

RO

## DOCUMENT PRACTIC

**CARACTERUL DISTINCTIV AL  
MĂRCILOR TRIDIMENSIONALE  
CARE CONȚIN ELEMENTE  
VERBALE ȘI/SAU FIGURATIVE  
ATUNCI CÂND FORMA ÎN SINE NU  
ARE CARACTER DISTINCTIV**

Agencia de Stat pentru Proprietatea  
Intellectuală a Republicii Moldova

**AGEPI**

**Notă din partea AGEPI:**

*Acest document practic a fost elaborat în conformitate cu Comunicarea comună care rezultă din practica comună a mărcilor elaborată de Rețeaua Uniunii Europene de Proprietate Intelectuală (EUIPN) și are ca scop să ofere recomandări în ceea ce privește caracterul distinctiv al mărcilor tridimensionale (mărci de formă) care conțin elemente verbale și/sau figurative atunci când forma în sine nu are caracter distinctiv. Acesta a fost adaptat la specificul AGEPI, oferind o imagine de ansamblu asupra standardelor de calitate ale Oficiului pentru cererile de marcă primite prin mijloace electronice și pe suport de hârtie.*

*Acest document practic, a fost adoptat la nivel național și făcut public cu scopul de a spori și mai mult transparența, certitudinea juridică și previzibilitatea în beneficiul examinatorilor, și în egală măsură, al utilizatorilor.*

## 1. CONTEXT

Această practică se referă la caracterul distinctiv al mărcilor tridimensionale (mărci de formă) care conțin elemente verbale și/sau figurative atunci când forma în sine nu are caracter distinctiv, cu scopul de a stabili un prag minim al caracterului distinctiv al mărcilor de formă atunci când forma în sine nu are caracter distinctiv.

Practica este făcută publică prin acest document practic, cu scopul de a spori și mai mult transparența, securitatea juridică și previzibilitatea în beneficiul examinerilor și, în egală măsură, al utilizatorilor.

Scopul practicii este evaluarea caracterului distinctiv inerent al mărcilor tridimensionale în ansamblu, constând într-o formă nedistinctivă a produselor în sine, a ambalajelor sau a containerelor, precum și a altor elemente asupra cărora se extinde marca tridimensională, în cadrul examinării motivelor absolute.

Următoarele aspecte **nu intră în sfera** practicii:

- evaluarea caracterului distinctiv al formei;
- evaluarea caracterului distinctiv al elementelor în sine;
- implicații privind motivele relative;
- caracterul distinctiv dobândit;
- formele sau alte caracteristici impuse chiar de natura produsului, care sunt necesare pentru obținerea unui rezultat tehnic sau care dau valoare substanțială produsului (Art.7(1)(e) al Legii nr.38/2008 privind protecția mărcilor).

## 1 PRACTICA

Textul care urmează rezumă principalele mesaje și idei cuprinse în principiile practicii comune. Textul complet poate fi consultat la sfârșitul comunicării.

Pentru a stabili dacă pragul caracterului distinctiv este respectat, se iau în considerare elementele și factorii care influențează caracterul distinctiv al semnului în ansamblu.

## ELEMENTE VERBALE ȘI FIGURATIVE

**Ca punct de pornire, dacă o formă nedistinctivă conține un element distinctiv în sine, acesta va fi suficient pentru a face semnul distinctiv în ansamblu. Dimensiunea și proporția elementelor verbale/figurative, contrastul lor în raport cu forma și poziția efectivă pe formă sunt factori care pot afecta percepția semnului în evaluarea caracterului distinctiv.**

### Dimensiunea/proporția

#### CU CARACTER DISTINCTIV



Clasa 9 Carduri de memorie digitale securizate

#### CU CARACTER DISTINCTIV



Clasa 14 Ceasuri de mână

Când elementul verbal/figurativ este suficient de mare pentru a fi identificat în mod clar drept distinctiv și are un impact suficient asupra impresiei generale create de semn, acesta face ca semnul în ansamblu să fie distinctiv.

Realitățile specifice de pe piață trebuie luate, de asemenea, în considerare. Consumatorii au obiceiul de a identifica elemente mici pe anumite produse. În pofida dimensiunii mici, elementele verbale pot fi identificate ca elemente distinctiv în reprezentare.

### Contrastul de culori

#### CU CARACTER DISTINCTIV



Clasa 32 Apă îmbuteliată

#### FĂRĂ CARACTERDISTINCTIV



Clasa 28 Mingi de joc

Utilizarea unor culori mai puțin contrastante poate fi totuși suficientă pentru a permite unui element să fie identificat ca distinctiv în reprezentare și poate avea drept rezultat un semn distinctiv. Evaluarea generală depinde de caracterul distinctiv al unui astfel de element

Când elementul nu poate fi identificat în mod clar ca distinctiv în reprezentare, din lipsă de contrast, elementul nu va avea niciun impact asupra evaluării caracterului distinctiv al semnelui întrucât consumatorul nu va putea identifica imediat elementul și distinge în cele din urmă semnul de altele.

### Poziția

#### CU CARACTER DISTINCTIV



Clasa 3 Produse cosmetice

#### FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV



Clasa 3 Produse cosmetice

În anumite situații, elementele pot fi percepute diferit de consumator din cauza poziției lor de pe produse și, astfel, pot schimba constatarea caracterului distinctiv.

### CULORILE

**În aprecierea caracterului distinctiv al unei culori, este necesar să se țină seama de interesul general de a nu restrânge în mod nejustificat disponibilitatea culorilor pentru ceilalți operatori care oferă produse sau servicii de tipul celor a căror înregistrare se solicită (cf. Libertel și Heidelberger Bauchemie).**

#### FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV



Clasa 9 Cardul de memorie / Clasa 20 Scaune

#### CU CARACTER DISTINCTIV



Clasa 7 Element electric pentru deschiderea ușilor

Simplu fact de a adăuga o culoare unică la forma unui produs în lipsa altui element verbal sau figurativ distinctiv nu ar face semnul inerent distinctiv. Combinația de culori ale scaunului transmite exclusiv un mesaj decorativ, care nu va fi înțeles ca trimitere la originea sa.

Nu se poate exclude ca o anumită dispunere a culorilor, care este neobișnuită pentru produse și creează o impresie generală memorabilă, să poată face semnul distinctiv în ansamblu.

### COMBINAȚIE DE FACTORI ȘI DE ELEMENTE

**Există anumite situații în care o marcă tridimensională conține mai multe dintre elementele analizate mai sus. În plus, pot fi cazuri în care mai mulți din factorii susmenționați sunt relevanți pentru a determina impactul elementelor în ceea ce privește caracterul distinctiv al semnului. În toate situațiile, caracterul distinctiv al semnului depinde de impresia generală produsă de combinația acelor factori și elemente.**

#### CU CARACTER DISTINCTIV



Clasa 30 Ciocolată

#### FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV



Clasa 25 Articole de încălțăminte/Clasa 16 Ambalaje

Combinația dintre forma nedistinctivă și elementele considerate lipsite de caracter distinctiv ar putea face ca semnul să aibă caracter distinctiv în ansamblu. În acest exemplu, chiar dacă elementele verbale sunt descriptive, dispunerea lor ca soare sau floare dă naștere unei impresii generale distinctivă.

Dispunerea aleatorie a unor forme geometrice simple pe forma bunului din clasa 16 și a ambalajului obișnuit al articolelor de încălțăminte din clasa 25 nu oferă o impresie generală distinctivă, întrucât consumatorul nu va percepe această combinație specifică ca pe o indicație a originii comerciale, ci doar ca pe o posibilă decorație a ambalajului.

RO

# Practica

**CARACTERUL DISTINCTIV AL  
MĂRCILOR TRIDIMENSIONALE  
CARE CONȚIN ELEMENTE  
VERBALE ȘI/SAU FIGURATIVE  
ATUNCI CÂND FORMA ÎN SINE NU  
ARE CARACTER DISTINCTIV**

## CUPRINS

<b>1</b>	<b>INTRODUCERE .....</b>	<b>1</b>
1.1	Obiectivul prezentului document.....	1
1.2	Definiția mărcilor tridimensionale.....	1
1.3	Sfera de cuprindere a practicii.....	2
1.4	Standarde comune de reprezentare .....	2
<b>2</b>	<b>EXAMINAREA MĂRCILOR TRIDIMENSIONALE: EVALUAREA CARACTERULUI DISTINCTIV.....</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>PRINCIPIILE PRACTICII.....</b>	<b>4</b>
3.1	Elemente verbale și figurative.....	4
3.1.1	Dimensiunea/Proporția .....	4
3.1.2	Contrast.....	8
3.1.3	Poziția.....	13
3.2	Culori .....	15
3.3	Combi nații de factori și de elemente .....	18
3.3.1	Combi nație de factori .....	19
3.3.2	Combi nație a unor elemente nedistinctive.....	20
3.3.3	Combi nația dintre elemente verbale/figurative și culori distinctiv e și nedistinctiv e .....	23



# 1 Introducere

## 1.1 Obiectivul prezentului document

Acest document practic urmărește să stabilească un prag minim al caracterului distinctiv al mărcilor tridimensionale care conțin și alte elemente atunci când forma în sine nu are caracter distinctiv. Acesta este menit să servească drept referință pentru AGEPI, asociațiile de utilizatori, solicitanți, titulari de drepturi, reprezentanți și alte persoane interesate.

Prezentul document este pus la dispoziție pe scară largă și ușor accesibil, oferind o explicație cuprinzătoare a principiilor pe care se bazează această practică. Aceste principii sunt concepute pentru a fi aplicate în mod general și urmăresc să acopere marea majoritate a cazurilor. Deși caracterul distinctiv trebuie să fie evaluat de la caz la caz, principiile servesc drept îndrumare pentru AGEPI atunci când evaluează caracterul distinctiv al mărcilor tridimensionale care conțin alte elemente, atunci când forma în sine nu are caracter distinctiv. Nu este exclus ca un semn să fie respins din alte motive decât lipsa caracterului distinctiv.

Exemplele adăugate în acest document au ca scop de a ilustra principiile acestei practici. Aceste exemple trebuie examinate în conexiune cu raționamentul lor și pe baza ipotezelor pe care se bazează.

## 1.2 Definiția mărcilor tridimensionale

Mărcile tridimensionale sunt mărci compuse dintr-o formă tridimensională sau extinse la o astfel de formă, inclusiv containerele, ambalajele, produsul în sine sau aspectul acestora.

Mărcile tridimensionale, ca toate mărcile, trebuie să consistă din semne capabile să distingă produsele sau serviciile unei întreprinderi de cele ale altor întreprinderi și trebuie să poată fi reprezentate grafic într-un mod care să permită autorităților competente și publicului să stabilească cu claritate și precizie obiectul protecției conferite titularului lor (Art.5 al Legii nr.38/2008). În acest scop și pentru a asigura securitatea juridică și buna administrare a sistemului de înregistrare a mărcilor, trebuie să se asigure că semnul este reprezentat într-un mod care să fie clar, precis, autonom, ușor accesibil, inteligibil, durabil și obiectiv.

Mărcile tridimensionale se împart de obicei în trei categorii:

- forme care nu au ele însele legături cu produsele și serviciile;
- forme care constau în forma produselor în sine sau a unor părți din produse;
- forme ale ambalajelor sau ale containerelor.

Formele care nu au ele însele legătură cu produsele sau cu serviciile sunt de obicei distinctiv. În schimb, poate fi mai dificil de ajuns la o constatare a caracterului distinctiv în cazul formelor care constau în forma produselor în sine și a formelor ambalajelor sau ale containerelor.

În final, deși nu este corespunzător să se aplice criterii mai stricte la evaluarea caracterului distinctiv al mărcilor tridimensionale care cuprind forma produselor în sine, caracteristicile specifice ale acestora, respectiv capacitatea lor de a lua forma produsului în sine sau a ambalajului său, într-adevăr provoacă probleme legate de caracterul distinctiv, care nu afectează alte tipuri de mărci, ceea ce are drept rezultat o mai mare dificultate în identificarea caracterului distinctiv, întrucât aceste mărci nu vor fi percepute de publicul relevant în același mod ca o marcă verbală sau figurativă. Publicul relevant nu are obiceiul de a face presupuneri cu privire la originea produselor în baza formei lor sau a formei ambalajului. Prin urmare, în lipsa unui element grafic (inclusiv a culorilor) sau verbal, forma relevantă trebuie să fie diferită

În mod semnificativ de norma sau de obiceiurile din sector sau, pe de altă parte, astfel de elemente grafice sau verbale devin esențiale pentru a conferi un caracter distinctiv unei mărci tridimensionale care altfel nu ar putea fi eligibilă pentru înregistrare.

### 1.3 Sfera de cuprindere a practicii

Sfera de cuprindere a Practicii este următoarea:

Evaluarea caracterului distinctiv inerent al mărcilor tridimensionale în ansamblu, constând într-o formă nedistinctivă a produselor în sine, a ambalajelor sau a containerelor, precum și a altor elemente asupra cărora se extinde marca tridimensională, în cadrul examinării motivelor absolute.

În scopul prezentei practici, formele incluse cu titlu de exemplu sunt considerate inerent nedistinctive.

În cadrul Practicii sunt analizate următoarele elemente:

- elemente verbale și/sau figurative;
- culoarea unică și combinațiile de culori;
- combinația de elemente.

Următoarele aspecte nu intră în sfera de cuprindere a Practicii:

- evaluarea caracterului distinctiv al formei;
- evaluarea caracterului distinctiv al elementelor în sine;
- implicații privind motivele relative;
- caracterul distinctiv dobândit;
- formele sau alte caracteristici care rezultă din natura produselor în sine, care sunt necesare pentru obținerea unui rezultat tehnic sau care dau valoare substanțială produsului (Art.7(1)(e) al Legii nr.38/2008).

### 1.4 Standarde comune de reprezentare

Semnul trebuie să poată fi reprezentat grafic într-un mod care să permită autorităților competente și publicului să stabilească cu claritate și precizie obiectul protecției conferite titularului. Aceasta înseamnă că semnul trebuie să fie reprezentat într-un mod clar, precis, autonom, ușor accesibil, inteligibil, durabil și obiectiv.

Reprezentarea mărcii (denumită în continuare „**reprezentarea**”) definește obiectul înregistrării.

Prin urmare, reprezentarea clară și precisă a formei, alături de toate elementele la care se extinde, va defini obiectul cererii de înregistrare de marcă<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Principiile din această practică sunt ilustrate pe exemple standardizate în format 8x8 cm.

## 2 Examinarea mărcilor tridimensionale: evaluarea caracterului distinctiv

- **Funcția unei mărci:** pentru ca o marcă să dețină un caracter distinctiv, trebuie să aibă capacitatea de a-și îndeplini funcția esențială, și anume de a-i garanta consumatorului identitatea originii comerciale a produselor și/sau serviciilor marcate, permițându-i, fără posibilitatea unei confuzii, să distingă produsele sau serviciile de altele care au altă origine.
- **Referirea la produse:** caracterul distinctiv trebuie evaluat mai întâi în raport cu produsele pentru care se solicită înregistrarea și, în al doilea rând, în raport cu percepția publicului relevant - consumatorul.
- **Percepția consumatorului<sup>2</sup> și standardul juridic uniform:** percepția este cea a unui consumator mediu, care este rezonabil de bine informat și rezonabil de atent și de prevăzător. Cu toate acestea, potrivit celor afirmate mai sus, percepția consumatorului mediu nu este neapărat aceeași în cazul mărcilor tridimensionale, comparativ cu mărcile verbale sau figurative, care constau într-un semn care este independent de aspectul produselor pe care le denotă. În acest sens, realitățile de pe piață joacă un rol în evaluare, întrucât acestea influențează percepția consumatorilor privind un semn care constă într-un produs în sine sau în ambalajul acestuia.

Examinarea caracterului distinctiv al mărcilor tridimensionale trebuie efectuată urmându-se pașii următori.

### Pasul 1: identificarea elementelor semnului și evaluarea caracterului lor distinctiv inerent.

Oficiul va identifica toate elementele la care se extinde marca tridimensională și caracterul lor distinctiv inerent, care, în sensul prezentei comunicări comune, sunt:

- elemente verbale și/sau figurative,
- culori (culoare unică și combinații de culori) și
- combinație a celor de mai sus.

În cazul în care forma se extinde la elemente verbale/figurative, identificarea lor și evaluarea caracterului distinctiv trebuie să includă aprecierea următorilor factori:

- dimensiunea/proporția elementelor în raport cu formă;
- contrastul elementului față de forma și
- poziția elementului pe formă.

În cazul în care o formă se extinde la culoare și la combinații de culori, identificarea lor și evaluarea caracterului distinctiv trebuie să includă aprecierea aranjării caracteristice a culorilor pe forma specifică.

---

<sup>2</sup> „Consumator” în sensul prezentei practici, se referă atât la publicul larg, cât și la profesioniști

## **Pasul 2: Evaluarea caracterului distinctiv al semnului în ansamblu;**

Evaluarea caracterului distinctiv trebuie să se bazeze pe impresia generală a combinației dintre formă și elementele la care se extinde, în raport cu produsele în cauză și luând în considerare percepția consumatorului, care poate fi influențată de anumite realități ale pieței.

### **3 Principiile Practicii**

Ca punct de pornire, dacă o formă nedistinctivă conține un element distinctiv în sine, acesta va fi suficient pentru a face semnul distinctiv în ansamblu.

Exemple:

CU CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observatii
 <p>Clasa 33 Vin</p>	Semnul constă într-o formă nedistinctivă de sticlă și un element figurativ distinctiv care este identificabil în mod clar. Prin urmare, semnul în ansamblu este distinctiv.

#### **3.1 Elemente verbale și figurative**

Dimensiunea și proporția elementelor verbale/figurative, contrastul lor în raport cu forma și poziția efectivă pe formă, toți aceștia sunt factori care pot afecta percepția semnului în evaluarea caracterului său distinctiv.

##### *3.1.1 Dimensiunea/Proporția*

Dimensiunea și proporția elementelor trebuie luată în considerare la evaluarea caracterului distinctiv al unui semn tridimensional. Evaluarea se bazează în primul rând pe reprezentarea semnului conform cererii depuse de solicitant, indiferent de dimensiunea uzuală a produsului. Elementul distinctiv trebuie să fie clar vizibil în reprezentare pentru a face semnul distinctiv în ansamblu. Nu sunt necesare proporții specifice între elemente și formă.

- Prin urmare, când elementul verbal/figurativ este suficient de mare pentru a fi identificat în mod clar drept distinctiv și are un impact suficient asupra impresiei generale create de semn, acesta face ca semnul în ansamblu să fie distinctiv.

Exemple:

CU CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
	În pofida mărimii foarte mici a acestui tip de carduri de memorie, elementul verbal este mare în raport cu forma și poate fi identificat în mod clar ca element distinctiv în reprezentare, făcând astfel ca semnul în ansamblu să fie distinctiv.
Clasa 9 Carduri de memorie digitale securizate	

- Când elementul este mare, dar este identificat ca nedistinctiv, doar mărimea sa, proporțional cu forma, nu va fi suficientă ca semnul în ansamblu să fie distinctiv.

Exemple:

FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
	În aceste exemple, în pofida elementelor verbale/figurative pe forme nedistinctive, semnele nu sunt distinctve în ansamblu. Unul dintre ele conține informații descriptive despre produsele în cauză, iar celălalt conține reprezentarea unei forme geometrice simple care este, de asemenea, nedistinctivă.
Clasa 3 Produse cosmetic	
	
Clasa 16 Ambalaje/ Clasa 25 Încălțăminte	

- **Realitățile specifice de pe piață** trebuie luate de asemenea în considerare. Consumatorii au obiceiul de a identifica mici elemente pe anumite produse, caz în care, elemente de dimensiuni relativ mici pot avea însă un impact suficient pentru a face ca semnul în ansamblu să fie distinctiv, cât timp dimensiunea lor permite totuși să fie identificate în mod clar drept distinctiv.

Exemple:

CU CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
	<p>Mici simboluri ale originii se folosesc în mod obișnuit în cazul unor produse ca suporturile de cărți de vizită sau ceasurile. Prin urmare, în ciuda dimensiunii mici a elementelor verbale în raport cu formele nedistinctive, semnul în ansamblu este distinctiv, întrucât elementele verbale pot fi identificate drept elemente distinctiv în reprezentare, făcând ca semnul în ansamblu să fie distinctiv.</p>
<p>Clasa 18 Suporturi pentru cărți de vizită de tipul cutiilor pentru cărți de vizită</p>	
	
<p>Clasa 14 Ceasuri de mână</p>	
	<p>În acest segment specific, simbolurile de origine sunt de obicei relativ mici în raport cu produsele. Dimensiunea destul de mică a elementului proporțional în raport cu camionul nu împiedică identificarea sa în mod clar ca element distinctiv în reprezentare, având astfel un impact asupra impresiei generale, întrucât consumatorii sunt obișnuiți cu această practică.</p>
<p>Clasa 12 Camioane</p>	

- Când elementul verbal/figurativ este atât de mic încât nu poate fi identificat drept distinctiv, acesta nu va avea un impact suficient asupra impresiei în ansamblu și, prin urmare, nu va face ca forma în ansamblu să fie distinctivă.

Exemple:

FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
 <p>Clasa 33 Vin</p>	<p>În aceste exemple, elementele verbale/figurative sunt atât de mici încât nu pot fi identificate în reprezentare, iar caracterul lor distinctiv nu poate fi determinat.</p> <p>Prin urmare, nu au un impact suficient asupra impresiei generale, iar semnul în ansamblu este nedistinctiv.</p>
 <p>Clasa 9 Card digital de memorie securizat</p>	

### 3.1.2 Contrast

Utilizarea contrastului poate afecta, de asemenea, capacitatea elementului (elementelor) figurativ(e) de a fi identificat(e) și, în cele din urmă, de a face semnul distinctiv în ansamblu. Contrastul se poate obține folosind diferite nuanțe de culori sau prin gofrare/gravare/debosare a anumitor elemente pe produsele specifice.

#### a. Contrastul de culori

- Utilizarea unor culori mai puțin contrastante poate fi totuși suficientă pentru a permite unui element să fie identificat ca distinctiv în reprezentare și pot avea drept rezultat un semn distinctiv. Evaluarea generală depinde de caracterul distinctiv al unui astfel de element.

Exemple:

CU CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
 <p>Clasa 33 Vin</p>	Deși sunt folosite culori mai puțin contrastante, elementul figurativ de pe sticlă are totuși capacitatea de a conferi caracter distinctiv semnului în ansamblu deoarece elementul poate fi identificat în mod clar în reprezentare.



- În schimb, când elementul nu poate fi identificat în mod clar ca distinctiv în reprezentare, din lipsă de contrast, elementul nu va avea niciun impact asupra evaluării caracterului distinctiv al semnului întrucât consumatorul nu va putea identifica imediat elementul și distinge în cele din urmă semnul de altele.

Exemple:

FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
 <p style="text-align: center;">Clasa 28 Mingi de joc</p>	<p>În acest caz, elementul nu poate fi identificat în mod clar fără o examinare atentă, din lipsă de contrast între element și fundalul său. Combinația nu face ca semnul în ansamblu să fie distinctiv<sup>3</sup>.</p>

#### b. Gravare/Gofrare/Debosare

Gravarea trebuie înțeleasă în acest context drept acțiunea de tăiere sau de sculptare (a unui text sau a unui model) pe suprafața unui obiect dur.

Gofrarea trebuie înțeleasă aici drept acțiunea de sculptare, modelare sau ștanțare a unui desen sau model pe (o suprafață sau un obiect), pentru ca acesta să se evidențieze în relief înălțat.

Debosarea trebuie înțeleasă aici drept acțiunea de sculptare, modelare sau ștampilare a unui desen sau model pe (o suprafață sau un obiect), pentru ca acesta să se evidențieze în relief adâncit.

Prin natura lor, culoarea gravărilor/gofrărilor/debosărilor se pierde în produsul în sine și le face mai greu de perceput și de identificat. Cu toate acestea, gravările se folosesc frecvent pentru a distinge mărcile tridimensionale.

<sup>3</sup> Contrastul poate varia în funcție de condițiile de vizualizare (ecrane, configurații tipărite etc.), făcând elementul mai mult sau mai puțin identificabil. În sensul prezentei Practici, se consideră că elementul nu este identificabil în mod clar.

- Efectul gravării/gofrării/debosării poate influența, de asemenea, identificarea elementului și evaluarea în ansamblu a caracterului distinctiv al semnului. După identificarea unui element, se poate lua o decizie privind caracterul său distinctiv.

Exemple:

CU CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
 <p>Clasa 32 Băuturi</p>	<p>Elementul gofrat poate fi identificat drept distinctiv în reprezentarea prezentată și, prin urmare, semnul este distinctiv în ansamblu.</p>
 <p>Clasa 16 Penare</p>	<p>Elementul gravat poate fi identificat drept distinctiv în reprezentarea prezentată și, prin urmare, semnul este distinctiv în ansamblu.</p>

## FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV

Semnul



Clasa 11 Aparat de prăjit pâine

Observații

Elementul figurativ gravat nu are suficient contrast în ceea ce privește forma și, prin urmare, nu poate fi identificat în mod clar în reprezentare. Prin urmare, nu poate face ca semnul în ansamblu să fie distinctiv.

- În principiu, gravarea/gofrarea/debosarea cu un element nedistinctiv pe o formă nedistinctivă nu este suficientă în sine pentru a face semnul distinctiv.

Exemple:

## FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV

Semnul



Clasa 32 Apă de băut îmbuteliată

Observații

Acest element nedistinctiv (forma geometrică simplă - cerul) gravat pe forma nedistinctivă nu conferă caracter distinctiv semnului în ansamblu. Impresia generală este nedistinctivă, întrucât consumatorul nu va putea să distingă că acest produs își are originea într-o anumită întreprindere.

## FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV

Semnul



Clasa 32 Apă de băut îmbuteliată

Observații

Aceste elemente nedistinctive gravate pe forma nedistinctivă nu conferă caracter distinctiv în ansamblu. Impresia generală este nedistinctivă, întrucât consumatorul nu va putea să distingă că acest produs își are originea într-o anumită întreprindere.

### 3.1.3 Poziția

Poziția unui element la care se extinde semnul este, de asemenea, un factor care trebuie luat în considerare la evaluarea caracterului distinctiv al semnelui, întrucât aceasta va afecta capacitatea elementului respectiv de a fi identificat ca distinctiv sau nu și, în cele din urmă, conferă semnelui caracter distinctiv.

- În general, elementele distinctive vor face ca un semn să fie distinctiv în ansamblu, indiferent de poziția lor pe produs și de prezentarea uzuală a produsului pe piață, cât timp pot fi identificate ca distinctive în reprezentarea din cererea de marcă.

Exemple:

CU CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
 <p>Clasa 32 Apă de băut îmbuteliată</p>	<p>Elementele verbale și figurative pot fi identificate ca fiind distinctive în toate exemplele, indiferent de poziția lor și, prin urmare, fac ca fiecare semn să fie distinctiv în ansamblu.</p> <p>Deși semnele de origine nu se amplasează în mod obișnuit pe fundul sticlei, după cum se arată în ultimul exemplu, această posibilitate nu poate fi exclusă.</p>
 <p>Clasa 32 Apă de băut îmbuteliată</p>	
 <p>Clasa 25 Încălțăminte</p>	<p>Simbolurile de origine se găsesc frecvent pe brânțul articolelor de încălțăminte. În acest caz, elementul distinctiv a fost amplasat într-o poziție preconizată și poate fi identificat în mod clar ca fiind distinctiv în reprezentare, prin urmare are capacitatea de a face ca semnul să fie distinctiv în ansamblu.</p>

## FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV

Semnul



Clasa 33 Vin

Observații

Eticheta care conține elementul verbal descriptiv, amplasată într-o poziție obișnuită pentru acest tip de ambalaje pentru produse, nu face ca semnul să fie distinctiv în ansamblu.



Clasa 33 Vin

Elementul nedistinctiv (poate anul de producție) este amplasat pe fundul sticlei, care poate să nu fie poziția tipică pentru acest tip de informație descriptivă. Cu toate acestea, poziția neobișnuită nu adaugă un caracter distinctiv elementului care este în mod clar nedistinctiv, prin urmare, semnul este nedistinctiv în ansamblu.

- În anumite situații, elementele pot fi percepute diferit de consumator din cauza poziției lor de pe produse, iar astfel pot schimba constatarea caracterului distinctiv.

Exemple:

CU CARACTER DISTINCTIV	FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV	Observații
 <p data-bbox="244 1010 445 1064">Clasa 3 Produse cosmetice</p>	 <p data-bbox="547 1010 748 1064">Clasa 3 Produse cosmetice</p>	<p data-bbox="815 450 1361 510">Elementul verbal „CLOSE” nu are nicio legătură cu produsele din Clasa 3.</p> <p data-bbox="815 544 1361 663">Amplasat central, elementul verbal este perceput ca distinctiv întrucât nu oferă o indicație descriptivă a produsului. Prin urmare, semnul în ansamblu este distinctiv.</p> <p data-bbox="815 696 1361 815">Când este însă amplasat în partea superioară a produsului, lângă capac, va fi perceput ca indicație descriptivă a funcției de deschidere/închidere a capacului.</p>

### 3.2 Culori

La evaluarea caracterului distinctiv al unei culori, trebuie acordată atenție interesului general de a nu restricționa în mod nejustificat disponibilitatea culorilor pentru ceilalți comercianți care oferă produse și servicii de același tip ca cele pentru care se solicită înregistrarea.



Situațiile în care culorile nu pot oferi produselor caracter distinctiv pot fi următoarele:

- În multe situații, o culoare ar fi doar un element decorativ al produselor sau ar respecta cererea clientului (de exemplu culorile de pe mașini sau de pe tricouri), indiferent de numărul de culori avut în vedere;
- culoare poate fi natura produselor (de exemplu pentru nuanțe);
- culoare poate fi tehnic funcțională (de exemplu culoarea roșie pentru stingătoare, diferite culori folosite la cablurile electrice);
- culoare poate fi, de asemenea, **uzuală** (de exemplu, din nou, roșu pentru stingătoare);
- culoare poate indica o anumită caracteristică a produselor, precum o aromă (galben pentru aroma de lămâie, roz pentru aroma de căpșuni).

Consumatorii nu au obiceiul de a face presupuneri despre originea produselor în baza culorii lor sau a culorii sau culorilor ambalajului lor în lipsa unui element grafic sau verbal pentru că, în practica comercială curentă de regulă, culoarea nu se folosește ca mijloc de identificare. O culoare nu are în mod normal capacitatea inerentă de a diferenția produsele unei anumite întreprinderi. Prin urmare, o culoare unică nu va fi în principiu distinctivă pentru niciun produs sau serviciu, cu excepția situațiilor excepționale. În toate cazurile, examinarea va necesita o analiză de la caz la caz.

- În principiu, simplul fapt de a adăuga o culoare unică la forma unui produs în lipsa altui element verbal sau figurativ distinctiv nu ar face semnul inerent distinctiv.



Exemple:

FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
 <p>Clasa 9 Card de memorie</p>	<p>În acest exemplu, consumatorii nu vor percepe adăugarea culorii unice galben la formă ca pe o indicație a originii. Utilizarea culorii pe acest tip de produse este frecvent întâlnită pe piață.</p>
 <p>Clasa 16 Creioane</p>	<p>Utilizarea unei culori unice în acest caz nu ar fi percepută ca simbol al originii, ci ar furniza informații despre natura produsului în cauză. Prin urmare, semnul este nedistinctiv.</p>



- Nu se poate exclude însă ca, o anumită dispunere a culorilor, care este neobișnuită pentru produse și creează o impresie generală memorabilă să poată face semnul distinctiv în ansamblu.

Exemple:

CU CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
 <p>Clasa 7 Turbină eoliană</p>	<p>Această dispunere specifică a culorilor, aplicată pe turbina eoliană, este neobișnuită pe piață și suficient de simplă încât să creeze o impresie generală memorabilă de care consumatorul să-și amintească, sub forma unui mijloc de identificare.</p>
 <p>Clasa 7 Element electric pentru deschiderea ușilor</p>	<p>Această dispunere specifică a culorilor pe un motor tubular pentru uși de garaj creează o impresie generală ușor de reținut. Pe această piață specifică, produsele sunt căutate aproape în exclusivitate de consumatori profesioniști care sunt obișnuiți cu identificarea originii comerciale a acestor produse după culori. Produsele nu sunt în mod normal vizibile în timpul utilizării, deci combinația de culori nu este considerată decorativă.</p> <p>Prin urmare, semnul în ansamblu este distinctiv.</p>

Exemple:

### FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV

Semnul



Clasa 9 Carcase pentru telefoane

Observații

În cazul carcaselor pentru telefoane mobile, combinațiile de culori sunt întâlnite frecvent pe piață. Prin urmare, consumatorul nu va percepe această combinație de culori ca pe o indicație a originii, ci doar ca pe o decorare a acestor produse. Semnul nu este distinctiv în ansamblu.



Clasa 20 Scaune

Această combinație transmite exclusiv un mesaj decorativ, care nu va fi înțeles ca trimitere la originea sa. Prin urmare, nu poate face ca semnul în ansamblu să fie distinctiv.

### 3.3 Combinații de factori și de elemente

Există anumite situații în care o marcă tridimensională conține mai multe dintre elementele analizate mai sus.




În plus, pot fi cazuri în care unul din factorii susmenționați sunt relevanți pentru a determina impactul elementelor în ceea ce privește caracterul distinctiv al semnului.

În toate situațiile, caracterul distinctiv al semnului depinde de impresia generală produsă de combinația acelor factori și elemente.

### 3.3.1. Combinație de factori

- Când mai mulți factori (de exemplu mărimea, poziția sau contrastul) afectează negativ identificarea elementului ca fiind distinctiv, aceasta va duce la o impresie generală nedistinctivă a semnului.

Exemple:

FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
 <p>Clasa 33 Vin</p>	Mărimea, poziția și lipsa culorilor contrastante la elementul verbal are drept rezultat o impresie generală nedistinctivă. Elementul nu poate fi identificat drept distinctiv fără o examinare atentă, întrucât a fost amplasat într-un loc mai puțin vizibil pe sticlă, folosind o dimensiune foarte mică și un contrast slab. Prin urmare, nu poate face semnul distinctiv în ansamblu.
 <p>Clasa 9 Ochelari</p>	Dimensiunea și gravura de pe element nu face posibil ca acesta să fie identificabil întrucât elementele nu pot fi găsite fără o examinare atentă. Aceasta are drept rezultat o impresie generală nedistinctivă.
CU CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
 <p>Clasa 9 Ochelari</p>	În acest caz, dimensiunea elementului și contrastul acestuia cu produsele permite identificarea sa ca distinctiv: în întregime, are ca rezultat o impresie generală distinctivă

### 3.3.2. Combinație a unor elemente nedistinctive

- În general, combinarea unei forme nedistinctive cu elemente verbale și/sau figurative, care sunt considerate individual ca fiind lipsite de caracter distinctiv, nu are drept rezultat un semn distinctiv.

Exemple:

FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
 <p>Clasa 33 Vin</p>	Elementele verbale și figurative sunt nedistinctive, întrucât oferă informații descriptive despre produsele în discuție. Deși sunt amplasate în poziție centrală pe formă și, în pofida dimensiunii mari și contrastului suficient, elementele nu pot face ca semnul să fie distinctiv în ansamblu întrucât consumatorul nu va percepe combinația ca sursă a originii.
 <p>Clasa 25 Încălțăminte/ Clasa 16 Ambalaje</p>	Disponerea aleatorie a unor forme geometrice simple pe forma bunului din clasa 16 și a ambalajului obișnuit al articolelor de încălțăminte din clasa 25 nu oferă o impresie generală distinctivă, întrucât consumatorul nu va percepe această combinație specifică ca pe o indicație a originii comerciale, ci doar ca pe o posibilă decorație a ambalajului.

## FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV

Semnul



Clasa 30 Cereale

Observații

Combi-nația de elemente nedistinctive nu poate oferi niciun caracter distinctiv semnului, dacă forma constă într-o cutie nedistinctivă de cereale, după cum se vede în imagine. Consumatorii ar percepe aceasta ca pe o formă simplă și obișnuită, care include informații descriptive despre produsele respective.



Clasa 30 Ciocolată

Această combinație de elemente, toate fiind nedistinctive în sine, nu fac semnul distinctiv în ansamblu.

Cu toate acestea, combinarea unei forme nedistinctive cu elemente care, deși sunt considerate în mod individual ca lipsite de caracter distinctiv, ar putea fi percepute ca simbol al originii, datorită percepției consumatorului relevant și compoziției semnului, luate în considerare în ansamblu.

Exemple:

CU CARACTER DISTINCTIV	
Semnul	Observații
 <p style="text-align: center;">Clasa 30 Ciocolată</p>	<p>Elementele descriptive au fost dispuse în așa fel încât să creeze forma unui soare sau a unei flori; o combinație care poate fi percepută ca simbol al originii și care, prin urmare, face ca semnul să fie distinctiv în ansamblu.</p>
 <p style="text-align: center;">Clasa 33 Vin</p>	<p>Mai multe buline care se repetă, într-o culoare contrastantă, adăugate la forma nedistinctivă, au drept rezultat o combinație neobișnuită pe piață, făcând semnul distinctiv în ansamblu.</p>

## FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV

Semnul



Clasa 21 Cești de cafea

Observații

Mai multe buline repetate, într-o culoare contrastantă, va fi considerată în acest caz o simplă ornamentație. Prin urmare, elementele nu au capacitatea de a face semnul distinctiv în ansamblu, întrucât utilizarea elementelor decorative este obișnuită pe piața produselor respective.

### 3.3.3. Combinația dintre elemente verbale/figurative și culori distinctive și nedistinctive

- În general, combinarea unui element distinctiv cu alte elemente nedistinctive pe o formă nedistinctivă poate face marca distinctivă în ansamblu, cât timp elementul distinctiv poate fi identificat în mod clar între toate celelalte elemente

Exemple:

## CU CARACTER DISTINCTIV

Semnul



Clasa 30 Ciocolată

Observații

În pofida combinării a numeroase elemente nedistinctive, elementul verbal „ECS” poate fi identificat drept distinctiv în reprezentare din cauza mărimii, poziției și contrastului său în raport cu produsul și, prin urmare, are capacitatea de a face semnul distinctiv în ansamblu.

- Dacă însă elementul distinctiv nu este perceput imediat de consumator din cauza prezenței elementelor nedistinctive, combinația poate avea drept rezultat un semn nedistinctiv.

### FĂRĂ CARACTER DISTINCTIV

Semnul



Clasa 30 Ciocolată

Observații

Elementul verbal ECS se pierde printre mai multe elemente nedistinctive. Din cauza poziției, mărimii și lipsei de contrast, nu poate fi identificat ca fiind distinctiv fără o examinare atentă și, prin urmare, nu poate face ca semnul să fie distinctiv în ansamblu.