

**COMUNICAÇÃO COMUM SOBRE A
REPRESENTAÇÃO DE NOVOS
TIPOS DE MARCAS**

| | | |
|----------|--|----------|
| 1 | INTRODUÇÃO | 3 |
| 2 | OBJETIVO DA COMUNICAÇÃO COMUM | 4 |
| 3 | ESTRUTURA DO DOCUMENT | 4 |
| 4 | ABORDAGEM | 4 |
| 4.1 | Definições e meios de representação para os diferentes tipos de marcas..... | 4 |
| 4.2 | Formatos de ficheiro eletrónico aceitáveis para marcas não tradicionais..... | 6 |
| 5 | SITUAÇÃO DA APLICAÇÃO | 6 |

1 Introdução

A Diretiva (UE) 2015/2436 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 16 de dezembro de 2015, que aproxima as legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas (adiante designada «nova diretiva relativa às marcas») contém disposições que reforçam a aproximação das legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas no que diz respeito a questões substantivas e processuais. Ao mesmo tempo, a nova diretiva reflete as disposições do RMUE na maior parte das questões substantivas e estabelece um quadro processual similar. Os Estados-Membros deverão transpor a nova diretiva relativa às marcas adaptando as respetivas legislações nacionais ao conteúdo da mesma nos prazos fixados pelo seu artigo 54.º, n.º 1.

Uma das principais alterações introduzida pelos novos instrumentos legislativos é a eliminação do requisito de representação gráfica da definição tanto de marca da União Europeia (UE) como de marca nacional. Essa eliminação abre a possibilidade de aceitar novos tipos de marcas apresentados em formatos anteriormente não previstos pelos sistemas nacionais ou regionais. Além disso, tornará mais fácil e exata a representação de alguns tipos de marcas já aceitáveis. O artigo 3.º do Regulamento de execução do RMUE estabelece estes novos tipos de marcas, bem como os requisitos de representação. A nova diretiva relativa às marcas, no entanto, não contém definições pormenorizadas dos tipos de marca, assim como não estabelece requisitos específicos no que respeita à representação. Por conseguinte, existe o risco de diferentes tipos de marcas serem aceites por diferentes institutos, os quais poderão defini-las de modo diverso e impor requisitos de representação distintos.

A forma mais eficaz de evitar este risco é a adoção voluntária dos mesmos padrões pelos institutos centrais da propriedade industrial dos Estados-Membros, o Instituto Benelux da Propriedade Intelectual (adiante designados coletivamente «IPI dos Estados-Membros») e o EUIPO. Caso contrário, criar-se-ia um desalinhamento que não poderia ser superado com iniciativas de convergência ordinárias devido às condicionantes legais decorrentes desses instrumentos legislativos divergentes. Por conseguinte, afigura-se útil que os Estados-Membros debatam abordagens comuns antes iniciar o processo legislativo, de modo a promover os objetivos de harmonização da diretiva e a criar um ambiente regulamentar harmonizado.

Por conseguinte, a fim de facilitar o processo de transposição e reforçar o impacto harmonizador da nova diretiva relativa às marcas, o EUIPO e os IPI dos Estados-Membros estão a trabalhar no sentido de garantir a aplicação das novas disposições do RMUE e da nova diretiva relativa às marcas de uma forma harmonizada e coerente em toda a rede europeia de propriedade intelectual.

Esta comunicação respeita plenamente as competências e responsabilidades da Comissão Europeia e dos Estados-Membros da UE e tem em conta que o processo de transposição, está em curso, bem como os diferentes níveis de progresso registados pelos Estados-Membros na elaboração e aplicação da legislação nacional. Assim, este documento pretende apenas ser uma compilação para informar sobre o entendimento alcançado entre os IPI dos Estados-Membros, não tendo qualquer efeito juridicamente vinculativo sobre o processo legislativo nacional dos Estados-Membros, assim como não deve ser lido e interpretado como contendo compromissos específicos dos Estados-Membros suscetíveis de limitarem a sua liberdade de fazerem as suas próprias escolhas no quadro das disposições da nova diretiva relativa às marcas.

Subentende-se, além disso, que esta Comunicação comum será atualizada regularmente para refletir a evolução das posições dos Estados-Membros, tanto antes como depois da transposição da nova diretiva relativa às marcas para as suas legislações nacionais.

2 Objetivo da Comunicação comum

Reconhecendo a fase precoce em que se encontra o processo de transposição e que a própria transposição poderá estar sujeita a consulta e aprovação a nível nacional, este documento reflete a abordagem adotada ou que poderá ser adotada pelo EUIPO e os IPI dos Estados-Membros relativamente às definições e aos requisitos de representação para os novos tipos de marcas resultantes da eliminação do requisito de representação gráfica.

Fornece informação estruturada de um modo transparente com vista a facilitar o alinhamento pré-legislativo sobre os tipos de marca, respetivas definições e meios de representação relativamente a cada Instituto. O objetivo é contribuir para a transposição da nova diretiva relativa às marcas da forma mais harmonizada possível, com o intuito de aumentar a segurança jurídica, a previsibilidade e acessibilidade para os utilizadores.

3 Estrutura do document

Este documento refere-se a duas questões substantivas:

- (i) definições e os meios de representação para os diferentes tipos de marcas;
- (ii) formatos de ficheiro eletrónico aceitáveis para marcas não tradicionais.

Assim, este documento descreve a abordagem adotada e a situação de transposição para cada parte individualmente. A secção 4.1 apresenta os pormenores da situação de implementação no que diz respeito às definições e aos meios de representação para os diferentes tipos de marcas, enquanto a secção 4.2 contém informação relativa aos formatos de ficheiro eletrónico aceitáveis para as marcas não tradicionais. A secção 5 apresenta uma panorâmica da situação atual de transposição nos Estados-Membros no tocante ao reconhecimento dos diferentes tipos de marcas, às definições aplicadas e aos formatos de ficheiro aceites.

4 Abordagem

4.1 Definições e meios de representação para os diferentes tipos de marcas

O quadro infra sintetiza as definições e os meios de representação para cada um dos diferentes tipos de marca com base nas definições e nos meios de representação estabelecidos no artigo 3.º do regulamento de execução. Os últimos quatro tipos de marcas indicados no quadro são as marcas não tradicionais (marcas sonoras, de movimento, multimédia, de holograma).

Quadro 1: Definições e meios de representação para marcas contidos no artigo 3.º do regulamento de execução

| Tipo de marca | Definição | Meios de representação |
|----------------------|---|---|
| Marca nominativa | Uma marca que consiste exclusivamente em palavras ou letras, algarismos, outros caracteres tipográficos convencionais ou uma combinação dos mesmos. | A marca é representada através da apresentação de uma reprodução em escrita e configuração normalizada do sinal, sem qualquer representação gráfica ou cor. |
| Marca figurativa | Uma marca que utiliza caracteres, uma estilização ou configuração não normalizados ou uma representação | A marca é representada através da apresentação de uma reprodução do sinal para o qual se pretende o registo, mostrando |

| | | |
|----------------------|---|---|
| | gráfica ou uma cor, incluindo marcas constituídas exclusivamente por elementos figurativos ou por uma combinação de elementos verbais e figurativos. | todos os seus elementos e, quando aplicável, as suas cores. |
| Marca tridimensional | Uma marca que assume uma forma tridimensional ou se consubstancia numa forma tridimensional, incluindo recipientes, embalagens, o produto propriamente dito ou a sua aparência. | A marca é representada através da apresentação de uma reprodução gráfica da forma, incluindo imagens geradas por computador, ou uma reprodução fotográfica. A reprodução gráfica ou fotográfica pode incluir diferentes perspetivas. |
| Marca de posição | Uma marca que consiste no modo específico como a marca é colocada ou aposta no produto. | A marca é representada através da apresentação de uma reprodução que identifica corretamente a posição da marca e a sua dimensão ou proporção nos produtos em causa. Os elementos que não fazem parte do objeto do registo devem ser visualmente diferenciados como como tal, recorrendo-se de preferência à sua separação por intermédio de linhas tracejadas ou a ponteado. A representação pode ser acompanhada de uma descrição que especifique de que forma o sinal é apostado nos produtos. |
| Marca de padrão | Uma marca constituída exclusivamente por um conjunto de elementos que se repetem regularmente. | A marca é representada através da apresentação de uma reprodução com o padrão de repetição. A representação pode ser acompanhada de uma descrição que especifique a regularidade de repetição dos seus elementos. |
| Marca de cor | Uma marca composta i) exclusivamente por uma só cor, sem contornos; ou ii) exclusivamente por uma combinação de cores, sem contornos. | A marca é representada através da apresentação i) de uma reprodução da cor e de uma indicação dessa cor por referência a um código de cores geralmente reconhecido; ou ii) uma reprodução que mostre a disposição sistemática da combinação de cores de uma forma uniforme e predeterminada e uma indicação dessas cores por referência a um código de cores geralmente reconhecido. Pode acrescentar-se igualmente uma descrição com a disposição sistemática das cores. |
| Marca de som | Uma marca constituída exclusivamente por um som ou uma combinação de sons. | A marca é representada através da apresentação de um ficheiro de áudio que reproduza o som ou por uma representação exata do som em notação musical. |
| Marca de movimento | Uma marca que constituída, ou que se consubstancie, por um movimento ou uma alteração na posição dos elementos da marca. | A marca é representada através da apresentação de um ficheiro de vídeo ou de uma série de imagens fixas sequenciais que ilustrem o movimento ou a alteração na posição. Quando se usarem imagens fixas, podem ser numeradas ou estar acompanhadas por uma descrição explicativa da sequência. |
| Marca multimédia | Uma marca constituída, ou que se consubstancie, por uma combinação de imagem e som. | A marca é representada através da apresentação de um ficheiro audiovisual que contenha a combinação da imagem e do som. |
| Marca de holograma | Uma marca composta por elementos com características holográficas. | A marca é representada através da apresentação de um ficheiro de vídeo ou uma representação gráfica ou fotográfica contendo as vistas necessárias e suficientes para |

| | | |
|-------|--|--|
| | | identificar o efeito holográfico em todos os seus elementos. |
| Outra | Uma marca não abrangida por nenhum dos tipos enumerados anteriormente. | A marca é representada sob qualquer forma adequada utilizando tecnologia geralmente disponível, desde que possa ser reproduzida no registo de uma forma clara, precisa, autónoma, facilmente acessível, inteligível, duradoura e objetiva, de modo a que as autoridades competentes e o público determinem de maneira clara e precisa o objeto da proteção assegurada ao seu titular. A representação pode ser acompanhada de uma descrição. |

4.2 Formatos de ficheiro eletrónico aceitáveis para marcas não tradicionais

Os IPI dos Estados-Membros planeiam aceitar os formatos de ficheiro eletrónico indicados no quadro 2 infra para efeitos de apresentação de um pedido de registo. O quadro indica que formatos de ficheiro se planeiam aceitar para cada tipo de marca não tradicional.

Esta abordagem, que se pode designar de abordagem «monoformato», baseia-se nos princípios de baixo custo de instalação e manutenção e da melhoria da interoperabilidade entre os sistemas ao realizar pesquisas, por exemplo, na TMView.

Quadro 2 Formatos de ficheiro eletrónico que se planeiam aceitar previstos para marcas não tradicionais - abordagem monoformato

| Tipo de marca | Formato de ficheiro eletrónico |
|--------------------|--------------------------------|
| Marca de som | JPEG |
| | MP3 |
| Marca de movimento | JPEG |
| | MP4 |
| Marca multimédia | MP4 |
| Marca de holograma | JPEG |
| | MP4 |

A aceitação da abordagem do monoformato não impede a aceitação de outros formatos para o registo destes tipos de marcas. Os formatos eletrónicos adicionais são estabelecidos no quadro 6 deste documento.

5 Situação da aplicação

Os quadros 3 a 6 infra apresentam uma visão geral dos planos atuais dos Institutos no que se refere ao reconhecimento dos diferentes tipos de marcas, às definições dos mesmos e aos formatos de ficheiro eletrónico aceites.

Quadro 3 Tipos de marcas que serão aceites

Este quadro contém os tipos de marcas que serão reconhecidos pelos IPI dos Estados-Membros. A coluna «Tipos adicionais» refere-se a tipos específicos adicionais de marcas expressamente reconhecidos pelos IPI dos Estados-Membros. A coluna «Outra» refere-se a marcas não abrangidas por nenhum dos tipos

enumerados, na aceção do artigo 3.º, n.º 4, do regulamento de execução, contanto que satisfaçam os requisitos obrigatórios.

| Aplicação da admissibilidade dos diferentes tipos de marca | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------|---|------------------|----------------------|------------------|-----------------|--------------|--------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|---------|
| Instituto | Data de aplicação | O IPI do Estado-Membro reconhecerá os seguintes tipos de marca: | | | | | | | | | | | |
| | | Marca nominativa | Marca figurativa | Marca tridimensional | Marca de posição | Marca de padrão | Marca de cor | Marca de som | Marca de movimento | Marca multimédia | Marca de holograma | Tipos adicionais | «Outra» |
| AT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| BG | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X ⁽¹⁾ | ✓ |
| BX | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| CY | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| CZ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| DE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X ⁽³⁾ | ✓ |
| DK | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| EE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| ES | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| EUIPO | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| FI | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X ⁽¹⁾ | ✓ |
| FR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| GR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| HR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| HU | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X ⁽²⁾ | ✓ |
| IE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| IT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| LV | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| LT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| MT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ☑ | ✓ |
| PL | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X ⁽¹⁾ | ✓ |
| PT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | X ⁽¹⁾ | ✓ |
| RO | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| SE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| SI | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| SK | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| UK | | ✓ | ✓ | ✓ | ☑ | ☑ | ✓ | ✓ | ☑ | ☑ | ☑ | n/d | ✓ |

| | |
|-----|--|
| ✓ | O IPI do Estado-Membro reconhecerá este tipo de marca |
| ☑ | Este tipo de marca não é referido especificamente na legislação em vigor do IPI do Estado-Membro, mas poderá ser depositado como «Outra» |
| N/D | Sem resposta |

(1) = Qualquer outro tipo de marca que surja no futuro em consequência dos avanços tecnológicos, contanto que satisfaça os requisitos obrigatórios

(2) = Slogans e sinais luminosos que tenham carácter distintivo.

(3) = As marcas a tracejado também são reconhecidas

Quadro 4 Definições dos diferentes tipos de marca

| Aplicação das definições contidas no artigo 3.º do projeto de regulamento de execução | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------|--|------------------|----------------------|------------------|-----------------|--------------|--------------|--------------------|------------------|--------------------|
| Instituto | Data de aplicação | O IPI do Estado-Membro <u>adotará as definições</u> estabelecidas no artigo 3.º do projeto de regulamento de execução para os seguintes tipos de marca (Quadro 1): | | | | | | | | | |
| | | Marca nominativa | Marca figurativa | Marca tridimensional | Marca de posição | Marca de padrão | Marca de cor | Marca de som | Marca de movimento | Marca multimédia | Marca de holograma |
| AT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| BG | | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| BX | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CY | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CZ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| DE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| NS | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| EE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| ES | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| EUIPO | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| FI | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ |
| FR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| GR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| HR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| HU | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| IE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| IT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| LV | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| LT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| MT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| PL | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| PT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| RO | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| SE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| SI | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| SK | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| UK(*) | | N/D | N/D | N/D | N/D | N/D | N/D | N/D | N/D | N/D | N/D |

| | |
|-----|---|
| ✓ | O IPI do Estado-Membro reconhecerá este tipo de marca |
| N/D | Sem resposta |

(*) = O Reino Unido considera o tipo de marca um auxílio à administração e não tem a intenção de definir tipos *de per se*.

Quadro 5 Formatos de ficheiro eletrónico aceites para marcas não tradicionais

| Aplicação da abordagem «monoformato» para marcas não tradicionais | | | | | |
|---|-------------------|--|--------------------|------------------|--------------------|
| Instituto | Data de aplicação | O IPI do Estado-Membro <u>aceitará os formatos de ficheiro eletrónico especificados na abordagem «monoformato»</u> conforme figuram no quadro 2 para cada um dos seguintes tipos de marca: | | | |
| | | Marca de som | Marca de movimento | Marca multimédia | Marca de holograma |
| AT(*) | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| BG | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| BX | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CY | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CZ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| DE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| DK | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| EE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| ES | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| EUIPO | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| FI | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| FR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| GR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| HR | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| HU(*) | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| IE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| IT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| LV(*) | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| LT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| MT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| PL | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| PT | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| RO | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| SE | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| SI | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| SK | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| UK | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

(*) = Seguirá os formatos propostos, mas também aceitará formatos adicionais. Esses formatos são indicados no quadro 6 *infra*.

Quadro 6 Formatos de ficheiro eletrónico adicionais aceites

| Formatos de ficheiro eletrónico adicionais aceites para marcas não tradicionais | | |
|---|-----------|------------------------|
| Tipo de marca | Formato | Aceite por (Instituto) |
| Marca de som | PNG | HU, LV, ES |
| | TIF, TIFF | HU, LV, ES |
| | WAV | AT, HU, LV, RO |
| | WMA | LV |
| | M4A | LV |
| | BMP | LV, ES |
| | GIF | ES, RO |

| | | | |
|---------------------------|-------------------------|------------|--------|
| | OGG | PT | |
| | MPEG | RO | |
| | MP3 | HU | |
| Marca de movimento | MP4 | HU | |
| | MPG, MPEG | HU, LV | |
| | PNG | HU, LV, ES | |
| | TIF, TIFF | HU, LV, ES | |
| | WMV | LV | |
| | MKV | LV | |
| | MOV | LV | |
| | M4V | LV | |
| | AVI | LV | |
| | BMP | LV, ES | |
| | OGG | PT | |
| | GIF | ES, RO | |
| | Marca multimédia | MP4 | HU |
| | | MPG, MPEG | HU, LV |
| MOV | | LV | |
| JPG | | LV | |
| AVI | | LV | |
| WMV | | LV | |
| MKV | | LV | |
| OGG | | PT | |
| M4V | | LV | |
| Marca de holograma | MP4 | HU | |
| | MPG, MPEG | HU | |
| | PNG | HU, LV, ES | |
| | TIF, TIFF | HU, LV, ES | |
| | BMP | LV, ES | |
| | OGG | PT | |
| | GIF | ES, RO | |

A aceitação dos formatos de ficheiro eletrónico que figuram nos quadros 5 e 6 por parte dos IPI dos Estados-Membros não prejudica a aceitação de outros formatos no futuro, por exemplo, em consequência dos avanços tecnológicos.

Uma visão geral dos formatos de ficheiro eletrónico aceites para todos os tipos de marcas por cada um dos Institutos pode ser consultada [aqui](#).