



СОВРЕМЕННЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ НЕТРАДИЦИОННЫХ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

Захаренко Д.С.

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»
(Ставропольская ул., д. 149, г. Краснодар, Россия, 350040)

Ссылка для цитирования: Захаренко Д.С. Современные вопросы правовой охраны нетрадиционных товарных знаков. *Юридический вестник Кубанского государственного университета*. 2022;14(3):50–58. <https://doi.org/10.31429/20785836-14-3-50-58>

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

Захаренко Диана Сергеевна, кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Адрес: Ставропольская ул., д. 149, г. Краснодар, Россия, 350040

Тел.: +7 (861) 268-59-65

E-mail: diator@inbox.ru

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Финансирование. Исследование не имело спонсорской поддержки (собственные ресурсы).

Статья поступила в редакцию: 14.07.2022

Статья принята к печати: 14.08.2022

Дата публикации: 12.09.2022

Аннотация: *Цель* исследования заключается в изучении проблемных аспектов регистрации таких нетрадиционных обозначений, как цветные товарные знаки. Объектом исследования выступают общественные отношения, складывающиеся между регистрирующим органом и предпринимателем относительно предоставления правовой охраны обозначениям, включающим цвет или цветовые сочетания, а также обозначениям, собственно состоящим из одного или нескольких цветов. Предметом исследования являются нормы гражданского законодательства и сложившаяся правоприменительная практика. Для достижения поставленной цели были подняты вопросы понимания традиционных «цветных» и нетрадиционных, в частности, «цветовых товарных знаков», условий их охраноспособности, потенциальной возможности регистрации, а также изучена сложившаяся практика применения обозначенных норм.

В результате исследования отмечены положительные и отрицательные моменты правовой охраны цветных и цветовых товарных знаков. Выявлены определенные сложности правоприменительной практики при реализации норм о регистрации нетрадиционных товарных знаков. Внесены предложения по совершенствованию норм о предоставлении правовой охраны цветовым товарным знакам на основании передового опыта зарубежного законодательства и правоприменительной практики.

Сделан *вывод* о принципиальной необходимости экспертизы цветового товарного знака по критерию «заурядности» для конкретного сегмента рынка для обеспечения баланса интересов предпринимателей.

При написании статьи были использованы общенаучный (диалектический) *метод* познания, методы и приемы формальной логики (анализ, синтез, индукция, дедукция и др.), а также специальные методы познания (в том числе формально-юридический, сравнительно-правовой, технико-юридический, системный, эмпирический и др.).

Ключевые слова: средства индивидуализации, нетрадиционный товарный знак, цветовой товарный знак, функциональный подход, различительная способность, экспертиза.

MODERN ISSUES OF NON-TRADITIONAL TRADEMARKS PROTECTION

Diana S. Zakharenko
FGBOU VO "Kuban State University"
(Stavropol str., 149, Krasnodar, Russia, 350040)

Link for citation: Zakharenko D.S. Modern issues of non-traditional trademarks protection. *Legal Bulletin of the Kuban State University*. 2022;14(3):50–58. <https://doi.org/10.31429/20785836-14-3-50-58>

CONTACT INFORMATION:

Diana S. Zakharenko, Cand. of Sci. (Law), Associate Professor of the Department of Civil Law of the FGBOU VO "Kuban State University"

Address: Stavropol str., 149, Krasnodar, Russia, 350040

Tel.: +7 (861) 268-59-65

E-mail: diator@inbox.ru

Conflict of interest. The author declares no conflicts of interest.

Financing. The study had no sponsorship (own resources).

The article was submitted to the editorial office: 14.07.2022

The article has been accepted for publication: 14.08.2022

Date of publication: 12.09.2022

Annotation: The purpose of the article is to study the problematic aspects of color trademarks registration. The object of the research is the analysis of the social relations between the registration authority and the entrepreneur about legal protection of designations including color or color combinations, as well as designations that actually consist of one or more colors. The subject of the issue consists in civil legislation and the juridical practice. With that end in view author researches the definition of traditional "color" and non-traditional, in particular, "color trademarks", the conditions for their protection, the potential possibility of their registration, and the current practice of applying the indicated norms.

As a result of the study, positive and negative aspects of the legal protection of color trademarks were noted. Certain difficulties of law enforcement practice in the implementation of the rules on the registration of non-traditional trademarks are revealed. Some proposals are made to improve the norms on legal protection to color trademarks based on the best practices of foreign legislation and law enforcement practice.

Some conclusions are also made about the fundamental need for research a color trademark according to the "ordinarity" for a specific market segment to ensure a balance of entrepreneurs interests.

Author used popular (dialectical) method of knowledge, methods and techniques of formal logic (analysis, synthesis, induction, derivation, etc.) and special methods of knowledge (including formal-legal, comparative-legal, technical-legal, systemic, empirical etc.).

Keywords: means of individualization, non-traditional trademark, colour trademark, functional approach, distinguishing ability, expertise.

Введение

Регистрация товарного знака имеет важное значение для осуществления деятельности предпринимателей и конкуренции между ними. В то же время это принципиально затрагивает интересы рядовых граждан-потребителей, потребляющих товары (работы, услуги), предложенные на соответствующем рынке. При этом большую роль в выборе товара оказывает именно грамотное использование товарного знака на упаковке товара, в рекламе, на вывеске офиса, магазина и т.д. [11, с. 185]. «Паразитирование» на чужом товарном знаке может приводить к введению потребителя в заблуждение, что недопустимо [13, с. 130]. Указанные аспекты в последнее время приобретают новое

развитие ввиду того, что предприниматели активно стали регистрировать нестандартные, «нетрадиционные» обозначения или их серии [4, с. 422]. Особое место среди них занимают обозначения в цветовом сочетании или даже собственно состоящие из одного или нескольких цветов. Это объясняется тем, что цвет оказывает на потребителя сильное эмоциональное воздействие [1, с. 15].

Целью настоящей статьи является исследование вопросов правовой охраны цвета как в составе традиционного товарного знака, так и в качестве такового с позиции баланса интересов предпринимателей и потребителей.

Методы исследования

При написании статьи были использованы общенаучный (диалектический) метод познания, методы и приемы формальной логики (анализ, синтез, индукция, дедукция и др.), а также специальные методы познания (в том числе формально-юридический, сравнительно-правовой, технико-юридический, системный, эмпирический и др.). Исследование осуществлялось на основе анализа актуальной судебной практики и материалов административной практики регистрирующего органа, а также правоприменительной практики зарубежных стран.

Результаты исследования

В настоящее время распространена регистрация как товарных знаков, включающих цветовые элементы, сочетания цветов (цветной товарный знак), так и товарных знаков, состоящих полностью только из одного или нескольких цветов (цветовой товарный знак) [12, с. 63]. Выбор заявителем вида товарного знака из вышеперечисленных напрямую влияет на условия предоставления правовой охраны и документы, прилагаемые к заявке на регистрацию обозначения. Включение в традиционный товарный знак или серию товарных знаков цвета или сочетания цветов очень сильно сказывается на различительной способности обозначения и может приводить к недобросовестной конкуренции и даже «паразитированию» на чужом охраняемом обозначении. Правоприменительная практика знает, как случаи отказа в регистрации, так и случаи оспаривания предоставления охраны зарегистрированному обозначению с более поздней датой приоритета ввиду «некорректного» выбора цвета. Ключевым аспектом в охране цветных и цветовых товарных знаков является различительная способность обозначения, которая позволяет обозначению выполнять функции товарного знака (функциональный подход). Предлагается в рамках экспертизы нетрадиционного цветового товарного знака исследовать цвет обозначения на предмет отсутствия различительной способности ввиду того, что он стал «обычным», стандартным, заурядным для данного сегмента рынка. В таком случае сократится число злоупотреблений на цветовом товарном знаке, а также будет соблюден баланс интересов предпринимателей.

Научная дискуссия

Для того чтобы товарный знак (знак обслуживания) был зарегистрирован, необходимо, чтобы он соответствовал установленным для него гражданским законодательством критериям (условиям) охраноспособности. Данные критерии были разработаны законодателем, в том числе с учетом способности товарного знака выполнять свои основные функции (индивидуализирующая, рекламная, гарантийная, охранительная, экономическая и т.д.¹). Доверие потребителя к производителю напрямую зависит от возможности идентифицировать его товары в гражданском обороте. Вот почему в числе оснований для отказа в регистрации товарного знака выступает противоречие общественным интересам (подп. 2 п. 3 ст. 1483 Гражданского кодекса РФ – далее ГК РФ), что говорит о социальной направленности гражданского законодательства [6, с. 60]. Еще одним основанием для отказа в регистрации обозначения и оспаривания его регистрации является тождество или сходство до степени смешения с товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет (подп. 1 п. 6 ст. 1483, подп. 2 п. 2 ст. 1512 ГК РФ). Это также объясняется пропотребительской направленностью регулирования [3, с. 706].

В вопросах правовой охраны цвета в средстве индивидуализации товара (работы, услуги) следует различать ситуации, когда: 1) заявленное на регистрацию комбинированное или иное обозначение включает в себя цветовые элементы или их сочетание (п. 2 ст. 1482 ГК РФ) и 2) обозначение собственно состоит исключительно из одного или нескольких цветов (оно

¹ Мотылькова А.В. Проблемы правовой охраны товарного знака в законодательстве Российской Федерации: дис. ... канд. юрид. наук. Москва, 2016. С. 37.

теоретически допустимо на основании открытого перечня видов товарных знаков по п. 1 ст. 1482 ГК РФ) [6, с. 83].

Рассмотрим практические вопросы охраны цвета в обоих случаях.

Согласно п. 2 ст. 1482 ГК РФ товарный знак может быть зарегистрирован в любом цвете или цветовом сочетании. Данные положения ГК РФ соответствуют ч. 1 ст. 15 Соглашения ТРИПС¹, допускающей предоставление правовой охраны в качестве средств индивидуализации, в том числе и сочетаниям цветов. Использование цвета в обозначении дало широкие возможности предпринимателям идентифицировать свою продукцию и предприятия. В то же время появилась и практика недобросовестной конкуренции [7, с. 477; 11, с. 142].

На наш взгляд, ярким примером недобросовестной конкуренции является спорная ситуация между ПАО «Сбербанк» и хозяйственным обществом относительно товарного знака и коммерческого обозначения, выполненных в одной цветовой гамме². Антимонопольный орган, разрешая спор, установил, что организации являются конкурентами, осуществляют одну и ту же деятельность на территории одного субъекта РФ. Оба обозначения имели одинаковую форму (шар) и были выполнены в схожей зеленой цветовой гамме. Антимонопольный орган, основываясь на компетентном мнении Роспатента, пришел к выводу о визуальном сходстве обоих обозначений, ввиду идентичного местоположения элементов, одинакового цветового решения и сходной тематики изображений. С учетом приоритета товарного знака общество было признано нарушившим исключительное право ПАО «Сбербанк» и ст. 14.6 Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции»³.

Поэтому, конечно, цвет имеет огромное значение в решении спорных ситуаций. Особенно ввиду того, что в последние годы участились случаи противопоставления между собой серий обозначений, принадлежащих разным правообладателям, но выполненных в схожем цветографическом исполнении [2, с. 76].

Интересный аспект касается соотношения формы товара и цвета. В большинстве стран в вопросе различительной способности так или иначе прослеживается функциональный подход⁴. В одном из дел регистрирующий орган отказал в регистрации обозначения в виде реалистического изображения автозаправочного комплекса. Роспатент решил, что форма является традиционной и неохраноспособной в отношении заявленных товаров и услуг, поскольку связана исключительно с функциональным назначением и используется множеством лиц, оказывающих соответствующие услуги [9, с. 39]. Однако в других схожих делах, суд счел потенциально возможным рассмотрение вопроса о предоставлении правовой охраны товарному знаку в виде автозаправки. Однако акцент сделан на том, что традиционная форма автозаправочного комплекса включается в обозначение в качестве неохраняемого элемента (абз. 6 п. 1 ст. 1483 ГК РФ), при этом в обозначении присутствуют и иные доминирующие элементы, которые делают его оригинальным, обладающим различительной способностью. Суд не исключал того, что в числе таких элементов может быть и цвет. В деле был представлен социологический опрос, по результатам которого 93% опрошенных согласились с тем, что цвет является одним из ключевых отличительных признаков той или иной сети автозаправочных станций⁵.

Отдельный практический аспект, который поднимается цивилистами, это влияние цвета как фона обозначения на различительную способность товарного знака [5]. В ряде проанализированных дел прослеживается тенденция, что важен сам цвет словесного обозначения, а фон, на котором это обозначение располагается (белый или черный), оригинальным не является и не акцентирует

¹ Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС/TRIPS) (Заклучено в г. Марракеше 15.04.1994) // СЗ РФ. 2012. № 37 (приложение, ч. VI). С. 2818–2849.

² Решение Челябинского УФАС России от 09 ноября 2017 года по делу № 16-08нк/2017 // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

³ О защите конкуренции: Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ (ред. от 02.07.2021) // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

⁴ Смит Г.В. Оценка товарных знаков [сайт]. Квинто; 2022 [обновлено 25 января 2022; процитировано 25 апреля 2022]. Доступно: <http://kwinto.ru/content/ocenka-tovarnyh-znakov-glava-2-prigoda-tovarnyh-znakov>.

⁵ Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 12 ноября 2021 года по делу № СИП-788/2020 // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

внимание потребителя¹. А, следовательно, в дальнейшем правообладатель сможет использовать свое обозначение на любом фоне.

Однако анализ судебной практики показал, что покушение в совокупности на цвет фона и цвето-графическое исполнение обозначения конкурента могут приводить к недобросовестной конкуренции. Например, интересным представляется дело, в котором товарному знаку противопоставлялось обозначение на вывеске магазина² (см. рис. 1).



«Рис. 1. Цвет фона»
"Pict. 1. Background colour"

Антимонопольный орган и суд пришли к выводу о сходстве до степени смешения обозначения «Крепкое&Слабое» и зарегистрированного товарного знака «Красное&Белое». При этом суд при принятии решения пришел к выводу, что сходство сочетаний цветов и тонов изобразительных и объемных обозначений может быть основным (доминирующим) признаком сходства до степени смешения, если цвет (сочетание цветов) является фоном, на котором расположены другие элементы обозначения, или когда совокупность цветов составляет основу его композиции. В нашем примере имели место оба обозначенных случая. По мнению суда, отдельные отличия изобразительных и словесных элементов не изменяют общего зрительного впечатления, поскольку потребитель, как правило, руководствуется общими впечатлениями (часто нечеткими) об увиденном ранее знаке и не имеет возможности сравнить знаки. Таким образом, судом был сделан вывод, что фактически тождественные цвето-графические и композиционные решения в обоих обозначениях являются доминирующими элементами, влияющими на восприятие знаков в целом. Следовательно, имело место введение в заблуждение участников гражданского оборота и потребителей продукции (услуг) в отношении производителя товара (услугодателя), что не допустимо и влечет привлечение к ответственности.

Поэтому, на наш взгляд, совокупное сочетание цвета фона и цвета изображения, их расположение, доминирование над другими элементами напрямую влияет на различительную способность (оригинальность) обозначения.

Среди примеров зарубежной практики хотелось бы привести интересный случай в Китае. Так, в одном из дел при исследовании различительной способности спорных товарных знаков регистрирующий орган обратил внимание, что важна не только сама комбинация цветов, но и форма комбинации³. Рассматривались следующие обозначения разных правообладателей – см. рис. 2.



«Рис. 2. Форма комбинации цветов»
"Pict. 2. Shape of color combination"

Примечательно, что правовая охрана была предоставлена обоим комбинациям синего и зеленого цветов, только на том основании, что формы комбинации достаточно отличались друг от

¹ Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 22 августа 2019 года № С01-626/2019 по делу № СИП-883/2018; Решение Суда по интеллектуальным правам от 12 ноября 2020 года по делу № СИП-516/2020 и др. // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

² Постановление Суда по интеллектуальным правам от 23 января 2019 года № С01-1120/2018 по делу № А70-5480/2018 // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

³ Wu G.Q. Non-Traditional Trademarks in China [сайт]. Ньюью; 2022 [обновлено 25 марта 2022; процитировано 10 апреля 2022]. Доступно: <https://niuylie.com/non-traditional-trademarks-in-china/>.

друга и не могли ввести потребителя в заблуждение относительно происхождения товаров [15, с. 68]. Полагаем, что регистрирующий орган должен был исследовать вопрос, в отношении одного или разных классов товаров испрашивалась регистрация и на какой части товара предполагалось размещение обозначения.

Наряду с цветными товарными знаками в мировой практике все чаще стали появляться случаи обращений в отношении предоставления правовой охраны цветовым товарным знакам, состоящим исключительно из цвета – одного или нескольких. В России критерии, предъявляемые к обозначениям в форме цвета, впервые появились в Руководстве по регистрации товарных знаков, утвержденном Приказом Роспатента от 24 июля 2018 года № 128¹.

Активно стали испрашивать регистрацию таких обозначений крупные корпорации. Для них регистрация цвета – это возможность защитить фирменный стиль. Например, зарегистрированы цветные товарные знаки ПАО «Сбербанк», ПАО «МТС», ПАО «Газпром».

Такие товарные знаки являются достаточно сложными в регистрации. ГК РФ не упоминает прямо возможность регистрации цветового товарного знака. Его можно отнести в разновидности других, нетрадиционных товарных знаков. Так его обозначают и в действующем Приказе ФГБУ ФИПС от 20 января 2020 года № 12².

Для регистрации такого знака нужно доказать уникальность цвета и его различительную способность. Как отмечают авторы, «цветовое обозначение должно выполнять функцию товарного знака, гарантирующую подлинность происхождения товаров или услуг и позволяющую потребителю без какой-либо вероятности смешения отличать товары или услуги одного производителя от товаров или услуг другого» [10, с. 29].

Приказ ФГБУ ФИПС от 20 января 2020 года № 12 в отличие от законодательства ряда зарубежных стран допускает регистрацию в качестве цветных товарных знаков не только комбинацию цветов, но и один цвет как таковой. При этом приводится образец цвета, который должен сопровождаться указанием соответствующего кода международной признанной системы идентификации цветов, выбранной заявителем. Чаще всего правообладатели обращаются к системе Pantone.

Приказ ФГБУ ФИПС № 12 относительно доказательства приобретенной цветом различительной способности в результате использования обозначения рекомендует представлять, например, документы, доказывающие значительные объемы производства и продажи товаров, территориальный и временной охват реализации товаров; материалы рекламных кампаний; социологические опросы, доказывающие стойкую ассоциативную связь цветового знака с конкретным перечнем товаров определенного производителя и т.п. Цель доказывания – заявленный на регистрацию знак до даты подачи заявки воспринимался потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя. Поэтому в настоящее время достаточно сложно финансово и затратно по времени оформить правовую охрану цветовому товарному знаку. Как отмечают специалисты, новые или локальные производители будут испытывать значительные трудности при регистрации подобного знака [14, с. 242].

Высказывается справедливая критика в отношении социологических опросов как возможного доказательства, подтверждающего приобретение цветовым обозначением различительной способности. Абстрактно, обособленно от задаваемых в рамках социологических исследований вопросов, потребители вряд ли однозначно будут ассоциировать те или иные цвета с конкретными субъектами рынка [13, с. 63]. Поэтому, конечно, все доказательства должны оцениваться

¹ Об утверждении Руководства по осуществлению административных процедур и действий в рамках предоставления государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знак обслуживания, коллективный знак, их дубликатов: Приказ Роспатента от 24 июля 2018 года № 128 (документ утратил силу) // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

² Об утверждении Руководства по осуществлению административных процедур и действий в рамках предоставления государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знак обслуживания, коллективный знак, их дубликатов: Приказ ФГБУ ФИПС от 20 января 2020 года № 12 [сайт]. Официальный интернет-портал правовой информации; 2022 [обновлено 25 апреля 2022; процитировано 30 апреля 2022]. Доступно: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202009150057>.

регистрирующим органом в совокупности. Только данных социологического опроса недостаточно, чтобы сделать окончательный вывод.

На международном уровне выработан подход, что сам по себе цвет обычно не обладает различительной способностью¹. Аналогичный подход встречается и в отечественной практике. Так, в 2020 году было отказано в регистрации обозначения в отношении 1-го класса товаров МКТУ, приведенного на рис. 3.



«Рис. 3. Отсутствие различительной способности»
"Pict. 3. Lack of distinctiveness"

По мнению регистрирующего органа, данное обозначение представляет собой сочетание букв, не имеющее словесного характера и оригинального графического исполнения. А цветовое сочетание само по себе не способно выполнять присущую товарному знаку отличительную функцию. Суд встал на сторону Роспатента и отметил, что отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово, могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения. Исключение составляют случаи приобретения обозначением различительной способности в результате использования (п. 1.1 ст. 1483 ГК РФ). Но данный факт предпринимателем подтвержден не был.

На наш взгляд, следует присмотреться к следующей рекомендации ВОИС относительно цветовых обозначений. Цвет не будет считаться обладающим различительную способность, если для данного сегмента рынка цвет фактически стал «обычным», стандартным, заурядным.

Полагаем, что в России таковым стал зеленый цвет для кредитных организаций (Сбербанк, РоссельхозБанк, УралТрансБанк и т.д.). При этом Роспатент зарегистрировал товарный знак ПАО «Сбербанк» в одном из оттенков зеленого цвета, поскольку оно доказало приобретение различительной способности. На наш взгляд, для рядового потребителя разница в оттенках цвета может быть неочевидной. В российской практике уже есть примеры, когда ПАО «Сбербанк» считал сходными до степени смешения с зеленым цветом, который соответствует Pantone 349, самоклеящуюся пленку, используемую одним кредитным кооперативом для оформления входа в офис, а также цвет стен офиса данной организации. В данном деле недобросовестность действий ответчика доказывалась и в рамках других зарегистрированных Сбербанком товарных знаков. Кредитный кооператив (ответчик) имитировала рекламу Сбербанка, обозначение ответчика было не характерным основной деятельности ответчика, а также имитировало деятельность банков, выявлена схожесть стилей истца и ответчика².

Таким образом, вопрос фирменного стиля, выполненного в схожей (но не идентичной) цветовой гамме уже был поднят в российской правоприменительной практике. Полагаем, что рекомендация ВОИС должна быть учтена в нашем законодательстве, предприниматель должен представить документы, подтверждающие, что цвет не является распространенным до обыденности в данном сегменте рынка, а регистрирующий орган со своей стороны должен проводить соответствующую экспертизу. Это поможет избежать злоупотреблений со стороны самого правообладателя цветового товарного знака в отношении других предпринимателей. А также ограничит случаи введения потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара или исполнителя услуги [8, с. 497]. Если обратиться по данному аспекту к европейскому опыту, то знаковым является дело, где суд рекомендовал принимать решение о правовой охране цветового обозначения с учетом влияния регистрации на сокращение доступности цветовой гаммы для

¹ Новые типы знаков: Заключение по итогам Шестнадцатой сессии Постоянного комитета по законодательству в области товарных знаков, промышленных образцов и географических указаний ВОИС. Женева, 13–17 ноября 2006 [сайт]. Вайпо; 2022 [обновлено 25 апреля 2022; процитировано 30 апреля 2022]. Доступно: https://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/ru/sct_16/sct_16_2.doc.

² Постановление Санкт-Петербургского УФАС России от 09 августа 2019 года по делу № 078/04/14.33-789/2019 // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

производителей и продавцов аналогичных товаров, чтобы не допускать нарушения общественного интереса, состоящего в возможности свободного использования цветовой палитры¹.

Список использованной литературы:

1. Анцифирова Л. Физика цвета и психология восприятия: монография. Новосибирск: НГТУ; 2010.
2. Болдырев В.А. Иски о признании регистрируемого договора прекратившимся и обязательственного права отсутствующим. *Вестник Пермского университета. Юридические науки*. 2021;(51):57–83. DOI: 10.17072/1995-4190-2021-51-57-83.
3. Бублик В.А., Семякин М.Н. Основные тенденции современного реформирования гражданского законодательства РФ: общая характеристика, онтологические и гносеологические основания, отдельные виды. *Вестник Пермского университета. Юридические науки*. 2020;(50):705–737. DOI: 10.17072/1995-4190-2020-50-705-737.
4. Галифанов Г.Г., Карлиев Р.А., Галифанова Р.Г. Охраноспособность товарных знаков: монография. Москва: МДМпринт; 2015.
5. Джермакян В.Ю. 1000 вопросов по товарным знакам: разъяснения правоприменительной практики (монография). СПС «КонсультантПлюс».
6. Еременко В.И. Нововведения в части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации. *Государство и право*. 2015;(11):59–69.
7. Зайцева Н.В. Принцип добросовестности и его влияние на квалификацию правовых связей. *Вестник Пермского университета. Юридические науки*. 2020;(49):476–501. DOI: 10.17072/1995-4190-2020-49-476-501.
8. Иванова А. Пределы охраноспособности нетрадиционных товарных знаков: доктрина утилитарной и эстетической функциональности. *Правовая защита интеллектуальной собственности: проблемы теории и практики: сборник материалов IX Международного юридического форума (IP Форума)*. Москва: Издательский центр Университета им. О.Е. Кутафина (МГЮА); 2021.
9. Карлиев Р.А. Проблемы регистрации нетрадиционных товарных знаков. *Интеллектуальная собственность. промышленная собственность*. 2017;(11):27–36.
10. Клепицкий И.А. Начало бизнеса: риск наказания. *Право. Журнал Высшей школы экономики*. 2020;(2):130–161. DOI: 10.17323/2072-8166.2020.2.130.161.
11. Козлова Н.В., Ворожевич А.С. Общеизвестные товарные знаки: понятие и особенности правовой охраны. *Закон*. 2015;(12):179–190.
12. Мельников В.М. Охраноспособность цветочных товарных знаков. *Патенты и лицензии*. 2006;(2):60–64.
13. Петров А.В., Невзоров И.В. Современные методы

References:

1. Antsifirova L. [*Physics of color and psychology of perception*]. Novosibirsk: NSTU; 2010. (In Russ.)]
2. Boldyrev V.A. [Claims for recognition of a registered contract as terminated and the right of obligation as absent]. *Vestnik Permskogo universiteta. Yuridicheskie nauki = Bulletin of Perm University. Legal Sciences*. 2021;(51):57–83. DOI: 10.17072/1995-4190-2021-51-57-83. (In Russ.)]
3. Bublik V.A., Semyakin M.N. [Main trends in modern reformation of civil legislation of the Russian Federation: general characteristics, ontological and gnoseological bases, specific types]. *Vestnik Permskogo universiteta. Yuridicheskie nauki = Bulletin of Perm University. Legal Sciences*. 2020;(50):705–737. DOI: 10.17072/1995-4190-2020-50-705-737. (In Russ.)]
4. Galifanov G.G., Karliev R.A., Galifanova R.G. [*Protection of trademarks*]. Moscow: MDMprint; 2015. (In Russ.)]
5. Dzhermakyan V.Yu. [*1000 questions on trademarks: explanations of law enforcement practice*]. SPS "ConsultantPlus". (In Russ.)]
6. Eremenko V.I. [Innovations in part IV of the civil code of the Russian Federation]. *Gosudarstvo i pravo = State and law*. 2015;(11):59–69. (In Russ.)]
7. Zaitseva N.V. [The principle of good faith and its impact on the classification of legal bonds]. *Vestnik Permskogo universiteta. Yuridicheskie nauki = Bulletin of Perm University. Legal Sciences*. DOI: 10.17072/1995-4190-2020-49-476-501. (In Russ.)]
8. Ivanova A. [Protectability limits of non-traditional trademarks: the doctrine of utilitarian and aesthetic functionality]. *Legal protection of intellectual property: problems of theory and practice: collection of materials of the IX International Legal Forum (IP Forum)*. Moscow: Kutafin University Publishing Center (Moscow State Law Academy); 2021. (In Russ.)]
9. Karliev R.A. [Problems of registration of non-traditional trademarks]. *Intellektual'naya sobstvennost'. promyshlennaya sobstvennost' = intellectual property. industrial property*. 2017;(11):27–36. (In Russ.)]
10. Klepitskii I.A. [Starting a business: risk of penalties]. *Pravo. Zhurnal Vysshei shkoly ehkonomiki = Law. Journal of the Higher School of Economics*. 2020;(2):130–161. DOI: 10.17323/2072-8166.2020.2.130.161. (In Russ.)]
11. Kozlova N.V., Vorozhevich A.S. [Well-known trademarks: the concept and peculiarities of their legal protection]. *Zakon = Law*. 2015;(12):179–190. (In Russ.)]
12. Mel'nikov V.M. [Protectability of color trademarks]. *Patenty i litsenzii = Patents and licenses*. 2006;(2):60–64. (In Russ.)]
13. Petrov A.V., Nevzorov I.V. [Modern methods of legal

¹ Решение Суда Европейского союза от 06 мая 2003 года по делу № С-104/01 «Либертель Групп против Бенелюкс-Меркенбюро (Libertel Groep BV v. Benelux-Merkenbureau)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?docid=48237&doclang=en> (дата обращения: 18.04.2022).

юридической защиты брендов. *Петербургский юрист*. 2016;(3):129–135.

14. Попова Т.О. Правовые вопросы охраны и защиты нетрадиционных товарных знаков. *Modern science*. 2021;(3(2)):238–243.

15. Сульимова Е.Б. Охрана нетрадиционных товарных знаков в Китае. *Актуальные проблемы российского права*. 2021;16(10(131)):64–72. DOI: 10.17803/1994-1471.2021.131.10.064-071.

protection of brands]. *Peterburgskii yurist = Petersburg Lawyer*. 2016;(3):129–135. (In Russ.)]

14. Popova T.O. [Legal issues of protection and protection of non-traditional trademarks]. *Modern science = Modern science*. 2021;(3(2)):238–243. (In Russ.)]

15. Sul'timova E.B. [Protection of non-traditional trademarks in China]. *Aktual'nye problemy rossiiskogo prava = Actual problems of Russian law*. 2021;16(10(131)):64–72. DOI: 10.17803/1994-1471.2021.131.10.064-071. (In Russ.)]

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Захаренко Диана Сергеевна

кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2971-5184>

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Diana S. Zakharenko

Cand. of Sci. (Law), Associate Professor of the Department of Civil Law of the FGBOU VO "Kuban State University"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2971-5184>