

# Forma użytkowa jako znak przestrzenny – uwarunkowania formalne i prawne

dr hab. inż. arch.  
**ANDRZEJ CIOSEK, PROF. PŚ**  
Politechnika Śląska  
Wydział Architektury  
ORCID: 0000-0001-6489-2560



Pojęcie formy, kształtu, koloru, a także kategorie dotyczące scenerii wnętrza czy sylwetki obiektu wraz z powiązaniem z nim sposobem kształtowania przestrzeni zwykle były charakterystyczne dla teorii oraz praktyki projektowej. Wydaje się jednak, że współcześnie te pojęcia i ich ładunek znaczeniowy wykraczają znacznie poza obszar, który dotychczas był domeną architektów czy projektantów. Ten aspekt kreacji projektowej w odniesieniu zarówno do samego efektu realizacyjnego, jak i sposobu definiowania jego cech, właściwości oraz funkcjonalności stał się w ostatnim czasie bardziej znaczącą, zauważalną częścią regulacji prawnych. Kwestia dotyczy ochrony własności intelektualnej w zakresie praw autorskich oraz systemu ochrony własności przemysłowej, w tym znaków towarowych. W odniesieniu do prawa autorskiego należy w każdym przypadku ocenić, czy dany projekt architektoniczny lub wzorniczy jest utworem w rozumieniu przepisów prawa autorskiego. Gdy chodzi o ochronę wynikającą z prawa znaków towarowych, problem jest zupełnie inny. Należy wówczas ustalić, czy dany projekt posiada zdolność odróżniającą, która umożliwi zarejestrowanie takiego kształtu jako znaku towarowego. W myśl prawa zarejestrowanie danego kształtu jako znaku towarowego prowadzi do wyłączenia możliwości posługiwania się takim samym lub podobnym kształtem przez innych przedsiębiorców. Dokonując zatem oceny zdolności odróżniającej danego kształtu, trzeba pamiętać, aby nie doprowadzić do ograniczenia wolnej konkurencji poprzez zmonopolizowania, na przykład określonych rozwiązań funkcjonalnych, które są niezbędne dla danego rodzaju towarów lub usług.

Coraz bardziej zaawansowana ochrona własności intelektualnej skłania do większej asymilacji aparatu pojęciowego obecnego w przestrzeni projektowej oraz architektonicznej. Jako przykład w tym opracowaniu posłuży problematyka znaków towarowych z tego zakresu, który jednak w świetle statystyk rejestracji znaków występuje jako nietypowy i stanowi nieznaczną część ogółu znaków towa-

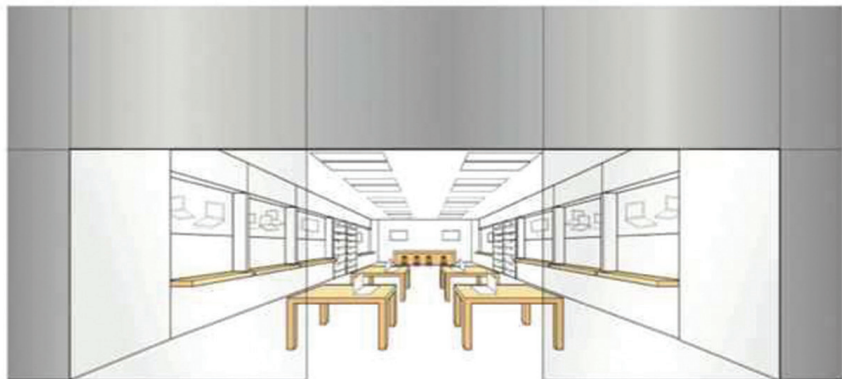
W artykule zostały omówione zagadnienia dotyczące prawa własności intelektualnej i znaków towarowych występujące w kontekście projektów architektury oraz wzornictwa. Celem pracy jest określenie płaszczyzny powiązań znaczeniowych, formalnych, a także prawnych tych dwóch dziedzin.

rowych. Zagadnienia prawne związane z rejestracją tego typu znaków pozwalają na wytyczenie granic pojmowania samej koncepcji znaku towarowego oraz aksjologicznych podstaw ich ochrony, stanowiąc ważny nurt ewolucji prawa w tej dziedzinie [1].

Czym jest znak towarowy? Stanowi on oznaczenie umożliwiające odbiorcy odróżnienie towaru lub usługi jednego przedsiębiorcy od oferty innych producentów [2]. Może przyjmować różną formę. W przypadku omawianej problematyki na szczególną uwagę zasługują przestrzenne znaki towarowe nazywane czasami plastycznymi, trójwymiarowymi lub towarowymi 3D. Praktyka pokazuje, że w formie znaku towarowego można chronić wiele różnych obiektów własności intelektualnej. W grupie znaków niekonwencjonalnych, które przedmiotowo wykazują związek z szeroko rozumianym projektowaniem, do interesujących przykładów należy między innymi wystój modelowego sklepu Apple. W ramach tego zastrzeżenia w roku 2010 firma Apple objęła ochroną witrynę sklepową oraz rozmieszczenie funkcji w sklepach sprzedażowych na terenie Stanów Zjednoczonych. W zgłoszeniu przedmiot ochrony został przedstawiony w formie lakonicznego szkicu zawierającego widok witryny wraz z rysunkiem perspektywicznym wnętrza sklepu, który jednocześnie w sposób pośredni informował o sposobie organizacji przestrzennej. Szczegółowo kwestia dotyczyła szklanej, transparentnej elewacji skle-

pu oraz indywidualnie określonego układu stołów, kasy i rozstawienia sprzętów. W ramach kolejnych kroków Apple ubiegał się o rozszerzenie terytorialne jego ochrony w krajach europejskich. Napotkał wówczas na wątpliwość niemieckiego urzędu patentowego, który wystąpił z pytaniami prejudycjalnymi do Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (TSUE) dotyczącymi wartości i kategorii cenowej sprzedawanych towarów w kontekście ich pochodzenia, które wydawały się niejasne. Ponadto kwestionowano wygląd, a także charakter wnętrza sklepu, który nie odróżnia się wystarczająco od sklepów innych dostawców produktów elektronicznych. Jednak w wyniku skargi złożonej przez Apple sąd ostatecznie uznał, że zagospodarowanie sklepów ma cechy szczególne, które odróżniają je od zwykłego zagospodarowania powierzchni sprzedażowych w tym sektorze gospodarki [3]. Sukces Apple w tym przypadku, podobnie jak w całej strategii firmy, wiązał się z indywidualną kreacją wizerunku marki. Wnętrza salonów sprzedaży są projektowane zgodnie z pewną ideą, która charakteryzuje jej wartości, kształtując równocześnie cechy tożsamościowe firmy.

Należy przyjąć, że działania Apple mające na celu zastrzeżenie wizerunku sklepów wiążą się ze strategią przynależności do elitarnego grona producentów, którzy utożsamiają produkt z miejscem jego ekspozycji i sprzedaży.



Fot. 1. Rysunek witryny i wystroju modelowego sklepu Apple [9]

Innym przykładem z omawianego obszaru jest znak towarowy przedstawiający kolor naniesiony na podeszwę buta, który podlega rejestracji oraz ochronie jako znak towarowy. Zgłoszenie dotyczy koloru czerwonego (Pantone 18 1663TP) umieszczonego na podeszwie obuwia marki Louboutin. Nieprecyzyjne powiązanie koloru z kształtem obuwia spowodowało, że inny przedsiębiorca – wykorzystując renomę marki Louboutin – wprowadził na rynek obuwie na wysokim obcasie również z czerwoną podeszwą. Zdaniem właściciela marki Louboutin stanowiło to naruszenie jego znaku towarowego. W związku z tym firma Christiana Louboutina wniosła pozew do sądu w Hadze, a ten zwrócił się do TSUE w celu pozyskania opinii, czy tego rodzaju kształt przestrzenny powiązany z kolorem może być przedmiotem ochrony prawa znaków towarowych. Specyfika spornego znaku towarowego polegała na tym, że w jego zgłoszeniu wyraźnie wskazano, że kontur buta nie stanowi części wspomnianego znaku towarowego, a jedynie służy uwidocznieniu miejsca wskazanego w zgłoszeniu czerwonego koloru. TSUE formalnie powołał się na rejestrację znaku towarowego, w którym właściciel znaku towarowego nie stara się chronić kształtu jako takiego, a jedynie zastosowanie koloru określonej części produktu. W związku z tym orzeczono, że koloru jako takiego nie można uznać za oznaczenie składające się z kształtu [4]. Trybunał stwierdził ponadto, że – wobec braku precyzyjnej definicji pojęcia kształtu – określenia znaczenia i zakresu tego terminu należy dokonać zgodnie z jego zwykłym znaczeniem w języku potocznym przy jednoczesnym uwzględnieniu kontekstu, w którym to pojęcie zostało użyte. Z powyższego wynika, że kolor sam w sobie, bez wyodrębnienia konturów w przestrzeni, nie mógłby stanowić kształtu [5]. Należy zwrócić uwagę, że sporny znak towarowy nie dotyczy określonego kształtu butów na wysokim obcasie, a służy jedynie uwidocznieniu lokalizacji zgłoszonego czerwonego koloru, co faktycznie wydaje się zaprzeczeniem samo w sobie, ponieważ jedynie obuwie na wysokim obcasie może we właściwy sposób eksponować kolor podeszwy. Ostatecznie ustalono jednak, że znak towarowy przedstawiający kolor naniesiony na podeszwę buta na wysokim obcasie – łącznie występujące kształt i kolor – może podlegać rejestracji, a także być objęty pełną ochroną wynikającą z przepisów prawa unijnego.

W przypadku obuwia zaprojektowanego przez Louboutina równocześnie kształt i kolor nadają towarom istotną wartość, czerwone podeszwy pozostają gwarancją oryginalności, a także symbolem luksusu oraz elegancji. W świecie mody mają charakter niemal ikoniczny.

W przywołanych przykładach kontrowersje narosły wokół precyzji zapisu prezentacji graficznej znaku, jak również niejednoznacznego



Fot. 2. So Kate – kultowy model butów na wysokim obcasie marki Christian Louboutin [10]

opisu oraz identyfikacji cech własnych przedmiotu. Podstawą zastrzeżenia wymienionych znaków była jedna lub więcej spośród ich cech charakterystycznych, które odnosiły się do formy, koloru, sylwety, wystroju czy też sposobu organizacji przestrzennej. Odnosząc przedmiot roszczeń i towarzyszącą mu dyskusję do teorii budowy formy, trudno nie wskazać na pewną równoległość definicji, a także rozstrzygnięć, które w przestrzeni projektowej wydają się bezdyskusyjne. Mianowicie: forma to zewnętrzny kształt przedmiotu-objektu, forma jest czymś trójwymiarowym, polegającym na fakturze i barwie, składającym się z linii, płaszczyzn, powierzchni krzywych [6]. J. Ballenstedt definiuje formę jako uniwersalne pojęcie, które opisuje obiekt w całości i jego części [7]. Natomiast kolor w architekturze służy podkreśleniu charakteru obiektu, zaakcentowaniu jego formy i materiału oraz uwypukleniu jego podziałów [8]. Kolor może wyrażać istotę obiektu, podkreślając jego walory i w pewien sposób wspierając denotację głównej funkcji obiektu. Jednakże z prawnego punktu widzenia problematyka rejestracji oznaczeń przedstawiających kształt towaru charakteryzuje się istotną specyfiką. Wynika ona z faktu, że różnica pomiędzy oznaczeniem a obiektem, na który oznaczenie to wskazuje, ulega zatarciu. Obiekt staje się oznaczeniem w odniesieniu do samego siebie. W kontekście prawa znaków towarowych wiąże się to z ryzykiem, że wyłączenie wynikająca z rejestracji znaku towarowego zostanie rozciągnięta na niektóre cechy towaru wyrażone w jego kształcie, co może w konsekwencji prowadzić do ograniczenia możliwości wprowadzania na rynek towarów konkurencyjnych [1].

#### Bibliografia:

- [1] Szpunar M., Kilka uwag na temat dopuszczalności rejestracji znaków towarowych przedstawiających kształt towaru. [w:] *Experientia Docet – Księga jubileuszowa ofiarowana Pani Profesor Elżbiecie Traple*, red.: Piotr Kostański, Paweł Podrecki, Tomasz Targosz, Wolters Kluwer SA, Warszawa 2017, s. 34–43.
- [2] Adamczak A., Gędek M., Czym jest własność intelektualna, opracowanie na podstawie publikacji WIPO *What is Intellectual Property?*, [https://pb.edu.pl/owi/wp-content/uploads/sites/12/2020/01/Czym\\_jest\\_wlasnosc\\_intelektualna.pdf](https://pb.edu.pl/owi/wp-content/uploads/sites/12/2020/01/Czym_jest_wlasnosc_intelektualna.pdf) [dostęp: 14.02.2021].
- [3] <https://prakreacja.pl/apple-sklepy/> [dostęp: 15.02.2021].
- [4] <https://ipkitten.blogspot.com/2019/02/red-sole-diaries-another-chapter.html?m=1> [dostęp: 17.01.2021].

[5] <https://oohmagazine.pl/14757,kontrowersyjny-znak-towarowy-louboutina-%E2%80%93-spor-przed-trybunałem-sprawiedliwosci-o-kolor-i-kształt-czerwonych-podeszew-szpilek.html> [dostęp: 2.02.2021].

[6] Żórawski J., *O budowie formy architektonicznej*, Wydawnictwo Arkady, Warszawa 1962.

[7] Ballenstedt J., *Architektura. Historia i Teoria*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa – Poznań 2000.

[8] Rasmussen S.E., *Odczuwanie Architektury*, Wydawnictwo Murator, Warszawa 1999.

[9] <https://www.macleife.de/news/apple-patentiert-new-yorker-apples-store-10055997.html> [dostęp: 16.03.2021].

[10] [https://eu.christianlouboutin.com/uk\\_en/kate-black-3191411bk01.html](https://eu.christianlouboutin.com/uk_en/kate-black-3191411bk01.html) [dostęp: 16.03.2021].

DOI: 10.5604/01.3001.0014.8821

#### PRAWIDŁOWY SPOSÓB CYTOWANIA

Ciosek Andrzej, 2021, Forma użytkowa jako znak przestrzenny – uwarunkowania formalne i prawne, „Builder” 6 (287). DOI: 10.5604/01.3001.0014.8821

**Streszczenie:** W artykule zostały omówione zagadnienia dotyczące prawa własności intelektualnej i znaków towarowych występujące w kontekście projektów architektury oraz wzornictwa. Celem pracy jest określenie płaszczyzny powiązań znaczeniowych, formalnych, a także prawnych tych dwóch dziedzin, które w ostatnim czasie w sposób szczególnie istotny wykazują wzajemne relacje. W wyniku badań przeprowadzonych na wybranych przykładach wskazano obszary, w których występują rozbieżności dotyczące formułowania aparatu pojęciowego i decyzyjnego.

**Słowa kluczowe:** forma, funkcja, znak przestrzenny, znaczenie

**Abstract:** FUNCTIONAL FORM AS A TRADEMARK – FORMAL AND LEGAL CONDITIONS. The paper discusses issues related to intellectual property law and trademarks occurring in the context of architecture and design projects. The aim of the study is to define the area of meaning connections, concerning formal and legal aspects between these two domains, which recently have shown mutual relations in a particularly significant way. As a result of the research conducted on selected examples, areas in which there are discrepancies in the formulation of the conceptual and decision-making apparatus have been identified.

**Keywords:** form, function, trademark, meaning