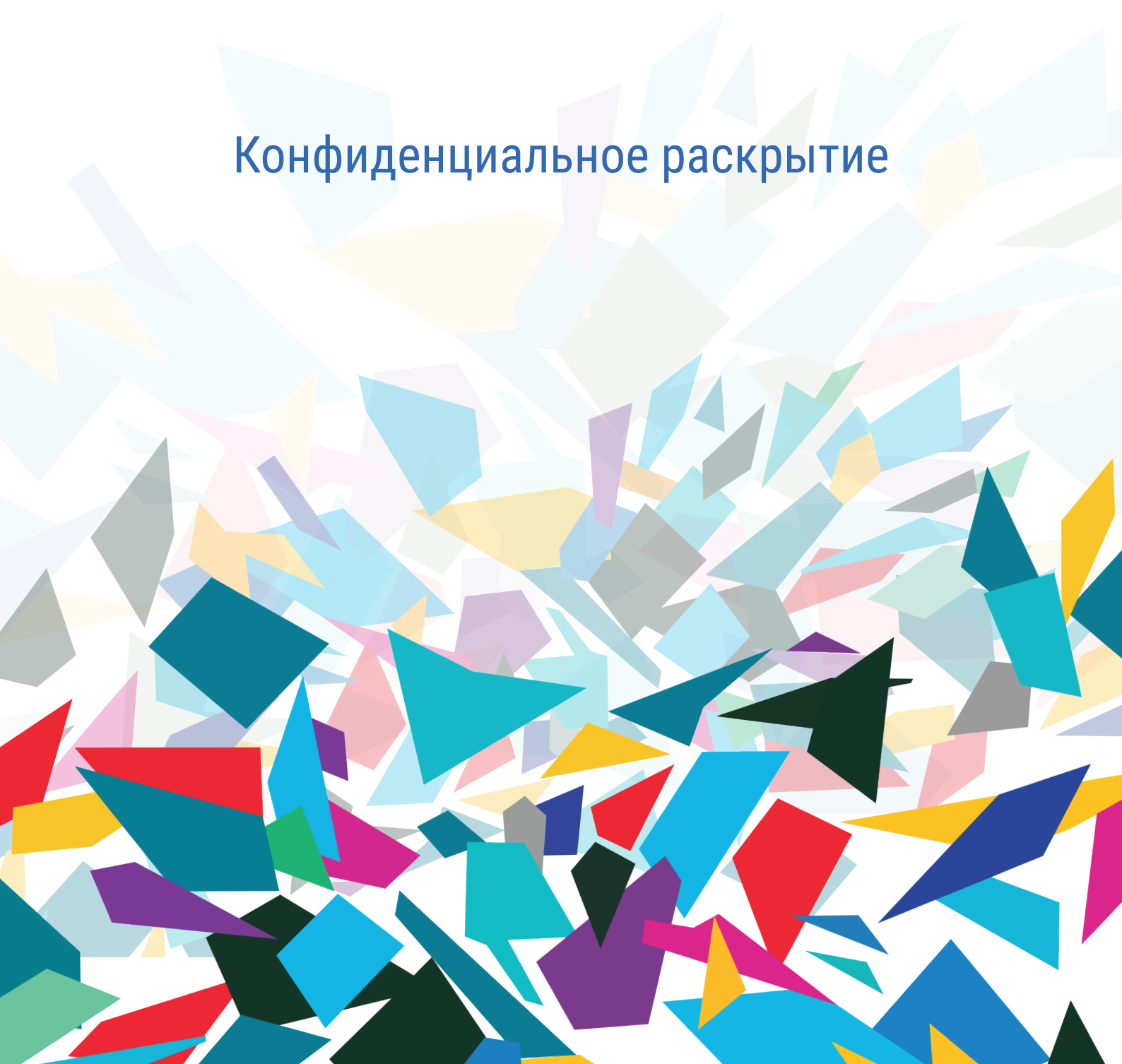


ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ ПРАВО, ЧАСТЬ 2

Конфиденциальное раскрытие





В данной лекции рассмотрим следующие вопросы: делает ли раскрытие, совершенное на условиях конфиденциальности, дизайн доступный общественности? Понятие и цель льготного периода, понятие определения вопроса идентичности двух дизайнов, ограничения льготного периода, понятие несущественных деталей и т.д.

Конфиденциальное раскрытие.

Источники в отношении конфиденциального раскрытия более прямолинейны. Раскрытие, совершенное на условиях конфиденциальности, не делает дизайн доступным общественности. Одна возможная трудность — это то, что законодательство безмолвно относительно того, когда будут существовать условия конфиденциальности. Закон доверия до сих пор рассматривается как вопрос национального права.

Раскрытия при нарушении доверия.

Связанное, но отдельное исключение из «формы искусства» применяется, если дизайн, в отношении которого заявлена защита, стал доступен общественности в результате злоупотребления в отношении дизайнера или его правопреемника. Самый очевидный пример такого злоупотребления — это нарушение доверия, такое как обнародование дизайна работником. Данное исключение является предметом ограничения что раскрытие должно было иметь место в течение 12 месяцев, предшествующих дате приоритетности.

Льготный период.

Самым важным из исключений из формы искусства является льготный период. Льготный период исключает из рассмотрения раскрытия, совершенные самим дизайнером в 12-месячный период, предшествующий дате приоритетности. Льготный период преследует цель разрешения заявителям проверить свои дизайны на рынке перед принятием решения зарегистрировать дизайн или положиться на защиту, предоставленную незарегистрированным дизайнам. Следует отметить льготный период применяется не только к раскрытиям самим дизайнером, но также к их правопреемникам. Лицо, пользующееся льготным периодом, обязано установить факт того, что данное лицо создало или является правопреемником по отношению к дизайну.

Отсылка к раскрытиям третьим лицом, как результат информации предоставленной или действия, предпринятого дизайнером, двусмысленна. Она может быть истолкована как окружение действий третьего лица, копирующего дизайн, ставший доступным, дизайнером и как выставление имитаций (или вариаций) на рынке. Раскрытие третьей стороной может быть «результатом» действий дизайнера в том, что этого не произошло бы без раскрытия, совершенного самим дизайнером. Более узкое и более естественное построение фразы «результат действий» может ограничить ограничение к раскрытию, которое было инициировано или одобрено дизайнером, например, обнародование уполномоченными рекламодателями или выставка, проведенная дистрибьюторами. При том, что последняя интерпретация может показаться создающей сомнения над пользой льготного периода, тем не менее не следует забывать, что форма искусства определяется в другом месте, чтобы исключить раскрытия, которые были совершены «как следствие злоупотребления по отношению к дизайнеру».

При том, что льготный период широко приветствуется, тем не менее два ограничения заслуживают отдельного рассмотрения.

1. Первое, льготный период только освобождает действия самих дизайнеров от признания недействительным их последующие заявки на регистрацию. Льготный период не оформляет заявку задним числом на дату изначального раскрытия и не устанавливает приоритет над независимым дизайном. Как следствие, заявка на регистрацию дизайна А все еще будет признана недействительной раскрытиями идентичных дизайнов третьих лиц в период 12 месяцев между первым раскрытием заявки А и заявкой на регистрацию.
2. Второе, льготный период применяется только к раскрытиям тех дизайнов, для которых заявлена защита. Буквально говоря, было бы весьма неудачно для заявителя, тестировавшего на рынке дизайн, отличающийся либо в несущественных деталях, либо в существенных деталях, которые, тем не менее, были недостаточны чтобы создать другое общее впечатление на информированного пользователя:



В таком случае это должно быть законодательное намерение, что собственные (или одобренные) действия дизайнера не смогли бы сделать недействительным последующие заявки. Такой результат может быть достигнут (хоть и искусственно), сказав, что «дизайн, для которого заявлена защита» заключается в изображении и во всем остальном, что могло бы создавать такое же общее впечатление на информированного пользователя. Дизайнер затем сможет аргументировать, что поскольку его собственные ранее раскрытые вариации нарушали бы зарегистрированный дизайн Сообщества, если бы были обнародованы третьим лицом после даты регистрации, такой дизайн – «дизайн, на который заявлена защита».

Дизайны идентичны?

Как только мы установим природу рассматриваемого дизайна и применимые предшествующие дизайны, нам затем необходимо решить – является ли рассматриваемый дизайн оригинальным. Статья 5 Правил гласит, что дизайн новый, если ни один идентичный дизайн не был доступен общественности перед датой приоритетности. Согласно статье 5(2), дизайны будут идентичными, если их особенности различаются только в несущественных деталях.

В большинстве ситуаций определение вопроса идентичности двух дизайнов будет прямолинейным. В данном контексте, важно отметить, что точкой сравнения является физическая форма (или внешний вид) дизайна. Не имеет значения, если идеи или концепты, которые стоят за дизайнами, одинаковы. Все что имеет значение «является ли материальная физическая форма (или внешний вид) дизайнов идентичными». Также важно вспомнить, что, когда проходит проверка на оригинальность, мы сравниваем внешний вид, а не функцию и (во многих случаях) не продукты, к которым применяется внешний вид. При проведении оценки мы должны вспомнить, что внешний вид не только включает линии, контуры и формы, но и цвета, текстуры и материалы. Внешний вид красного пластикового чайника может, следовательно, не быть идентичным с красным глиняным чайником, даже если форма и размер идентичны. Кожаный футбольный мяч оранжевого цвета и стандартного размера может не быть идентичным с традиционным белым лакированным кожаным мячом того же размера. Вопрос здесь «является ли внешний вид абсолютно идентичным?». В таких случаях оригинальность зачастую будет зависеть от способа изображения дизайна. Этот подход может наблюдаться, например, в двух связанных случаях, рассмотренных Отделом Недействительности и которые относились к оригинальности зарегистрированного дизайна губки, которая состояла из толстого белого слоя и тонкого желтого слоя. В одном решении, где дизайн был представлен в цветном варианте, было установлено, что дизайн является оригинальным. А в другом решении было установлено что дизайну той же губки, представленной в черно-белом варианте, не хватало оригинальности. В обоих случаях, предшествующее искусство было одним и тем же: судьба дизайна зависела от способа изображения дизайнов.

Основная трудность, которая возникает в данном контексте определяет «когда два дизайна немного различаются, не существенная ли разница?». В процессе, который далек от детской игры «найди отличия», трибуналы начинают с определения точек расхождения между предшествующим искусством и зарегистрированным дизайном. После того как это сделано, трибуналам необходимо решить – являются ли обнаруженные расхождения существенными. В большинстве случаев имеется небольшое руководство от трибуналов в отношении того, почему они посчитали имеющиеся расхождения несущественными или наоборот. В большинстве случаев оспаривания действительности зарегистрированного дизайна Сообщества, которые были до текущего момента использовались очень строгий подход, который требует почти полной идентичности между зарегистрированным дизайном и предшествующим искусством, чтобы дизайн был объявлен недействительным. Ключевым рассмотрением является вопрос «играет ли роль точка расхождения в общем внешнем виде продукта?». Было высказано мнение, что несущественные детали — это «детали, которые не сразу различимы и они, соответственно, не производили бы различий, даже мельчайших, между ... дизайнами». Данное мнение отражается в предположении, что определение исключило бы различия, которые заметны только при «проведении тщательного судебного анализа». Согласно Апелляционной коллегии, деталь является несущественной если она по сути не вкладывает в проект, а находится «вне» проекта или выступает как вспомогательный прибор к нему.

Возможно, лучшим способом понять как вопрос «не существенна ли разница» может быть решен будет обзор нескольких примеров. В решении в отношении дизайна формы винных бокалов с запечатанным крышкам точка расхождения между зарегистрированным дизайном и предшествующим искусством лежит в форме ствола бокалов: форма ствола была граненая (или угловатая) в зарегистрированном дизайне, в



то время как в предшествующем дизайне он был круглым. Отдел Недействительности установил, что граненый ствол был «легко заметным» и «вносил свой вклад во внешний вид продукта», вследствие чего, разница не была признана несущественной. В решении в отношении дизайна вертолета было установлено, что различия между предшествующим дизайном и оспариваемым дизайном были существенными различиями, и по сути, дизайн был оригинальным. Этими различиями были нижние части ветрового стекла и форма нижней части дверей.

В другом деле было установлено, что разница между зарегистрированными дизайнами тройника для гольфа и предшествующее искусство (патент 1925), в частности, угол или растекание щетинок, шипа и плеча тройника, были существенными различиями и, по сути, предшествующее искусство не предвосхищало текущий дизайн.

Один вопрос, который возникает, это перспектива, с которой следует адресовать точку различий. Законодательство не объясняет для кого различия должны быть несущественными. Другие положения Правил и Директивы указывают на различных кандидатов: эксперт по дизайнам, потребитель, информированный пользователь, и уместные круги. При том, что Генеральный суд сказал, что этот вопрос должен быть адресован с объективной точки зрения, тем не менее вопрос продолжает оставаться открытым. Без сомнений вопрос будет редко подниматься, и отклонения от ранее раскрытых дизайнов вероятно будут существенными для всех потенциальных кандидатов или ни к кому из них. Однако, могут иметь место отклонения деталей, который эксперт по дизайнам должен заметить, а потребители не заметили бы. И также могут быть незначительные различия, которые могут восприниматься дизайнером как ключевые, которые в свою очередь не имеют последствий для потребителей. Какие бы неопределенности ни существовали в отношении проверки оригинальности, маловероятно что они будут значительными. В первую очередь это так, потому что требование оригинальности будет почти всегда затмеваться более требовательным запросом к индивидуальному характеру.