемый цветовой тон участниками оборота не воспринимается.



Действующая потребность в свободном использовании

- Общество заинтересовано в том, чтобы цвета, которые могут служить предметными указателями, не передавались во владение определенной компании, а могли использоваться свободно.
- Также есть риск, что в сегменте рынка, характеризующемся особым многообразием цветовых тонов, ответчик на длительное время монополизировал использование данного цвета и тем самым существенным образом ограничит в данном товарном сегменте свободу внешнего оформления товаров.



Традиция употребления

- Совокупность всех точек зрения, которые могут показать, что товарный знак способен обозначать соответствующие товары как происходящие от определенной компании и тем самым отличить товар от товаров других компаний.
- Изменение значения от знака, изначально не воспринимаемого в качестве указателя фирменного происхождения, до товарного знака, служащего в качестве обозначения происхождения



Использование в качестве товарного знака

- Для надлежащего использования бесконтурного цветового знака в качестве товарного знака необходимо следующее
 - Цвет должен восприниматься участниками торгового оборота в качестве самостоятельного фирменного указателя на происхождение товара.
 - При использовании знака – будь то ввиду способа воспроизведения или посредством его сочетания с другими элементами – только в качестве описательного указания его применение в качестве товарного знака исключено.
 - Наличие функционального использования нельзя предположить и в том случае, если цвет используется лишь в декоративных целях, например, в качестве фона, в то время как указание на происхождение товара осуществляется с помощью других знаков.

Установленные формы использования



Факт 1

- Самостоятельный товарный характер бесконтурного однотонного цветового знака не просматривается, если соответствующий цвет, здесь „Синий (Pantone 280 C)“, используется лишь в качестве фона известного словесного товарного знака, здесь „NIVEA“. Данный цветной декоративный фон выполняет неотъемлемую графическую функцию сделать написанное белыми буквами слово торговой марки видимым.



Факт 2

Самостоятельный товарный характер бесконтурного однотонного цветового знака также не просматривается, если соответствующий цвет, здесь „Синий (Pantone 280 C)“, всегда используется только в сочетании с определенным другим цветом, здесь – белым, а также в соотношении с ним, другими тонами, а также разнообразными элементами дизайна продукции, постоянно не доминирующими в нем.

Факт 3

- Участники торгового оборота не могут усмотреть в относящемся к основным цветам цвете самостоятельность производственного указания происхождения товара и в том случае, если используемый участником рынка, здесь ответчиком, цвет не отличается от традиционно используемых в данной отрасли цветов, и если на данном рынке цвета по традиции используются для предметных указаний, а также в декоративных целях.



Степень узнаваемости

- Коллегия: для возникновения традиции употребления
 - бесконтурного однотонного цветового знака,
 - отображающего один из основных цветов,
 - часто используемого на соответствующем рынке, характеризующемся цветовым многообразием, в чисто декоративных целях,
 - устоявшегося также в качестве описывающего указания
 - никогда не используемого ответчиком в торговом обороте отдельно, а всегда как минимум в сочетании белым цветом
 - и не используемого в качестве сплошного фона или доминирующего в упаковке товара цвета, степень узнаваемости должна составлять не менее 75 %.

- Европейский суд, 3-я коллегия, 19.06.2014С-217/13 и С-218/13, [С-217/13](#), С-218/13 Sparkassen-Rot: 1. Абз. 1 и 3 ст. 3 Регламента 2008/95/EG Европейского парламента и Совета от 22 октября 2008 года о сближении законодательств стран-членов ЕС о товарных знаках подлежит толкованию таким образом, что он противостоит толкованию национального законодательства, согласно которому в делах, в рамках которых рассматривает вопрос о приобретении бесконтурным цветовым товарным знаком различительной способности вследствие использования, всегда требуется показатель степени узнаваемости данного товарного знака в ходе опроса потребителей не менее 70 %.



Технические недостатки опроса

- предъявленная в ходе опроса двухцветная карточка – темно-синее поле с белой окантовкой – не в состоянии нейтрально установить, насколько само по себе "синее" цветовое оформление воспринимается в сегменте продукции для ухода за кожей и для личной гигиены в качестве указания на производителя



Время подачи заявки или регистрации?

- Существенные изменения на рынке не установлены. Опрос проводился в близком временном контексте с периодом подачи заявки и регистрации
- Европейский суд, 3-я коллегия, 19.06.2014 C-217/13 und C-218/13, [C-217/13](#), [C-218/13 Sparkassen-Rot](#): Предл. 1 абз. 3 ст. 3 [Регламента 2008/95](#), если одна из стран-членов ЕС не воспользовалась предусмотренным предл. 2 данной статьи правом, подлежит толкованию таким образом, что в рамках производства о признании недействительным товарного знака, не обладающего первичной различительной способностью, при рассмотрении вопроса относительно приобретения данным товарным знаком различительной способности вследствие использования следует рассмотреть вопрос, была ли приобретена такая способность до момента подачи заявки о регистрации. В данном случае не имеет существенного значения тот факт, что владелец оспариваемого товарного знака заявил, что ТЗ в любом случае приобретет различительную способность вследствие использования после подачи заявки, но до его регистрации.

Бремя доказывания

- Предл. 1 абз. 3 ст. 3 Регламента 2008/95, если одна из стран-членов ЕС не воспользовалась предусмотренным предл. 2 данной статьи правом, подлежит толкованию таким образом, что страна не должна запрещать признание оспариваемого ТЗ недействительным в рамках процедуры аннулирования, если ТЗ не обладает первичной различительной способностью, а его владелец не может подтвердить, что ТЗ приобрел различительную способность вследствие использования до подачи заявки о регистрации.



Спасибо за внимание!