|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **자료배포** | 2019.12.05 | |
| **보도요청** | 배포 이후 | |
| **문의** | 한승우 팀장 T: 02 410 9056  김지윤 대리 T: 02 410 8706  박준영 팀원 T: 02 410 0429 | Email:  pa@hanmi.co.kr |

**의약품∙식품에도 ‘팔팔’ 못쓴다…법원, 기팔팔 상표도 무효 판결**

**(氣八八)**

**한미, 남성용 건기식 ‘청춘팔팔’ 이어 의약품∙식품 ‘기팔팔’에도 승소**

**특허법원 “팔팔 이름 붙인 제품들, 한미 ‘팔팔’ 명성에 편승…혼동 우려”**

앞으로는 남성용 건강기능식품 뿐만 아니라, 의약품 및 영양보충을 표방하는 일반 드링크제, 식이보충제 등 식품에도 ‘팔팔’을 붙인 제품명을 사용할 수 없게 됐다.

특허법원은 지난달 29일 건강관리용약제, 식이보충제, 혼합비타민제, 영양보충드링크 믹스 등으로 등록된 상표 ‘기팔팔’에 대해 상표권을 무효로 하라고 판결했다(사건번호 2019허 3687). 한미약품의 발기부전치료제 ‘팔팔’의 명성에 무단 편승해 소비자의 오인과 혼동을 유발하고 기만할 염려가 있다는 취지다.

한미약품은 이번 상표권 소송 승소에 따라 ‘팔팔’ 브랜드의 오리지널리티를 확고히 구축하게 됐다. 한미약품은 지난달 21일에도 남성용 건강기능식품 ‘청춘팔팔’에 대한 상표권 무효 소송에서 승소한 바 있다.

이번 판결은 남성용 건기식으로 한정됐던 지난 판결에 이어, 영양제를 표방한 약제나 영양보충제 등 일반적인 식품 영역 등 분야에서도 ‘팔팔’ 브랜드를 함부로 쓸 수 없게 됐다는 의미가 있다.

법원은 한미약품 ‘팔팔’이 연간 처방조제액 약 300억원, 연간 처방량 약 900만정에 이르는 등 발기부전치료제 시장 부동의 1위를 지키고 있어 상표로서의 ‘주지성’과 ‘식별력’, ‘명성’ 등이 확고하다는 점을 재확인했다.

또 법원은 이미 한미약품의 ‘팔팔’이 사용자들에게 강한 인상을 심어주고 기억, 연상을 하게 함으로써 ‘독립’된 상품의 출처 표시기능을 수행하는 핵심이 되고 있다고 강조했다.

한미약품 관계자는 “2012년 출시된 한미약품 발기부전치료제 ‘팔팔’의 성공 이후, 다양한 분야에서 ‘팔팔’ 상표를 붙인 건강기능식품 등이 무분별하게 출시돼 왔다”며 “이번 판결로 ‘팔팔’ 상표의 강력한 고유성과 가치, 명성을 다시 한번 인정받게 된 만큼, ‘팔팔’ 브랜드에 무단 편승하는 제품에 대해서는 엄중히 대응해 나갈 계획”이라고 말했다.

**<끝>**