

Układ sklepu Apple może być zastrzeżony jako znak

13 lipca 2014

Czy układ sklepu wyrażony prostym rysunkiem może być zastrzeżony jako znak towarowy? Firma Apple chce go zastrzec, a Europejski Trybunał Sprawiedliwości orzekł, że to możliwe.

Firma Apple ma imponującą listę zastrzeżonych znaków towarowych, których potrafi bronić bardzo drapieżnie. To nie przeszkadza firmie w zdobywaniu kolejnych znaków i to nawet takich, które większości z nas trudno byłoby nazwać „znakami” czy w ogóle „własnością intelektualną”.

W 2010 r. Apple zgłosiła do rejestracji w USA trójwymiarowy znak towarowy przedstawiający jej flagowe sklepy w formie prostego kolorowego rysunku, takiego jak ten obok.

Przyznacie, że to dość zaskakujący sposób na zastrzeganie kształtu sklepu? To tylko rysunek, bez wskazania jakiegokolwiek rozmiaru albo proporcji. Mimo wszystko ten znak został zarejestrowany przez United States Patent and Trademark Office (USPTO).

Apple chciała oczywiście rozszerzyć ochronę tego znaku. W 2013 r. Deutsches Patent- und Markenamt (niemiecki urząd patentowy) odmówił udzielenia ochrony temu znakowi na terytorium Niemiec. Urząd uznał, że to tylko przedstawienie powierzchni przeznaczonych do sprzedaży. Może ono być istotne, ale czy jest „znakiem”? Czy naprawdę konsument będzie oceniał pochodzenie towaru na podstawie kształtu sklepu?

Apple wniosła skargę na wspomnianą decyzję do Bundespatentgericht (federalnego sądu patentowego, Niemcy). Sąd ten zwrócił się do Trybunału Sprawiedliwości między innymi z pytaniem, czy przedstawienie zagospodarowania powierzchni handlowej w formie zwykłego rysunku, bez wskazania

jakiegokolwiek rozmiaru ani proporcji, może być zarejestrowane jako znak towarowy.

W wydanym wyroku (dot. sprawy C-421/13) Europejski Trybunał Sprawiedliwości przypominał, że znak towarowy musi stanowić oznaczenie, być wyrażony w formie graficznej oraz musi umożliwiać odróżnianie „towarów” lub „usług” jednego przedsiębiorstwa od towarów lub usług innych przedsiębiorstw.

Trybunał stanął więc na stanowisku, że rysunek obrazujący zagospodarowanie powierzchni handlowej może stanowić znak towarowy, jeżeli spełnia warunek nr 3 (umożliwia odróżnienie towarów lub usług jednego przedsiębiorstwa od towarów lub usług innych przedsiębiorstw).

Według trybunału nie można wykluczyć, że zagospodarowanie powierzchni handlowej pozwoli zidentyfikować towary lub usługi danej firmy. Może tak być wówczas, gdy to zagospodarowanie w sposób znaczący odbiega od normy lub zwyczajów panujących w danym sektorze gospodarki.

Można więc najkrócej powiedzieć, że kluczowe znaczenie będzie miała nie tyle forma przedstawienia znaku, ile jego odróżniający charakter. Charakter ten – zdaniem trybunału – należy w praktyce oceniać w odniesieniu do towarów lub usług objętych zgłoszeniem oraz sposobu postrzegania go przez właściwy krąg odbiorców.

Autor: Marcin Maj

Źródło: [Dziennik Internautów](#)