

## **ОБЩО СЪОБЩЕНИЕ**

**ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР НА  
ТРИИЗМЕРНИТЕ МАРКИ ( ОБЕМНИ  
МАРКИ), СЪДЪРЖАЩИ СЛОВНИ  
И/ИЛИ ФИГУРАТИВНИ ЕЛЕМЕНТИ,  
КОГАТО ФОРМАТА НЕ Е  
ОТЛИЧИТЕЛНА САМА ПО СЕБЕ СИ**

**Април 2020**

## 1. КОНТЕКСТ

Службите за интелектуална собственост, обединени в Европейската мрежа за марки и дизайни, продължават да си сътрудничат в контекста на програмата за сближаване. Те са постигнали съгласие относно обща практика по отношение на отличителния характер на триизмерните марки (обемни марки), съдържащи словни и/или фигуративни елементи, когато формата им не е отличителна сама по себе си, с цел установяване на минимален праг за отличителния характер на обемните марки, когато самата форма е неотличителна.

Тази обща практика се оповестява публично посредством настоящото общо съобщение с цел допълнително повишаване на прозрачността, правната сигурност и предвидимостта в интерес както на проверителите, така и на потребителите.

Общата практика включва оценка на общия присъщ отличителен характер на триизмерните марки, които се състоят от неотличителна форма на самите стоки, от опаковката или контейнерите, както и от други елементи, включени в триизмерната марка, в рамките на проучването на абсолютните основания.

Следните аспекти остават **извън обхвата** на общата практика:

- оценка на отличителния характер на формата;
- оценка на отличителния характер на отделните елементи;
- отражения върху относителните основания;
- придобит отличителен характер;
- формата или друга характеристика, която произтича от естеството на самите стоки, която е необходима за постигането на технически резултат или която придава значителна стойност на стоките (член 4, параграф 1, буква д) от Директивата относно марките).

## 2. ОБЩАТА ПРАКТИКА

В текста по-долу са обобщени най-важните послания и основните формулировки на принципите на общата практика. Пълният текст е поместен в края на настоящото съобщение.

За да се определи дали е достигнат прагът на отличителност, са взети предвид редица елементи и фактори, които засягат отличителния характер на знака в неговата цялост.

## СЛОВНИ И ФИГУРАТИВНИ ЕЛЕМЕНТИ

*Като отправна точка, ако неотличителна форма съдържа елемент, който е отличителен сам по себе си, това е достатъчно, за да придаде отличителен характер на знака като цяло. Размерът и пропорцията на словните/фигуративните елементи, техният контраст спрямо формата и действителната им позиция върху нея са фактори, които могат да повлияят на възприемането на знака при оценката на отличителния му характер.*

### Размер/пропорция

#### ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР



Клас 9: Защитени цифрови карти с памет

#### ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР



Клас 14: Часовници

Когато словният/фигуративният елемент е достатъчно голям, за да бъде ясно идентифициран като отличителен, и има достатъчно въздействие върху цялостното впечатление, създадено от знака, той придава отличителен характер на знака като цяло.

Трябва да се вземат предвид и конкретните условия на пазара. Потребителите имат навика да идентифицират малки елементи на определени стоки. Въпреки малкия мащаб словесните елементи все още могат да бъдат определени като отличителни елементи в изображението.

### Цветови контраст

#### ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР



Клас 32: Бутилирана вода

#### НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР




Клас 28: Топки за игра

## Общо съобщение

<p>Използването на по-малко контрастни цветове също може да бъде достатъчно, за да може даден елемент да се определи като отличителен в представянето и в резултат на това да е налице знак с отличителен характер. Общата оценка ще зависи от отличителния характер на този елемент.</p>	<p>Когато елементът не може ясно да бъде идентифициран като отличителен в представянето поради липса на контраст, елементът няма да окаже влияние върху оценката на отличителния характер на знака, тъй като потребителят няма да бъде в състояние да идентифицира незабавно този елемент и в крайна сметка да разграничи знака от други.</p>
<b>Позиция</b>	
<p><b>ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР</b></p>  <p>Клас 3: Козметика</p>	<p><b>НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР</b></p>  <p>Клас 3: Козметика</p>
<p>В някои ситуации елементите може да се възприемат различно от потребителя заради своето позициониране върху стоките и следователно променят констатацията за отличителен характер.</p>	

## Цветове

<p><i>При преценката на отличителния характер на даден цвят трябва да се има предвид общият интерес да не се ограничава неоснователно предлагането на цветове за другите търговци, които предлагат за продажба стоки или услуги от същия вид като тези, за които се иска регистрация (вж. Решение по дело Libertel и Heidelberger Bauchemie).</i></p>	
<p><b>НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР</b></p>	<p><b>ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР</b></p> 

 <p>Клас 9 Карти с памет/ Клас 20 Столове</p>	<p>Клас 7: Електрическо устройство за отваряне на врата</p>
<p>Самото добавяне на един цвят към формата на стоката при липсата на какъвто и да е друг отличителен словен или фигуративен отличителен елемент не би придало вътрешноприсъщ отличителен характер на този знак. Комбинацията от цветовете на стола предава изключително декоративно послание, което не се признава за препратка към произхода.</p>	<p>Не може обаче да се изключи, че определено подреждане на цветовете, което е необичайно за стоките и създава общо запомнящо се впечатление, може да придаде отличителен характер на знака като цяло.</p>

#### КОМБИНАЦИИ ОТ ФАКТОРИ И ЕЛЕМЕНТИ

*Разбира се, има ситуации, в които една триизмерна марка съдържа повече от един от елементите, разгледани по-горе. Освен това може да има случаи, при които повече от един от горепосочените фактори да са от значение за определянето на въздействието на елементите върху отличителния характер на знака. При всички положения отличителният характер на знака ще зависи от цялостното впечатление, създадено от комбинацията на тези фактори и елементи.*

ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР	НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР
	
Клас 30: Шоколад	Клас 25: Обувки/клас 16: Опаковки
<p>Комбинацията от неотличителна форма с елементи, които се считат за лишени от отличителен характер, може да придаде отличителност на знака като цяло. В този пример, макар словните елементи да са описателни, подредбата им под форма на слънце или на цвете води до определено цялостно впечатление.</p>	<p>Произволното подреждане на прости геометрични форми върху формата на стоката от клас 16 и на обичайно използваната кутия за обувки от клас 25 не създава цялостно впечатление, което има отличителен характер, тъй като потребителят не възприема тази конкретна комбинация като указание за търговски произход, а само като възможна декорация на опаковката.</p>

### 3. ПРИЛАГАНЕ

Аналогично на процедурата във връзка с предишни документи за обща практика, настоящата обща практика ще влезе в сила в срок от 3 месеца от датата на публикуване на настоящото общо съобщение. Допълнителна информация относно прилагането на настоящата обща практика е представена в таблицата по-долу.

LINK TO TABLE:

[https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document\\_library/contentPdfs/news/CP9\\_Implementations\\_table.pdf](https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/news/CP9_Implementations_table.pdf)



**ОБЩАТА ПРАКТИКА**

**ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР НА  
ТРИИЗМЕРНИТЕ МАРКИ (ОБЕМНИ  
МАРКИ), СЪДЪРЖАЩИ СЛОВНИ И/ИЛИ  
ФИГУРАТИВНИ ЕЛЕМЕНТИ, КОГАТО  
ФОРМАТА НЕ Е ОТЛИЧИТЕЛНА САМА ПО  
СЕБЕ СИ**

**Април 2020**

**CP9: Отличителен характер на триизмерните марки (обемни марки), съдържащи словни и/или фигуративни елементи, когато формата не е отличителна сама по себе си**

## **СЪДЪРЖАНИЕ**

<b>1</b>	<b>ВЪВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>2</b>
1.1	Обща информация.....	2
1.2	Цел на настоящия документ.....	4
1.3	Определение за триизмерни марки .....	5
1.4	Обхват на практиката .....	6
1.5	Общи стандарти за представяне .....	6
<b>2</b>	<b>РАЗГЛЕЖДАНЕ НА ТРИИЗМЕРНИ МАРКИ: ОЦЕНКА НА ОТЛИЧИТЕЛНОСТТА .....</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>ОБЩИ ПРИНЦИПИ: ЕЛЕМЕНТИ И ФАКТОРИ, ЗАСЯГАЩИ ОТЛИЧИТЕЛНИЯ ХАРАКТЕР НА ЗНАКА КАТО ЦЯЛО .....</b>	<b>9</b>
<b>3.1</b>	<b>словни и фигуративни елементи .....</b>	<b>10</b>
3.1.1	Размер/пропорция.....	10
3.1.2	Контраст .....	15
3.1.3	Позиция .....	20
<b>3.2</b>	<b>Цветове .....</b>	<b>22</b>
<b>3.3</b>	<b>Комбинации от фактори и елементи.....</b>	<b>26</b>
3.3.1	Комбинация от фактори.....	26
3.3.2	Комбинация от неотличителни елементи .....	27
3.3.3	Комбинация от отличителни и неотличителни словни/фигуративни елементи и цветове.....	30



# 1 Въведение

## 1.1 Обща информация

През декември 2015 г. Европейският парламент и Съветът приеха пакета за реформа на марката на ЕС. Пакетът съдържа два законодателни инструмента, а именно новия Регламент (ЕС) 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 г. относно марката на Европейския съюз (наричан по-нататък „Регламента“ или „Регламента относно марката на ЕС“) и Директива (ЕС) 2015/2436 на Европейския парламент и на Съвета от 16 декември 2015 г. за сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките (наричана по-нататък „Директивата“ или „Директивата относно марките“), чиято цел е допълнително сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките. Наред с новите разпоредби в областта на материалноправните и процесуалните въпроси, текстовете създадоха по-солидно правно основание за съвместната работа на службите за интелектуална собственост на държавите членки (СИС на ДЧ) и асоциациите на потребителите (АП), осъществявана след създаването през 2011 г. на Мрежата на Европейския съюз за марки и дизайни (EUTMDN), която вече постигна конкретни резултати по отношение на по-голямата прозрачност и ефективност на мрежата.

В рамките на сближаването СИС на ДЧ и представителите на АП работят заедно за решаване на основни въпроси в областта на марките и дизайните, като хармонизират преди всичко стандартите за преглед в областта на класификацията на марките и впоследствие разклоняват дейността към областите на абсолютните основания, относителните основания и дизайните. Резултатът от тези съвместни усилия са две хармонизирани бази данни за класификация — хармонизираната база данни за стоки и услуги за марките и хармонизираната база данни за указания на продукти за дизайни — и пет общи практики:

- Обща практика относно общите термини от заглавията на класовете по класификацията от Ница;
- Обща практика относно отличителния характер на фигуративни марки, съдържащи описателни/неотличителни думи;
- Обща практика относно обхвата на защитата на черно-белите марки;
- Обща практика относно въздействието на неотличителните/слабите елементи в състава на марките при преценяване на вероятността за объркване (относителни основания);
- Обща практика относно графичното представяне на дизайните.

Посредством специфичните си разпоредби, с които се кодифицират сътрудничеството и сближаването на практиките в правото на ЕС, пакетът за реформа на марката консолидира постиженията на тези инициативи за хармонизиране и предостави ясен мандат за по-нататъшен напредък. Съгласно условията на член 151 от Регламента относно марката на ЕС сътрудничеството със СИС на ДЧ с цел насърчаване на сближаването на практиките и инструментите в областта на марките и дизайните се превърна в основна задача на EUIPO; в член 152 от Регламента относно марката на ЕС изрично се посочва, че това сътрудничество следва да включва разработването на общи стандарти за разглеждане на заявките и установяването на общи практики.

Въз основа на тази законодателна рамка през юни 2016 г. управителният съвет на EUIPO постигна съгласие по стартирането на проектите за европейско сътрудничество, включващи серия от проекти, които отразяват различните дейности, предвидени в Регламента относно марката на ЕС. Те бяха създадени, за да се

използват досегашните успехи, като в същото време се подобряват процесите и се разшири обхватът на сътрудничеството.

В областта на сближаването това включваше проект, специално посветен на идентифицирането и анализа на потенциални нови инициативи за хармонизиране. В рамките на този проект бяха анализирани практиките в областта на марките и дизайните на СИС на ДЧ с цел откриване на области, в които съществуват различия, и — чрез оценка на вероятното въздействие, осъществимостта на възможния обхват, съществуващите правни ограничения, равнищата на интерес сред потребителите и практичността за СИС на ДЧ — определяне на областите, в които общата практика би била от най-голяма полза за заинтересованите страни от Мрежата на Европейския съюз за марки и дизайни. Анализът беше извършен на цикли, като всеки цикъл доведе до изготвянето на препоръка за стартиране на нов проект за сближаване.

Общата практика, изложена в настоящия документ, е свързана с втория проект за сближаване, стартиран в рамките на Европейската програма за сътрудничество, и с деветия като цяло.

***СР9: Отличителен характер на триизмерните марки (обемни марки), съдържащи словни и/или фигуративни елементи, когато формата не е отличителна сама по себе си***, е един от проектите, които се препоръчват за стартиране в резултат на началния цикъл на анализа на сближаването.

В Директивата относно марките не се съдържат определения за различните видове марки, но в Регламент за изпълнение (ЕС) 2018/626 на Комисията от 5 март 2018 г. за определяне на подробни правила за прилагането на някои разпоредби на Регламент (ЕС) 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета относно марката на Европейския съюз, и за отмяна на Регламент за изпълнение (ЕС) 2017/1431 (наричан по-нататък „Регламента за изпълнение на Регламента относно марката на ЕС“) се съдържат ясни определения, както и изисквания за представяне за неизчерпателния списък на марките, посочени в член 3, параграф 3 от Регламента за изпълнение на Регламента относно марката на ЕС.

Като се има предвид рискът различни марки да бъдат приети от различни служби, които биха приложили различни определения за видове марки, на 4 декември 2017 г. държавите членки постигнаха съгласие относно Общото съобщение<sup>(1)</sup> относно представянето на нови видове марки (наричано по-нататък „Общото съобщение“), на което изрично се позовава настоящият документ.

Триизмерните марки са определени съгласно член 3, параграф 3, буква в) от Регламента за изпълнение на Регламента относно марката на ЕС като марки, състоящи се от или включващи триизмерна форма, включително контейнери, опаковки, самия продукт или техния външен вид. С настоящия документ службите се съгласяват с разбирането, че терминът „включващи“ означава, че тези марки обхващат не само формите като такива, но и форми, които съдържат например словни или фигуративни елементи, следователно всички елементи, съдържащи се във формата.

---

<sup>(1)</sup> Връзка към Общо съобщение относно представянето на нови видове марки [https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document\\_library/contentPdfs/about\\_euipo/who\\_we\\_are/common\\_communication/common\\_communication\\_8/common\\_communication8\\_bg.pdf](https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/about_euipo/who_we_are/common_communication/common_communication_8/common_communication8_bg.pdf)

Въпреки това анализът на сближаването, който предшества началото на проекта СР9, разкри висока степен на разминаване между критериите, прилагани от СИС на ДЧ при оценката как тези други елементи засягат присъщия отличителен характер на марките, които иначе биха били сметени за неотличителни.

Различната оценка на отличителния характер създава опасност от монополизиране на по-малко отличителни форми в някои юрисдикции, което, като се има предвид единният характер на пазара на ЕС, би могло да създаде проблеми в рамките на общото икономическо пространство, като в крайна сметка се намаляват изборът за потребителите и конкуренцията за търговията.

Проектът СР9 стартира през октомври 2017 г. с цел установяване на минимален праг за отличителния характер на триизмерните марките, когато самата форма е неотличителна.

Работната група по проекта, съставена от представители на СИС на ДЧ, ЕUIPO и АП, Международната асоциация за закрила на интелектуалната собственост (AIPPI), Асоциацията на практикуващите специалисти в областта на правата върху марки и дизайни (APRAM) и Международната асоциация за търговските марки (INTA), работи в тясно сътрудничество, за да постигне съгласие и да изготви набор от принципи въз основа на установената съдебна практика и най-добрите съществуващи практики. Резултатът от тяхното сътрудничество е набор от общи принципи за отличителността на триизмерните марки, съдържащи други елементи, когато самата форма е неотличителна, представен в настоящия документ.

Публикуването и приемането на Обща практика СР9 представлява още един важен етап в сближаването на стандартите на мрежата на ЕС за интелектуална собственост (EUIPN) за оценка на марките. Изложените по-долу принципи имат за цел да осигурят насоки при оценката на степента, в която другите елементи придават отличителен характер на иначе неотличителни знаци, с цел насърчаване на по-последователен процес на вземане на решения в СИС на ДЧ и улесняване на процесите за проверителите. Междувременно носителите на права се ползват от прозрачни стандарти, които им позволяват да се възползват в по-голяма степен от правната сигурност на международната закрила и от намаляване на разходите за нейното постигане. От друга страна, хармонизирането на практиката в тази област създава по-отворена търговска среда за производителите и потребителите, като насърчава иновациите, увеличава в максимална степен справедливата конкуренция и свежда до минимум объркването сред купувачите.

## **1.2 Цел на настоящия документ**

Настоящият документ представлява референтен документ за службите за ИС на държавите членки (наричани по-нататък СИС на ДЧ), асоциациите на потребителите (наричани по-нататък „АП“), заявителите и представителите относно общата практика, като неговата цел е:

установяване на минимален праг за отличителния характер на триизмерни марки, съдържащи други елементи, когато формата сама по себе си е неотличителна.

Общата практика беше изготвена въз основа на приноса на СИС на ДЧ, като нейните принципи ще бъдат с общо приложение с цел да се обхванат повечето случаи. Въпреки

това отличителният характер трябва да се преценява за всеки отделен случай, като общите принципи служат като насоки, за да се гарантира, че различните служби достигат до сходен и предвидим резултат при оценката на присъщия отличителен характер на триизмерните марки, които съдържат други елементи, когато самата форма е неотличителна. Освен това не е изключена възможността дадена марка да бъде отхвърлена на основания, различни от липсата на отличителен характер.

### **1.3 Определение за триизмерни марки**

Както беше посочено по-горе, триизмерните марки са марки, състоящи се от или включващи триизмерна форма, включително контейнери, опаковки, самия продукт или техния външен вид.

Подобно на всички марки, триизмерните марки следва да се състоят от знак, който може да отличи стоките на едно лице от тези на други лица и който трябва да може да бъде представен в регистъра по начин, който дава възможност на компетентните органи и на обществеността да определят ясния и точен предмет на закрила, която се предоставя на неговия притежател (член 3 от Директивата относно марките). За тази цел и за да се гарантират правната сигурност и доброто управление на системата за регистрация на марки, трябва да се гарантира, че знакът е представен по начин, който е ясен, точен, автономен, лесно достъпен, разбираем, устойчив и осезаем (съображение 13 от Директивата относно марките).

Триизмерните марки обикновено попадат в три категории:

- форми, които не са свързани със самите стоки и услуги;
- форми, които се състоят от формата на стоките или на техните части;
- форми на опаковки или контейнери.

Форми, които не са свързани със стоките или услугите, обикновено са отличителни. Може обаче да се окаже по-трудно да се приеме наличие на отличителен характер в случай на форми, които се състоят от формата на самите стоки и на формите на опаковките или контейнерите.

Накрая, въпреки че Съдът многократно е посочвал, че не е уместно да се прилагат по-строги критерии при оценката на отличителния характер на триизмерните марки, състоящи се от формата на самите стоки (решение от 7.10.2004 г., „Torches“, C-136/02 P, EU:C:2004:592, т. 32), техните специфични характеристики, а именно способността им да приемат формата на самия продукт или на опаковката му, действително пораждаат проблеми, свързани с отличителния характер, които не засягат други видове марки, което води до това, че е по-трудно да се установи отличителният характер, тъй като подобни марки не се възприемат от съответните потребители по същия начин като словна или фигуративна марка (т. 30 от цитираната по-горе съдебна практика). Съответните потребители нямат навик да правят предположения относно произхода на продуктите въз основа на тяхната форма или формата на тяхната опаковка. Поради това при липсата на графични (включително цветове) или словни елементи съответната форма трябва да се различава съществено от стандартното или обичайното в сектора или, от друга страна, такива графични или словни елементи трябва да са от съществено значение за придаването на отличителен характер на триизмерна марка, която иначе не би могла да бъде допусната за регистрация.

## 1.4 Обхват на практиката

Обхватът на Общата практика е следният:

оценка на общия присъщ отличителен характер на триизмерните марки, които се състоят от неотличителна форма на самите стоки, от опаковката или контейнерите, както и от други елементи, включени в триизмерната марка, в рамките на проучването на абсолютните основания.

За целите на настоящата практика формите, включени като примери, се считат за неотличителни по същество.

В рамките на Общата практика са разгледани следните елементи:

- словни и/или фигуративни елементи;
- един цвят и цветови комбинации;
- комбинация от елементи.

Следните аспекти попадат извън обхвата на Общата практика:

- оценка на отличителния характер на формата;
- оценка на отличителния характер на отделните елементи;
- отражения върху относителните основания;
- придобит отличителен характер;
- формата или друга характеристика, която произтича от естеството на самите стоки, която е необходима за постигането на технически резултат или която придава значителна стойност на стоките (член 4, параграф 1, буква д) от Директивата относно марките).

## 1.5 Общи стандарти за представяне

В член 3, буква б) от Директивата относно марките са определени ясни стандарти за представяне за всички знаци, като се посочва, че те трябва да могат да бъдат представени в регистъра по начин, който дава възможност на компетентните органи и на обществеността да определят ясният и точен предмет на закрила, която се предоставя на техния притежател. В съображение 13 се посочва значението на изискването знакът да може да бъде представен по начин, който е ясен, **точен, автономен, лесно достъпен, разбираем, устойчив и осезаем** — формулировка, възпроизведена в член 3, параграф 1 от Регламента за изпълнение на Регламента относно марката на ЕС.

Представянето на марката (наричано по-нататък „**представянето**“) определя предмета на регистрация, както е посочено в член 3, параграф 2 на Регламента за изпълнение на Регламента относно марката на ЕС <sup>(2)</sup>. Въпреки че в Директивата относно марките на ЕС не се съдържа такова ясно указание, то може да бъде извлечено от член 3, буква б) от тази директива.

Поради това ясното и точното представяне на формата, заедно с всички елементи, които тя включва, ще определят предмета на използване на дадена марка <sup>(3)</sup>.

<sup>(2)</sup> Регламент за изпълнение (ЕС) № 2018/626 на Комисията от 5 март 2018 г.

<sup>(3)</sup> Принципите в настоящата практика са илюстрирани с примери, стандартизирани във формат 8x8 см.

## 2 Разглеждане на триизмерни марки: Оценка на отличителността

- **Функция на марка:** за да притежава дадена марка отличителен характер, тя трябва да може да изпълнява своята основна функция, а именно да гарантира на потребителя идентичността на търговския произход на обозначаваните с марката стоки и/или услуги, като му дава възможност без вероятност от объркване да отличава стоките или услугите с друг произход <sup>(4)</sup>.
- **Препратка към стоките:** отличителният характер трябва да бъде оценяван, първо, по отношение на стоките, във връзка с които се иска регистрацията, и второ, по отношение на тяхното възприемане от съответните потребители <sup>(5)</sup>.
- **Възприемане от потребителя <sup>(6)</sup> и уеднаквен правен стандарт:** под възприемане се има предвид възприемането на средния потребител, който е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен и съобразителен. Въпреки това, както е посочено по-горе, възприемането на средния потребител не е непременно едно и също в случая на триизмерни марки в сравнение със словни и фигуративни марки, които се състоят от знак, който е независим от външния вид на стоките, които обозначават (решение от 12 февруари 2004 г., Perwoll, C-218/01, EU:C:2004:88). В това отношение пазарните реалности играят роля по време на тази оценка, тъй като те влияят върху възприемането от потребителите на знак, състоящ се от самия продукт или от неговата опаковка.

Проучването на отличителния характер на триизмерните марки следва да се извърши в следните стъпки.

### **Стъпка 1: Идентифициране на елементите на знака и оценка на техния присъщ отличителен характер.**

Службата ще идентифицира всички **елементи**, включени в триизмерната марка, и тяхната присъща отличителност, които за целите на настоящото общо съобщение са:

- словни и фигуративни елементи,
- цветове (единични и цветови комбинации), както и
- комбинация от горните възможности.

Когато формата включва словни/фигуративни елементи, тяхното идентифициране и оценката на отличителния характер следва да включват разглеждане на следните фактори:

- размер/пропорция на елементите по отношение на формата;
- контраст на елемента по отношение на формата; и
- позициониране на елемента във формата.

---

<sup>(4)</sup> Вж. C-39/97, Canon, т. 28 и T-79/00, LITE, т. 26.

<sup>(5)</sup> Вж. C- 53/01 P, Linde, т. 41, C-363/99, Postkantoor, т. 34, съединени дела C-468/01 P— C-472/01 P, Tabs (3D), т. 33.

<sup>(6)</sup> „Потребител“, за целите на настоящата практика, се отнася до широката общественост и експертите.

Когато формата включва цветове и цветови комбинации, тяхното идентифициране и оценката на отличителния характер следва да включват отчитане на конкретната подредба на цветовете върху конкретната форма.

**Стъпка 2: Оценка на отличителния характер на знака като цяло**

Оценката на отличителния характер трябва да се основава на цялостното впечатление от комбинацията от формата и елементите, на които тя се основава, що се отнася до въпросните стоки, и като се има предвид възприятието на потребителя, което може да бъде повлияно от конкретните пазарни условия.

### 3 Общи принципи: Елементи и фактори, засягащи отличителния характер на знака като цяло

Като отправна точка, ако неотличителна форма съдържа елемент, който е отличителен сам по себе си, това е достатъчно, за да придаде отличителен характер на знака като цяло.

Примери:

ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР	
Знак	Коментари
	Знакът се състои от неотличителна форма на бутилка и ясно различим отличителен фигуративен елемент. Следователно знакът като цяло е отличителен.

Клас 33: Вино



### 3.1 словни и фигуративни елементи

Размерът и пропорцията на словните/фигуративните елементи, техният контраст спрямо формата и действителната им позиция върху нея са фактори, които могат да повлияят на възприемането на знака при оценката на отличителния му характер.

#### 3.1.1 Размер/пропорция

Размерът и пропорцията на елементите трябва да бъдат взети предвид при оценката на отличителния характер на дадена триизмерна марка. Оценката се основава на първо място на представянето на знака, както е подадено от заявителя, независимо от обичайния размер на продукта. Отличителният елемент трябва да бъде ясно видим в представянето, за да се придаде отличителен характер на знака като цяло. Няма изискване за конкретни пропорции между елементите и формата.

- Следователно, когато словният/фигуративният елемент е достатъчно голям, за да бъде ясно идентифициран като отличителен, и има достатъчно въздействие върху цялостното впечатление, създадено от знака, той придава отличителен характер на знака като цяло.

Примери:

ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР	
Знак	Коментари
	Въпреки много малкия размер на този вид карти с памет словният елемент е с голям размер спрямо формата и може ясно да се определи като отличителен елемент в изображението, като по този начин придава отличителен характер на знака като цяло.

Клас 9: Защитени цифрови карти с памет

- Когато елементът е **голям**, но е идентифициран като неотличителен, неговият размер сам по себе си, сравнен спрямо формата, няма да е достатъчен, за да се придаде отличителен характер на знака като цяло.

Примери:

### НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР

Знак	Коментари
 <p data-bbox="427 835 660 865">Клас 3: Козметика</p>	<p data-bbox="850 768 1347 1052">В тези примери въпреки големите неотличителни словни/фигуративни елементи върху неотличителни форми знаците не са отличителни като цяло. Единият съдържа описателна информация за въпросните стоки, а другият съдържа представяне на проста геометрична форма, която също е неотличителна.</p>
 <p data-bbox="319 1392 768 1421">Клас 16: Опаковки/клас 25: Обувки</p>	

- Трябва да се вземат предвид и **конкретните условия на пазара**. Потребителите имат навика да идентифицират малки елементи върху определени стоки, като в този случай относително малките елементи все пак могат да имат достатъчно въздействие, за да направят знака като цяло отличителен, докато размерът им все още позволява те да бъдат ясно определени като отличителни.

Примери:

### ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР

Знак

Коментари



Клас 18: Визитници от рода на калъфи за визитни картички



Клас 14: Часовници

Малките отличителни знаци за произход обикновено се използват за стоки като визитници или часовници. Поради това въпреки малкия размер на словните елементи, сравнени спрямо неотличителните форми, знакът като цяло има отличителен характер, тъй като словните елементи могат да бъдат определени като отличителни елементи в представянето, което придава отличителен характер на знака като цяло.



Клас 12: Камиони

В този специфичен сегмент отличителните знаци за произход обикновено са сравнително малки в сравнение със стоките. Сравнително малкият размер на словния елемент, сравнен с размера на тежкотоварния автомобил, не е пречка той да бъде ясно определен като отличителен елемент в представянето, като по този начин оказва влияние върху цялостното впечатление от него, тъй като потребителите са свикнали с тази практика.

- Когато словният/фигуративният елемент е малък до степен, че не може да бъде определен като отличителен, той няма да има достатъчно въздействие върху цялостното впечатление и следователно няма да придаде отличителен характер на формата като цяло.

Примери:

НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР	
Знак	Коментари
	<p>В тези примери словните/фигуративните елементи са</p>
<p>Клас 33: Вино</p>	



Клас 9: Защитена цифрова карта с памет

толкова малки, че не могат да бъдат идентифицирани в представянето и отличителният им характер не може да бъде определен. Следователно те не оказват достатъчно влияние върху цялостното впечатление и знакът като цяло е неотличителен.

### 3.1.2 Контраст

Използването на контраст също така може да засегне способността словният(те)/фигуративният(те) елемент(и) да бъде(ат) идентифициран(и) и в крайна сметка да придаде отличителен характер на знака като цяло. Контрастът може да се постигне чрез използване на различни нюанси на цветовете или чрез изпъкнало щамповане/гравирание/вдлъбнато щамповане на някои елементи върху конкретните стоки.

#### а. Цветови контраст

- Използването на по-малко контрастни цветове също може да бъде достатъчно, за да може даден елемент да се определи като отличителен в представянето и в резултат на това да е налице знак с отличителен характер. Общата оценка ще зависи от отличителния характер на този елемент.

Примери:

ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР	
Знак	Коментари
	Въпреки използването на по-малко контрастни цветове фигуративният елемент върху бутилката все още може да придаде отличителен характер на знака като цяло, тъй като елементът ясно може да се определи като отличителен в представянето.

Клас 33: Вино



Клас 32: Бутилирана вода

- Напротив, когато елементът не може ясно да бъде идентифициран като отличителен в представянето поради **липса на контраст**, елементът няма да окаже влияние върху оценката на отличителния характер на знака, тъй като потребителят няма да бъде в състояние да идентифицира незабавно този елемент и в крайна сметка да разграничи знака от други.

Примери:

### НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР

Знак

Коментари



Клас 28: Топки за игра

В този случай елементът не може да бъде ясно идентифициран без подробно разглеждане поради липса на контраст между елемента и неговия фон. Комбинацията не придава отличителен характер на знака като цяло <sup>(7)</sup>.

<sup>(7)</sup> Контрастът може да се различава в зависимост от условията на наблюдение (екрани, разпечатани схеми и т.н.), което прави елемента повече или по-малко различим. За целите на настоящата практика се счита, че елементът не е ясно различим.

b. Гравирание/изпъкнало щамповане/вдлъбнатото щамповане

В настоящия контекст гравирането следва да се разбира като действието по изрязване или резбоване (на текст или дизайн) върху повърхността на твърд обект.

В настоящия документ изпъкналото щамповане следва да се разбира като действието по резбоване, оформяне или щамповане на дизайн (върху повърхност или обект), така че то да се откроява с изпъкнал релеф.

В настоящия документ вдлъбнатото щамповане следва да се разбира като действието по „резбоване, оформяне или щамповане на дизайн (върху повърхност или обект), така че то да се откроява с вдлъбнат релеф“.

Поради своето естество цветът на гравюрите/изпъкналите щампи/вдлъбнатите щампи се слива със самия продукт и ги прави по-трудни за възприемане и идентифициране. Въпреки това гравюрите често се използват за разграничаване на триизмерни марки.

- Ефектът от гравирането/изпъкналото щамповане/вдлъбнатото щамповане може да окаже въздействие и върху идентифицирането на елемента и общата оценка на отличителния характер на знака. Когато даден елемент е идентифициран, може да се вземе решение за неговия отличителен характер.

Примери:

ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР	
Знак	Коментари
	Щампованият елемент може да бъде идентифициран като отличителен в представянето и следователно знакът е отличителен като цяло.
Клас 32: Напитки	Гравираният елемент също може да бъде идентифициран като отличителен в показаното





Клас 16: Кутии за моливи

представяне, следователно знакът е отличителен като цяло.

### НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР

Знак

Коментари



Клас 11: Тостер

Гравираният фигуративен елемент не е достатъчно контрастен спрямо формата и поради това не може да бъде ясно идентифициран в представянето. Следователно не придава отличителен характер на знака като цяло.

- По принцип гравираният/изпъкналото щамповане/вдлъбнатото щамповане на неотличителен елемент върху неотличителна форма само по себе си не е достатъчно, за да придаде отличителен характер на знака като цяло.

Примери:

### НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР

Знак

Коментари



Клас 32: Бутилирана вода

Този неотличителен елемент (проста геометрична форма — кръг), гравирани върху неотличителната форма, не придава отличителен характер на знака като цяло. Цялостното впечатление е неотличително, тъй като потребителят няма да може да разграничи тази стока като произхождаща от определен производител.



Клас 32: Бутилирана вода

Тези неотличителни елементи, гравирани върху неотличителната форма, не придават отличителен характер на знака като цяло. Цялостното впечатление е неотличително, тъй като потребителят няма да може да разграничи тази стока като произхождаща от определен производител.

### 3.1.3 Позиция

Позиционирането на елемента, включен в знака, също е фактор, който трябва да бъде взет предвид при оценката на отличителния характер на знака, тъй като той засяга способността на такъв елемент да бъде разпознат като отличителен или не и в крайна сметка да придаде отличителен характер на знака.

- По принцип отличителните елементи придават отличителен характер на даден знак като цяло, независимо от тяхното положение върху стоката и обичайното представяне на продукта на пазара, при условие че могат да бъдат идентифицирани като отличителни при представянето на заявката за марка.

Примери:

ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР	
Знак	Коментари
	<p>Словните и фигуративните елементи могат да бъдат идентифицирани като отличителни във всички примери, независимо от тяхното позициониране, и следователно придават отличителен характер на знака като цяло.</p>
	<p>Макар че знаците за произхода обикновено не се поставят в долната част на бутилка, както е показано в последния пример, тази възможност не може да бъде изключена.</p>

Клас 32: Бутилирана вода



Клас 25: Обувки

Отличителните знаци за произход често се поставят на стелката на обувките. В този случай отличителният елемент е поставен на очаквано място и може ясно да бъде идентифициран като отличителен в представянето, следователно може да придаде отличителен характер на знака като цяло.

## НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР

Знак

Коментари



Клас 33: Вино

Етикетът, съдържащ описателния словен елемент, поставен в позиция, характерна за този вид опаковка на стоки, не придава отличителен характер на знака като цяло.



Клас 33: Вино

Неотличителният елемент (евентуално годината на производство) се поставя върху долната част на бутилката, което може да не е типично позициониране за този вид описателна информация. Въпреки това необичайното позициониране не придава отличителен характер на очевидно неотличителния елемент, следователно знакът е неотличителен като цяло.

- В някои ситуации елементите може да се възприемат различно от потребителя заради своето позициониране върху стоките и следователно променят констатацията за отличителен характер.

Примери:

ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР	НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР	Коментари
		<p>Словният елемент „CLOSE“ няма никаква връзка със стоките от клас 3.</p> <p>Когато се поставя централно, словният елемент се възприема като отличителен, тъй като той не представлява описателно означение за стоката. Следователно знакът като цяло е отличителен.</p> <p>Когато обаче се постави в горната част на продукта до капака, той се възприема като описателно означение за функцията за отваряне/затваряне на капака.</p>
Клас 3: Козметика	Клас 3: Козметика	

### 3.2 Цветове

При оценката на отличителния характер на даден цвят трябва да се има предвид общият интерес да не се ограничава неоснователно възможността за използване на цветовете от други търговци, които предлагат за продажба стоки или услуги от същия вид като тези, за които се иска регистрация, вж. решение от 6 май 2003 г., *Libertel*, C-104/01, EU:C:2003:244, т. 60, и решение от 24 май 2004 г., *Blau/Gelb*, C-49/02, EU:C:2004:384, т. 41.

Ситуациите, в които цветовете не могат да осигурят отличителен характер на стоките, могат да бъдат следните:

- в много случаи даден цвят би бил само декоративен елемент на стоките или би бил в съответствие с искането на потребителя (напр. цветовете на автомобилите или тениските) независимо от броя на съответните цветовете;
- цвят, който може да представлява естеството на стоките (напр. за оцветители);
- цвят, който може да бъде технически функционален (напр. червен цвят за пожарогасители, различни цветове, използвани за електрически кабели);
- цвят, който може също така да е **обичаен** (напр. отново червен цвят за пожарогасители);
- цвят, който може да показва определена характеристика на стоките, като например вкус (жълт за лимонов вкус, розов за яagodов вкус). Вж. решение от 3

май 2017 г., *GREEN STRIPES ON A PIN (col.)*, T-36/16, EU:T:2017:295, т. 43—47, в което Съдът посочва, че зеленият цвят, възприеман като цвета на природата, ще накара съответните потребители да го разберат като отнасящ се до екологичното естество на разглежданите стоки (преобразуватели на вятърна енергия).

Както беше потвърдено от Съда, потребителите нямат навик да правят предположения относно произхода на стоките въз основа на техния цвят или цвета на тяхната опаковка при отсъствие на какъвто и да било графичен или словен елемент, тъй като по правило цветът не се използва като средство за идентификация в актуалната търговска практика (решение от 6 май 2002 г., *Libertel*, C-104/01, EU:C:2003:244). Цветовете поначало нямат вътрешноприсъщото свойство да отличават стоките на дадено предприятие (т. 65). Следователно даден отделен цвят по принцип няма да има отличителен характер за стоки и услуги, освен при изключителни обстоятелства. Във всички случаи при разглеждането ще е необходим анализ на всеки отделен случай.

- По принцип самото добавяне на един цвят към формата на стоката при липсата на какъвто и да е друг отличителен словен или фигуративен отличителен елемент не би придало вътрешноприсъщ отличителен характер на този знак.

Примери:

<b>НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР</b>	
Знак	Коментари
 <p>Клас 9: Карта с памет</p>	<p>В този пример потребителите няма да възприемат добавянето само на жълт цвят във формата като указание за произход. Използването на цвят върху този вид стоки е често срещано на пазара.</p>
 <p>Клас 16: Моливи</p>	<p>Използването на отделен цвят в този случай не би се възприело като отличителен знак за произход, но предоставя информация относно произхода на въпросните стоки. Следователно знакът е с неотличителен характер.</p>

- Не може обаче да се изключи, че определено подреждане на цветове, което е необичайно за стоките и създава общо запомнящо се впечатление, може да придаде отличителен характер на знака като цяло.

Примери:

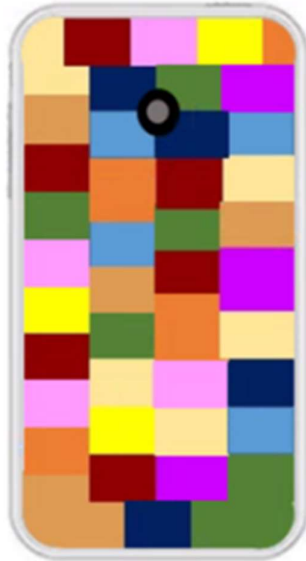
### ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР

Знак	Коментари
 <p data-bbox="386 1083 708 1115">Клас 7: Вятърна турбина</p>	<p data-bbox="857 520 1354 768">Тази конкретна подредба на цветове, използвана върху вятърната турбина, е необичайна на пазара и достатъчно проста, за да създаде запомнящо се цялостно впечатление за специализирания потребител, за да я запомни като средство за идентифициране.</p>
 <p data-bbox="318 1604 776 1661">Клас 7: Електрическо устройство за отваряне на врата</p>	<p data-bbox="857 1308 1354 1774">Тази конкретна подредба на цветове, използвана върху тръбен мотор за врати за гараж, създава лесно запомнящо се цялостно впечатление. В този специфичен пазар стоките почти винаги се търсят изключително от професионални потребители, които са свикнали да идентифицират търговския произход на тези стоки по цвета им. Обикновено стоките не са видими по време на употреба, следователно цветовата комбинация не се възприема като декоративна. В резултат знакът е отличителен като цяло.</p>

Примери:

### НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР

Знак



Клас 9: Калъфи за мобилни телефони

Коментари

Използването на цветови комбинации е често срещано на пазара при калъфите за мобилни телефони. Следователно потребителят няма да възприеме тази цвятова комбинация като указание за произход, а единствено като декорация на тези стоки. Знакът не е отличителен като цяло.



Клас 20: Столове

Тази комбинация носи единствено декоративно послание, което не би се възприело като указание за произход. Следователно не може да придаде отличителен характер на знака като цяло.



### 3.3 Комбинации от фактори и елементи

Разбира се, има ситуации, в които една триизмерна марка съдържа повече от един от елементите, разгледани по-горе.

Освен това може да има случаи, при които повече от един от горепосочените фактори да са от значение за определянето на въздействието на елементите върху отличителния характер на знака.

При всички положения отличителният характер на знака ще зависи от цялостното впечатление, създадено от комбинацията на тези фактори и елементи.

#### 3.3.1 Комбинация от фактори

- Когато няколко фактора (като например размер, позиция или контраст) окажат отрицателно въздействие върху идентифицирането на отличителния характер на елемента, това ще доведе до общо впечатление за неотличителен характер на знака.

Примери:

НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР	
Знак	Коментари
 Клас 33: Вино	Размерът и позицията на словния елемент, както и липсата на контрастни цветове при него водят до общо впечатление за неотличителен характер. Елементът не може да бъде разпознат като отличителен върху стоката без много подробно разглеждане, тъй като е поставен на по-малко видно място върху бутилката, като се използват много малък размер и слаб контраст. Следователно той не може да придаде отличителен характер на марката като цяло.
 Клас 9: Очила	Размерът и гравирването на елемента не го правят различим, тъй като елементите не могат да бъдат видени без подробно разглеждане. Това води до цялостно впечатление за неотличителен характер.

## ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР

Знак



Клас 9: Очила

Коментари

В този случай размерът на елемента и неговият контраст със стоките позволяват той да се идентифицира кат отличителен: общият резултат е цялостно впечатление за отличителен характер.

### 3.3.2 Комбинация от неотличителни елементи

- По принцип комбинирането на неотличителна форма със словни и/или фигуративни елементи, които поотделно се считат за лишени от отличителен характер, не води до знак с отличителен характер.

Примери:

## НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР

Знак



Клас 33: Вино

Коментари

Словните и фигуративните елементи нямат отличителен характер, тъй като предоставят описателна информация за въпросните стоки. Макар че са позиционирани централно върху формата и въпреки големия си размер и достатъчния контраст, те не могат да придадат отличителен характер на знака като цяло, тъй като потребителят няма да възприеме комбинацията като указание за произход.



Произволното подреждане на прости геометрични форми върху формата на стоката от клас 16 и на обичайно използваната кутия за обувки от клас 25 не създава цялостно впечатление, което има отличителен характер, тъй като потребителят не възприема тази конкретна комбинация като указание за търговски произход, а само като възможна декорация на опаковката.

Клас 25: Обувки/клас 16: Опаковки



Комбинацията от неотличителни елементи не може да придаде отличителен характер на знака, когато формата се състои от неотличителна кутия за зърнени храни, както е показано. Потребителите ще я възприемат като основна и разпространена форма, включваща описателна информация за въпросните стоки.

Клас 30: Зърнени храни



Тази комбинация от елементи, които сами по себе си са неотличителни, не придава отличителен характер на знака като цяло.

Клас 30: Шоколад

- Независимо от това, комбинирането на неотличителна форма с елементи, които макар поотделно да се считат за лишени от отличителен характер, може да се възприеме като отличителен знак за произход поради възприятието на съответния потребител и състава на знака, когато се разглеждат като цяло.

Примери:

### ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР

Знак	Коментари
 <p data-bbox="422 1050 657 1081">Клас 30: Шоколад</p>	<p data-bbox="852 546 1339 798">Описателните елементи са подредени по такъв начин, че създават форма на слънце или цвете; комбинация, която би могла да се възприеме като отличителен знак за произход и която следователно придава отличителен характер на знака като цяло.</p>
 <p data-bbox="454 1743 633 1774">Клас 33: Вино</p>	<p data-bbox="852 1144 1339 1333">Множество повтарящи се точки в контрастиращ цвят, добавени към неотличителната форма, създават необичайна комбинация на пазара и придават отличителен характер на знака като цяло.</p>

## НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР


Знак	Коментари
 <p data-bbox="391 709 683 743">Клас 21: Чаши за кафе</p>	<p data-bbox="841 331 1336 590">Множество повтарящи се точки в контрастиращ цвят в този случай биха били приети само за орнаменти. Следователно елементите не могат да придадат отличителен характер на знака като цяло, защото използването на декоративни елементи е обичайно на пазара за разглежданите стоки.</p>

### 3.3.3 Комбинация от отличителни и неотличителни словни/фигуративни елементи и цветовете

- По принцип съчетаването на отличителен елемент заедно с други неотличителни елементи върху неотличителна форма може да придаде отличителен характер на марката като цяло, при условие че отличителният елемент може да бъде ясно идентифициран сред всички други елементи.

Пример:


## ОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР

Знак	Коментари
 <p data-bbox="428 1528 659 1562">Клас 30: Шоколад</p>	<p data-bbox="850 1255 1346 1541">Въпреки комбинацията от множество неотличителни елементи словният елемент „ECS“ може да бъде идентифициран като отличителен в представянето поради своя размер, позициониране и контраст по отношение на стоката и следователно може да придаде отличителен характер на знака като цяло.</p>

- Ако обаче отличителният елемент не се възприеме веднага от потребителя поради наличието на неотличителни елементи, комбинацията може да има за резултат знак с неотличителен характер.

Пример:

### НЕОТЛИЧИТЕЛЕН ХАРАКТЕР

Знак	Коментари
 <p data-bbox="428 856 659 884">Клас 30: Шоколад</p>	<p data-bbox="850 520 1338 800">Словният елемент „ECS“ се губи сред множеството неотличителни елементи. Поради своето позициониране, размер и липса на контраст той не може да се идентифицира без подробно разглеждане и следователно не може да придаде отличителен характер на знака като цяло.</p>