

SKUPNO SPOROČILO
NOVE VRSTE ZNAMK:
PREIZKUŠANJE FORMALNIH
ZAHTEV IN RAZLOGOV ZA
ZAVRNITEV

APRIL 2021

1 OZADJE

Uradi za intelektualno lastnino Mreže Evropske unije za intelektualno lastnino stalno sodelujejo v okviru usklajevanja praks na področju znamk in modelov. Nedavno so se dogovorili o dodatni skupni praksi na področju znamk, da bi zagotovili smernice v zvezi s preizkušanjem formalnih zahtev in razlogov za zavrnitev ter/ali ničnost novih vrst znamk, in sicer zvočnih znamk, znamk gibanja, multimedijskih in holografskih znamk, ter načini njihovega prikaza.

skupna praksa je v skupnem sporočilu objavljena z namenom nadaljnega povečanja preglednosti, pravne varnosti in predvidljivosti, kar naj bi prineslo koristi tako preizkuševalcem kot tudi uporabnikom.

Področje uporabe te skupne prakse je preizkušanje formalnih zahtev in razlogov za zavrnitev in/ali ničnost novih vrst znamk ob upoštevanju učinka odprave zahteve za grafični prikaz v Direktivi (EU) 2015/2436 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 16. decembra 2015 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami (direktiva o blagovni znamki).

Vprašanja, ki se ne nanašajo na nove vrste znamk in/ali nov način njihovega prikaza, **ne spadajo na področje uporabe** te skupne prakse. Tovrstna vprašanja so podrobno opisana v oddelku 1.3 dokumenta o skupni praksi.

2 SKUPNA PRAKSA

V naslednjem besedilu so povzeta ključna sporočila in glavna stališča o načelih te skupne prakse. **Celotno besedilo in vsi primeri, uporabljeni za ponazoritev skupnih meril, so na voljo v skupni praksi v Prilogi 1 k temu skupnemu sporočilu.** Poleg tega so opredelitve pojmov, načini prikaza za različne vrste znamk in sprejemljivi formati elektronskih datotek, o katerih so se dogovorili uradi za intelektualno lastnino vseh držav članic, na voljo v *Skupnem sporočilu o prikazu novih vrst znamk* ⁽¹⁾.





NAČELA SKUPNE PRAKSE:

DEL A – Preizkušanje formalnih zahtev ⁽²⁾

ZNAK IN NJEGOVI ELEMENTI, KOT SO OPREDELJENI V SKUPNEM SPOROČILU O PRIKAZU NOVIH VRST ZNAMK
















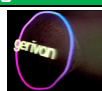
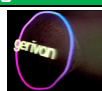
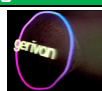
Če je znak očitno v skladu z eno od opredelitev in zahtevami za prikaz iz Skupnega sporočila o prikazu novih vrst znamk, bi ga bilo treba razvrstiti kot to točno določeno vrsto znamke.

Zvočne znamke: vsak znak, ki vsebuje en ali več zvokov, bi bilo treba ne glede na vrsto zvoka, ki ga vključuje (npr. besedni elementi, zaznani v zvoku, zvok v naravi, zvok živali, melodija itd.), razvrstiti kot zvočno znamko.

Zvočne znamke	
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko

⁽¹⁾ https://euiipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/about_euiipo/who_we_are/common_communication/common_communication_8/common_communication8_sl.pdf.

⁽²⁾ Primeri v delu A skupne prakse so prikazani samo za namene formalnih zahtev in ni nujno, da izpolnjujejo zahteve za absolutne razloge.

<p>Če je zvočna znamka prikazana v notnem zapisu, mora ta prikaz vključevati notno črtovje, razdeljeno na takte, in prikazovati predvsem notni ključ in vse glasbene note, potrebne za reproduciranje melodije. Kot neobvezni elementi se navedejo tempo ali hitrost melodije in instrument oziroma instrumenti.</p>							
<p>Znamke gibanja: znamke gibanja niso omejene na znake, ki prikazujejo gibanje. Znak se lahko razvrsti kot znamka gibanja tudi, če lahko prikaže spremembo položaja elementov (npr. zaporedje mirujočih slik), spremembo barve ali spremembo elementov, ki se razume kot nadomestitev ene slike z drugo.</p> <p>Če je znamka gibanja prikazana z vrsto zaporednih mirujočih slik, ki prikazujejo gibanje ali spremembo položaja, je morda treba v opisu navesti trajanje, ponovitve in hitrost gibanja.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #008000; color: white;">Znamke gibanja</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td style="text-align: center;">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td style="text-align: center;">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Znamke gibanja		 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Znamke gibanja							
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko						
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko						
<p>Multimedijske znamke: vsak znak, sestavljen iz kombinacije vizualnih in zvočnih elementov, bi bilo treba razvrstiti kot multimedijsko znamko.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th style="background-color: #008000; color: white;">Multimedijska znamka</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Multimedijska znamka	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
Multimedijska znamka							
 Za reproduciranje kliknite na sliko							
<p>Holografske znamke: vsak znak, sestavljen iz elementov s holografskimi značilnostmi, bi bilo treba razvrstiti kot holografsko znamko. Pri tem je hologram slika, ki se spreminja, če jo pogledamo iz različnih zornih kotov.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th style="background-color: #008000; color: white;">Holografska znamka</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Holografska znamka	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
Holografska znamka							
 Za reproduciranje kliknite na sliko							

OPISI

Kadar je prikazu nove vrste znamke priložen opis, mora biti ta v skladu s prikazom znamke ter ne sme biti v nasprotju z njim ali razširjati njegovega obsega.

NAVEDBA BESEDNIH ELEMENTOV

Morebitno obstoječe polje, ki zahteva navedbo besednih elementov v blagovni znamki, se bo uporabljalo samo za namene iskanja in nikoli ne bo razširilo obsega varstva znamke, kot je opredeljen z njenim prikazom.

PREVLADA PRIKAZA NAD VRSTO IN OPISOM

Če bodo prikaz ter vrsta in/ali opis znamke v nasprotju ali se ne bodo ujemali, bo vedno prevladal prikaz znamke.

VELJAVNI NAČINI PRIKAZA ZA VEČ KOT ENO VRSTO ZNAMKE

Prijave znamke bodo sprejete v skladu z vrsto znamke, ki jo je izbral prijavitelj, če prikaz izpolnjuje pravne zahteve za določeno vrsto. Obseg varstva in vsebina znamke bosta odvisna od vrste sprejete znamke.

PREIZKUŠANJE ZAHTEV ZA PRIZNANJE PREDNOSTNE PRAVICE

Za znak se bo štelo, da je enak znamki samo, če brez spremembe ali dodatka reproducira vse elemente, ki sestavljajo znamko, ali če kot celota vsebuje razlike, ki so tako neznatne, da jih povprečni potrošnik morda ne bo niti opazil.



ENAK PREDMET

Za namene preizkusa zahtev za priznanje prednostne pravice se bo za dve znamki ne glede na obliko štelo, da sta enaki, če sta predmet varstva in znamke enaka. Poleg tega se lahko prednostna pravica prizna, kadar je druga vložitev sicer za drugo vrsto znamke, ki pa ima enak predmet.

Prva vložitev	Druga vložitev
	
Za reproduciranje kliknite na sliko	Za reproduciranje kliknite na sliko
Druga znamka	Multimedijska znamka

RAZLIČEN PREDMET

Če zahteva za priznanje prednostne pravice vključuje dve znamki z različnima predmetoma, se bo za znamki ne glede na njun format ali izbrano vrsto znamke štelo, da sta različni in bo zato zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena.

Prva vložitev	Druga vložitev
	
Za reproduciranje kliknite na sliko	Za reproduciranje kliknite na sliko
Multimedijska znamka	Zvočna znamka

ISTA VRSTA ZNAMK, PRIKAZANIH RAZLIČNO

ZVOČNE ZNAMKE

Zahteve za priznanje prednostne pravice, v katerih je ena od vložitev prikazana v notnem zapisu (npr. JPEG), druga pa v zvočni datoteki (npr. MP3), bodo sprejete samo, če so vsi elementi ⁽³⁾, ki jih vsebuje zvočna datoteka, navedeni v notnem zapisu.



Prva vložitev	Druga vložitev
	
	Za reproduciranje kliknite na sliko
Zvočna znamka	Zvočna znamka

Če kateri koli od teh elementov manjka, znamki nista enaki in zahteva za priznanje prednostne pravice bo zavrnjena.



















Prva vložitev	Druga vložitev
	
Za reproduciranje kliknite na sliko	
Zvočna znamka	Zvočna znamka

ZNAMKE GIBANJA

Zahteve za priznanje prednostne pravice, v katerih je ena od vložitev prikazana v zaporedju mirujočih slik (npr. JPEG) in druga v video datoteki (npr. MP4), bodo sprejete samo, če so vsi elementi video datoteke in njihovo celotno gibanje jasno opredeljivi v zaporedju mirujočih slik.

Prva vložitev	Druga vložitev
	
Za reproduciranje kliknite na sliko	
	Opis: to gibanje sestavlja vsebina mirujočih slik, ki se pojavljajo v polsekundnih presledkih.

⁽³⁾ Glej dokument Skupna praksa – del A – oddelek 1.1 – Zvočne znamke – Elementi za jasen in natančen grafični prikaz zvočne znamke.

<p>Če je druga vložitev prikazana v zaporedju mirujočih slik, je za zagotovitev, da je predmet enak (npr. trajanje, hitrost, ponovitve), morda potreben opis.</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="807 329 1117 371">Znamka gibanja</td> <td data-bbox="1123 329 1433 371">Znamka gibanja</td> </tr> </table>	Znamka gibanja	Znamka gibanja						
Znamka gibanja	Znamka gibanja								
<p>Če kateri koli od teh elementov manjka in celotnega gibanja ni mogoče jasno opredeliti, znamki nista enaki in zahteva za priznanje prednostne pravice bo zavrnjena.</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="807 450 1117 492">Prva vložitev</td> <td data-bbox="1123 450 1433 492">Druga vložitev</td> </tr> <tr> <td data-bbox="807 501 1117 584">  </td> <td data-bbox="1123 501 1433 584">  </td> </tr> <tr> <td data-bbox="807 593 1117 613">Za reproduciranje kliknite na sliko</td> <td data-bbox="1123 593 1433 613"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="807 622 1117 665">Znamka gibanja</td> <td data-bbox="1123 622 1433 665">Znamka gibanja</td> </tr> </table>	Prva vložitev	Druga vložitev			Za reproduciranje kliknite na sliko		Znamka gibanja	Znamka gibanja
Prva vložitev	Druga vložitev								
									
Za reproduciranje kliknite na sliko									
Znamka gibanja	Znamka gibanja								
HOLOGRAFSKE ZNAMKE									
<p>Zahteve za priznanje prednostne pravice, v katerih je ena od vložitev hologram, prikazan v vrsti grafičnih ali fotografskih slik (slikovne datoteke, npr. JPEG), druga vložitev pa prikaz v video datoteki (npr. MP4), bodo sprejete samo, če so vsi elementi video datoteke in različne faze holografskega učinka jasno opredeljeni v zaporedju grafičnih ali fotografskih slik.</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="807 757 1117 799">Prva vložitev</td> <td data-bbox="1123 757 1433 799">Druga vložitev</td> </tr> <tr> <td data-bbox="807 808 1117 891">  </td> <td data-bbox="1123 808 1433 891">  </td> </tr> <tr> <td data-bbox="807 900 1117 920">Za reproduciranje kliknite na sliko</td> <td data-bbox="1123 900 1433 920"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="807 929 1117 972">Holografska znamka</td> <td data-bbox="1123 929 1433 972">Holografska znamka</td> </tr> </table>	Prva vložitev	Druga vložitev			Za reproduciranje kliknite na sliko		Holografska znamka	Holografska znamka
Prva vložitev	Druga vložitev								
									
Za reproduciranje kliknite na sliko									
Holografska znamka	Holografska znamka								
<p>Če katerega koli od teh elementov in različnih faz holografskega učinka ni mogoče jasno opredeliti, znamki nista enaki in zahteva za priznanje prednostne pravice bo zavrnjena.</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="807 1012 1117 1055">Prva vložitev</td> <td data-bbox="1123 1012 1433 1055">Druga vložitev</td> </tr> <tr> <td data-bbox="807 1064 1117 1146">  </td> <td data-bbox="1123 1064 1433 1146">  </td> </tr> <tr> <td data-bbox="807 1155 1117 1176">Za reproduciranje kliknite na sliko</td> <td data-bbox="1123 1155 1433 1176"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="807 1184 1117 1227">Holografska znamka</td> <td data-bbox="1123 1184 1433 1227">Holografska znamka</td> </tr> </table>	Prva vložitev	Druga vložitev			Za reproduciranje kliknite na sliko		Holografska znamka	Holografska znamka
Prva vložitev	Druga vložitev								
									
Za reproduciranje kliknite na sliko									
Holografska znamka	Holografska znamka								

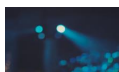
DEL B – Preizkušanje absolutnih razlogov za zavrnitev in/ali ničnost

OCENA JASNOSTI IN NATANČNOSTI NOVIH VRST ZNAMK – ČLEN 4(1)(a) DIREKTIVE O BLAGOVNI ZNAMKI

Za znamko se bo štelo, da je jasna in natančna, če je prikazana v kakršni koli ustrezni obliki, pri kateri se uporabijo splošno dostopne tehnologije, če je znak tudi mogoče prikazati na samozadosten, zlahka dostopen, razumljiv, trajen in objektivni način, ne glede na to, ali ima pojmovno vsebino. Ta pristop je skladen z načelom, v skladu s katerim ni treba, da ima besedna ali figurativna znamka pomen ali da vsebuje opredeljive slike, če lahko opravlja funkcijo znamke, in se tako uporablja kot označba izvora ⁽⁴⁾.



Za reproduciranje kliknite na sliko



Za reproduciranje kliknite na sliko



Za reproduciranje kliknite na sliko

ZAHTEVANA STOPNJA RAZLIKOVALNEGA UČINKA NOVIH VRST ZNAMK – ČLEN 4(1)(b) DIREKTIVE O BLAGOVNI ZNAMKI

ZVOČNE ZNAMKE

ZAZNAVANJE POTROŠNIKOV

Zvoki se v gospodarskem prometu vse pogosteje uporabljajo v okviru strategije znamčenja, zato jih bodo potrošniki tudi verjetneje zaznavali kot označbe trgovskega izvora. Za analizo zaznavanja potrošnikov je mogoče zvočne znamke razvrstiti vsaj v naslednje skupine: (1) zvoki, ki jih proizvajajo blago ali storitve ali ki so povezani z njimi; (2) note, kombinacije not, napevi ali melodije; (3) zvoki, ki so zvočni ustreznik besednih elementov. Obstajajo tudi zvoki, ki niso vključeni v predhodne skupine in nimajo nobene povezave z blagom in/ali storitvami.

SVOJSTVEN RAZLIKOVALNI UČINEK ZVOČNIH ZNAMK

Kadar je zvok, zaznan v zvočni znamki, sestavljen iz **ene note, kombinacije not ali melodije**, se bo zanj štelo, da ima svojstven razlikovalni učinek, če ga bo upoštevna javnost lahko zaznavala kot označbo trgovskega izvora.

Zvočna znamka	Blago in storitve
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 41: zagotavljanje filmov za razvedrilo



















Kadar zvok, zaznan v zvočni znamki, sestavlja **besedni element**, za katerega se šteje, da je sam po sebi razlikovalen, in če je izgovorjen jasno, tudi če je izgovorjen z nevtralnim ali robotskim glasom, se bo za zvočno znamko štelo, da ima razlikovalni učinek.

Zvočna znamka	Blago in storitve
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 12: avtomobili

Če **elementa govora, zaznanega v zvočni znamki, ni mogoče razumeti ali ni opredeljiv kot beseda**, se bo za zvočno znamko štelo, da ima razlikovalni učinek, če bo potrošnik lahko zvok prepoznal kot označbo trgovskega izvora.

Zvočna znamka	Blago in storitve
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 12: avtomobili

⁽⁴⁾ Ti primeri se štejejo za jasne in natančne, vendar to ne pomeni, da zoper njih ne bo vložen ugovor na podlagi drugih razlogov za zavrnitev.

<p>Če zvok, zaznan v zvočni znamki, vsebuje zvok, ki ni povezan z blagom in/ali storitvami, za katere je vložena prijava, se bo za zvočno znamko načeloma štelo, da ima razlikovalni učinek, če jo bo potrošnik lahko prepoznal kot označbo trgovskega izvora.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Zvočna znamka</th> <th>Blago in storitve</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td>Razred 11: stranišča</td> </tr> </tbody> </table>	Zvočna znamka	Blago in storitve	 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 11: stranišča		
Zvočna znamka	Blago in storitve						
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 11: stranišča						
ZVOČNE ZNAMKE BREZ RAZLIKOVALNEGA UČINKA							
<p>Kadar zvočno znamko sestavlja zvok, ki ga proizvajajo blago in/ali storitve ali ki je povezan z njimi ali drugimi njihovimi zadevnimi značilnostmi, ga bo potrošnik načeloma zaznal zgolj kot funkcionalno značilnost, zato se bo za zvočno znamko štelo, da nima razlikovalnega učinka.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Zvočna znamka</th> <th>Blago in storitve</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td>Razred 33: vino</td> </tr> </tbody> </table>	Zvočna znamka	Blago in storitve	 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 33: vino		
Zvočna znamka	Blago in storitve						
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 33: vino						
<p>Če je zvočna znamka sestavljena iz not, kombinacije not, napevov ali melodij, se bo zanjo štelo, da nima razlikovalnega učinka, če zvok ni vsebinsko poln in ga potrošnik ne bi prepoznal kot označbo trgovskega izvora, tudi če z blagom in/ali storitvami ni mogoče vzpostaviti nobene povezave.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Zvočna znamka</th> <th>Blago in storitve</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td>Razred 12: avtomobili</td> </tr> </tbody> </table>	Zvočna znamka	Blago in storitve	 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 12: avtomobili		
Zvočna znamka	Blago in storitve						
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 12: avtomobili						
<p>Kadar zvočno znamko sestavljajo nerazlikovalni/opisni/splošni besedni elementi, izgovorjeni jasno in brez izstopajočih ali nenavadnih zvočnih elementov, se bo zanjo štelo, da nima razlikovalnega učinka.</p> <p>Če so nerazlikovalnemu/opisnemu/splošnemu besednemu elementu, zaznanemu v zvočni znamki, dodani drugi elementi zvoka, kot so besedilo, posebna melodija, intonacija in/ali poseben način petja, za katere se prav tako šteje, da sami po sebi nimajo razlikovalnega učinka, se bo za zvočno znamko načeloma najverjetneje štelo, da kot celota nima razlikovalnega učinka.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Zvočna znamka</th> <th>Blago in storitve</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td>Razred 3: pralni prašek</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td>Razred 3: pralni prašek</td> </tr> </tbody> </table>	Zvočna znamka	Blago in storitve	 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 3: pralni prašek	 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 3: pralni prašek
Zvočna znamka	Blago in storitve						
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 3: pralni prašek						
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 3: pralni prašek						
<p>Izjema: ni mogoče izključiti, da bi lahko posebna razporeditev različnih elementov zvoka, ki je nenavadna in jo bo lahko potrošnik zlahka prepoznal kot označbo trgovskega izvora, zadostovala za zagotovitev razlikovalnega učinka zvočni znamki kot celoti ⁽⁵⁾.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Zvočna znamka</th> <th>Blago in storitve</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td>Razred 31: sveže banane</td> </tr> </tbody> </table>	Zvočna znamka	Blago in storitve	 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 31: sveže banane		
Zvočna znamka	Blago in storitve						
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 31: sveže banane						

⁽⁵⁾ Poudariti je treba, da prijavitelj ne bo pridobil izključnih pravic za nerazlikovalne/opisne besedne elemente; obseg varstva bo omejen na celoten vtis zvočne znamke.


ZNAMKE GIBANJA

ZAZNAVANJE POTROŠNIKOV


Ker se v strategijah znamčenja vse pogosteje uporabljajo znaki, ki vsebujejo gibanje in gibljive slike, bodo tudi potrošniki znamke gibanja verjetneje zaznavali kot označbe trговskega izvora. Za analizo zaznavanja potrošnikov je mogoče znamke gibanja razvrstiti vsaj v naslednji dve skupini: (1) gibanje, ki ga je mogoče zaznati kot neločljivo povezan funkcionalni element samega blaga ali storitev ali ki se uporablja za upravljanje tega blaga; (2) gibanje, ki vsebuje besedne in/ali figurativne elemente.

ZNAMKE GIBANJA S SVOJSTVENIM RAZLIKOVALNIM UČINKOM

Za znamke gibanja se bo na splošno štelo, da imajo razlikovalni učinek, če vsebujejo **razlikovalni besedni in/ali figurativni element**, ki se giba ali spreminja svoj položaj, barvo in/ali elemente, tudi če morda samo gibanje ali sprememba položaja nista razlikovalna.


Znamka gibanja	Blago in storitve
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 9: računalniki

Kadar znamka gibanja prikazuje **element, ki ga ni mogoče razumeti ali opredeliti**, saj ne izraža pomena ali ustvarja povezave z blagom in/ali storitvami, se bo zanjo štelo, da ima razlikovalni učinek, če jo bo potrošnik lahko prepoznal kot označbo trговskega izvora.

Znamka gibanja	Blago in storitve
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 3: pralni prašek

ZNAMKE GIBANJA BREZ RAZLIKOVALNEGA UČINKA ⁽⁶⁾


Kadar je znamka gibanja sestavljena iz **gibanja, ki ga proizvajajo blago in/ali storitve ali ki je povezano z blagom in/ali storitvami ali drugimi njihovimi zadevnimi značilnostmi**, ga bo potrošnik zaznal zgolj kot funkcionalni element blaga in/ali storitev ali za blago in/ali storitve, zato se bo za znamko gibanja štelo, da nima razlikovalnega učinka.

Znamka gibanja	Blago in storitve
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 7: verižne žage

Kadar znamko gibanja sestavlja **nerazlikovalni/opisni/splošni besedni in/ali figurativni element**, ki se giba ali spreminja svoj položaj, barvo in/ali elemente, se bo zanjo štelo, da nima razlikovalnega učinka, razen če gibanje samo po sebi zadostuje za odvratanje pozornosti od sporočila nerazlikovalnega/opisnega besednega ali figurativnega elementa.


Znamka gibanja	Blago in storitve
ORGANIC Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 3: pralni prašek

Izjema: ni mogoče izključiti, da bi lahko posebno gibanje, ki je samo po sebi nenavadno in izstopajoče ali ustvarja nenavaden in izstopajoč vizualni učinek, zadostovalo za zagotovitev razlikovalnega učinka celotnega vtisa znamke gibanja ⁽⁷⁾.

Znamka gibanja	Blago in storitve
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 3: pralni prašek

⁽⁶⁾ Upoštevat bi bilo treba skupna načela iz CP 3, pri čemer je treba opozoriti, da se ta načela ne bodo uporabljala za gibanje ali spremembo položaja, barve in/ali elementov.

⁽⁷⁾ V takih primerih prijavitelj ne bo pridobil izključnih pravic za nerazlikovalne/opisne besedne elemente; obseg varstva bo omejen na celoten vtis znamke gibanja.



<p>Potrošnik znamk gibanja, ki ne naredijo trajnega vtisa nanj, ne bi zaznal kot označbo trговskega izvora, zato bi se zanje štelo, da nimajo razlikovalnega učinka.</p>	Znamka gibanja	Blago in storitve
	 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 39: potovalne storitve

MULTIMEDIJSKE ZNAMKE

ZAZNAVANJE POTROŠNIKOV

Ker se v strategijah znamčenja vse pogosteje uporabljajo znaki, ki vsebujejo kombinacijo slike in zvoka, bodo tudi potrošniki multimedijske znamke verjetneje zaznavali kot označbe trговskega izvora.

MULTIMEDIJSKE ZNAMKE S SVOJSTVENIM RAZLIKOVALNIM UČINKOM

<p>Kadar se vsaj za en element multimedijske znamke, bodisi za zvok bodisi za sliko, šteje, da je sam po sebi razlikovalen, se bo za znamko kot celoto na splošno štelo, da ima razlikovalni učinek.</p>	Multimedijska znamka	Blago in storitve
	 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 31: živalska krmila
<p>Kadar potrošnik lahko prepozna multimedijsko znamko, ki vsebuje element, ki ga ni mogoče razumeti ali opredeliti, saj ne izraža pomena, se bo za znamko štelo, da ima razlikovalni učinek.</p>	Multimedijska znamka	Blago in storitve
	 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 12: avtomobili

MULTIMEDIJSKE ZNAMKE BREZ RAZLIKOVALNEGA UČINKA ⁽⁸⁾

<p>Za multimedijsko znamko, ki vsebuje kombinacijo nerazlikovalne/opisne/splošne slike oziroma slik ter nerazlikovalnega zvoka oziroma zvokov in gibanja oziroma gibanj, se bo na splošno štelo, da nima razlikovalnega učinka.</p>	Multimedijska znamka	Blago in storitve
	 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 31: sveže banane
<p>Potrošnik multimedijskih znamk, ki ne naredijo trajnega vtisa nanj, ne bi zaznal kot označbo trговskega izvora, zato bi se zanje štelo, da nimajo razlikovalnega učinka.</p>	Multimedijska znamka	Blago in storitve
	 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 9: računalniška strojna oprema
<p>Izjema: pri uporabi za nekatero blago in storitve bi lahko multimedijska znamka zaradi kombinacije nerazlikovalne/opisne/splošne slike oziroma slik in zvoka oziroma zvokov opravljala svojo bistveno funkcijo, kar bi ji kot celoti zagotavljalo razlikovalni učinek ⁽⁹⁾.</p>	Multimedijska znamka	Blago in storitve
	 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 31: živalska krmila

⁽⁸⁾ Pri presoji razlikovalnega učinka multimedijskih znamk bi bilo treba upoštevati splošna načela iz CP 3.

⁽⁹⁾ V takih primerih prijavitelj ne bo pridobil izključnih pravic za nerazlikovalne/opisne besedne elemente; obseg varstva znamke bo omejen na celoten vtis multimedijske znamke.


HOLOGRAFSKE ZNAMKE

ZAZNAVANJE POTROŠNIKOV

Holografske znamke, sestavljene izključno iz besednih in figurativnih elementov, se na splošno ne bodo zaznavale kot označbe trговskega izvora, če je mogoče vzpostaviti povezavo med znamko ter blagom in storitvami. Poleg tega bo presoja odvisna od holografskega učinka in od tega, ali je besedni ali figurativni element glede na svojo velikost in položaj v znaku jasno prepoznaven.

HOLOGRAFSKE ZNAMKE S SVOJSTVENIM RAZLIKOVALNIM UČINKOM

Kadar je holografska znamka sestavljena iz **besednega in/ali figurativnega elementa, ki je sam po sebi razlikovalen**, se bo zanjo štelo, da ima kot celota razlikovalni učinek, tudi če holografske značilnosti, dodane tem elementom, niso razlikovalne.

Holografska znamka	Blago in storitve
 <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 12: avtomobili

Če bo lahko potrošnik holografsko znamko, ki prikazuje **element, ki ga ni mogoče razumeti ali opredeliti**, saj ne izraža pomena ali ustvarja povezave z blagom in/ali storitvami, prepoznal kot označbo trговskega izvora, se bo zanjo štelo, da ima razlikovalni učinek.

HOLOGRAFSKE ZNAMKE BREZ RAZLIKOVALNEGA UČINKA ⁽¹⁰⁾


Kadar holografsko znamko sestavlja **nerazlikovalni/opisni/splošni besedni in/ali figurativni element**, se bo zanjo štelo, da nima razlikovalnega učinka.

Holografski učinek, dodan nerazlikovalnemu besednemu in/ali figurativnemu elementu, na splošno ne bo nujno zadostoval za zagotovitev razlikovalnega učinka znamki, saj ga bo potrošnik zaznal zgolj kot nezanimiv ali okrasni element, ne glede na to, ali se nanaša na blago in/ali storitve, za katere je vložena prijava.

NOVE VRSTE ZNAMK, KI SE LAHKO UPORABLJAJO ZA OPIS BLAGA ALI STORITEV ALI NJIHOVIH ZNAČILNOSTI – ČLEN 4(1)(C) DIREKTIVE O BLAGOVNI ZNAMKI

OPISNE

Če je mogoče povezavo med elementi v zvočni znamki, znamki gibanja, multimedijski ali holografski znamki ter blagom in/ali storitvami ali njihovimi značilnostmi zlahka vzpostaviti, se bo za znamko na splošno štelo, da je opisna.

Zvočna znamka	Blago in storitve
 <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 31: živalska krmila

NEOPISNE



Če ni mogoče vzpostaviti nobene povezave med elementi v zvočni znamki, znamki gibanja, multimedijski ali holografski znamki ter blagom in/ali storitvami, za katere je vložena prijava, **ali če znamka prikazuje neobičajno podobo, ki se bistveno razlikuje od realistične podobe** prikaza tega blaga in/ali storitev, se za znamko na splošno ne bo štelo, da je opisna.

Znamka gibanja	Blago in storitve
 <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 29: sardine

⁽¹⁰⁾ Pri presoji razlikovalnega učinka figurativnih in/ali besednih elementov holografske znamke bi bilo treba upoštevati splošna načela CP 3.

ZNAKI, SESTAVLJENI IZKLJUČNO IZ ZVOKA, GIBANJA IN KOMBINACIJE SLIKE IN ZVOKA, KI IZHAJAJO IZ NARAVE BLAGA, SO LAHKO NUJNI ZA DOSEGO TEHNIČNEGA UČINKA ALI LAHKO DAJEJO BLAGU BISTVENO VREDNOST – ČLEN 4(1)(e) DIREKTIVE O BLAGOVNI ZNAMKI

Pri presoji člena 4(1)(e)(i), (ii) in (iii) zaznavanje javnosti ni odločilni element, ki ga je treba upoštevati, je pa lahko uporabno merilo presoje, predvsem pri opredelitvi bistvenih značilnosti zadevnega znaka v skladu s členom 4(1)(e)(ii) in (iii).

Zvočna znamka	Blago in storitve	Znamka gibanja	Blago in storitve
 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 7: verižne žage	 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 28: tridimenzionalne sestavljanke

DEL C – Preizkušanje relativnih razlogov za zavrnitev in/ali ničnost ⁽¹¹⁾

ENAKOST

Za znak se bo štelo, da je enak znamki samo, če brez spremembe ali dodatka reproducira vse elemente, ki sestavljajo znamko, ali če kot celota vsebuje razlike, ki so tako neznatne, da jih povprečni potrošnik morda ne bo niti opazil.

PRIMERJAVA ZVOČNIH ZNAMK: VIZUALNA, ZVOČNA IN POJMOVNA PRIMERJAVA

Zvočne znamke vsebujejo različne elemente, ki jih je mogoče razvrstiti kot: (1) zvoke, sestavljene iz zapetih ali izgovorjenih besednih elementov; (2) zvoke, sestavljene iz glasbenih elementov (kot so melodija, harmonija, ritem); (3) zvoke iz resničnega življenja (kot so zvok pasjega laježa, grmenja, ledenih kock itd.) in (4) druge zvoke, ki niso zajeti v nobeni od predhodnih kategorij.



VIZUALNA PRIMERJAVA

Vizualna primerjava zvočne znamke ni mogoča, tudi če je zvočna znamka prikazana „vizualno“ z notnim zapisom ali če notni zapis vsebuje besedne elemente.































ZVOČNA PRIMERJAVA

Za zvočne znamke je zvočna primerjava odločilna. Zvočne znamke je vedno mogoče zvočno primerjati z drugimi zvočnimi in multimedijskimi znamkami. Z drugimi vrstami znamk jih je mogoče zvočno primerjati, če so te znamke sestavljene iz besednega elementa ali ga vsebujejo.

Besedni elementi: ujemanje ali podobnost razlikovalnih besednih elementov, če jih kot take prepozna znatni del upoštevne javnosti, bo načeloma privedlo do ugotovitve zvočne podobnosti. Pri tem je treba poudariti, da medtem ko izgovarjavo besedne znamke določajo pravila izgovarjave upoštevne javnosti, to za zvočno znamko ne velja, saj je pri njej zvočno zaznavanje določeno s tem, kako se znamka sliši.

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko

⁽¹¹⁾ Primere iz dela C skupne prakse bi bilo treba presojati v skladu s predpostavkami, ki so vključene kot „Uvodne opombe“, razen če ni navedeno drugače.

<p>Stopnja podobnosti ujemajočega se besednega elementa v zvočni znamki in drugi vrsti znamke (npr. besedni ali figurativni znamki) bo zato odvisna od tega, kako točno se v zvočni znamki sliši skupni element.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="810 331 1114 365">Prejšnja figurativna znamka</th> <th data-bbox="1121 331 1417 365">Izpodbijana zvočna znamka</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="810 376 1114 477">  </td> <td data-bbox="1121 376 1417 477">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Prejšnja figurativna znamka	Izpodbijana zvočna znamka		 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja figurativna znamka	Izpodbijana zvočna znamka				
	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
<p>Glasbeni elementi: prisotnost razlikovalne melodije v zvočni znamki ima precejšen vpliv na to, kako znamko zaznava upoštevna javnost, in zato tudi precej vpliva na zvočno primerjavo take znamke. Splošno pravilo je, da drugačen instrument, tempo ali ritem ne bo preprečil ugotovitve, da sta dve znamki podobni, če je sama melodija enaka ali jo je mogoče prepoznati kot isto melodijo.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="810 555 1114 589">Prejšnja zvočna znamka</th> <th data-bbox="1121 555 1417 589">Izpodbijana zvočna znamka</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="810 600 1114 701">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1121 600 1417 701">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
<p>Ujemanje ali podobnost v razlikovalni melodiji ima običajno precejšen vpliv na rezultat zvočne primerjave znamk, tudi če ena od znamk vsebuje tudi besedni element ali če obe vsebujeta različni besedni element.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="810 869 1114 902">Prejšnja zvočna znamka</th> <th data-bbox="1121 869 1417 902">Izpodbijana zvočna znamka</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="810 913 1114 1014">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1121 913 1417 1014">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
<p>Iz resničnega življenja: v zvočnih ali multimedijskih znamkah ujemanje ali podobnost razlikovalnih zvokov iz resničnega življenja na splošno vodi do ugotovitve zvočne podobnosti.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="810 1081 1114 1115">Prejšnja zvočna znamka</th> <th data-bbox="1121 1081 1417 1115">Izpodbijana zvočna znamka</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="810 1126 1114 1238">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1121 1126 1417 1238">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
<p>Drugi vidiki: samo ujemanje dveh znamk v drugih vidikih, kot so intonacija, glas itd., ima običajno manjši vpliv na zvočno primerjavo znamk.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="810 1283 1114 1317">Prejšnja zvočna znamka</th> <th data-bbox="1121 1283 1417 1317">Izpodbijana zvočna znamka</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="810 1328 1114 1395">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1121 1328 1417 1395">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				

POJMOVNA PRIMERJAVA

Pojmovna primerjava med dvema zvočnima znamkama ter med zvočnimi znamkami in drugimi vrstami znamk se lahko opravi v primerih, ko je mogoče opredeliti pojmovno vsebino (bodisi v besednem elementu bodisi v zvoku iz resničnega življenja). Malo verjetno je, da imajo zvočne znamke, ki vsebujejo zgolj melodije, pojmovno vsebino.


PRIMERJAVA ZNAMK GIBANJA: VIZUALNA, ZVOČNA IN POJMOVNA PRIMERJAVA

Znamka gibanja vsebuje kombinacije različnih elementov, ki jih je mogoče razvrstiti kot: (1) besedne elemente; (2) figurativne elemente in (3) gibanje ali preoblikovanje besednih in/ali figurativnih elementov.

VIZUALNA PRIMERJAVA



Pri vizualni primerjavi dveh znamk gibanja ali znamke gibanja z drugo vrsto znamke je treba upoštevati ujemanje ali podobnost elementov v znamkah (besednih in/ali figurativnih elementov ter njihovega gibanja ali preoblikovanja).

<p>Besedni elementi: znamke gibanja, ki vsebujejo razlikovalni besedni element oziroma elemente, bodo verjetno vizualno podobne drugi znamki gibanja, ki vsebuje enak ali podoben razlikovalni besedni element oziroma elemente.</p> <p>Razlikovalni besedni element oziroma elementi, ki jih vsebuje znamka gibanja, lahko močnejše vplivajo na potrošnika kot drugi vizualni elementi (tj. figurativni elementi, gibanje ali druga sprememba sama po sebi), čeprav je treba pri primerjavi upoštevati znake v celoti.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="810 331 1118 376">Prejšnja znamka gibanja</th> <th data-bbox="1126 331 1434 376">Izpodbijana znamka gibanja</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="810 387 1118 495">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1126 387 1434 495">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
<p>Figurativni elementi: ujemanje ali podobnost razlikovalnega figurativnega elementa lahko vodi do ugotovitve določene stopnje vizualne podobnosti. Ta podobnost se bo verjetno ugotovila zlasti, kadar lahko potrošnik figurativni element zaradi njegove velikosti, položaja v znamki in/ali barve zazna v zadostni meri, predvsem zato, ker se ta giba/preoblikuje.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="810 745 1118 790">Prejšnja znamka gibanja</th> <th data-bbox="1126 745 1434 790">Izpodbijana znamka gibanja</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="810 801 1118 909">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1126 801 1434 909">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
<p>Gibanje elementov: zgolj ujemanje v nezanimivem premikanju/gibanju samo po sebi ne bo privedlo do vizualne podobnosti.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="810 1014 1118 1059">Prejšnja znamka gibanja</th> <th data-bbox="1126 1014 1434 1059">Izpodbijana znamka gibanja</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="810 1070 1118 1155">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1126 1070 1434 1155">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
<p>Vendar ni mogoče izključiti, da bi lahko določeno gibanje, ki je izstopajoče in razlikovalno, zadostovalo za delno vizualno podobnost znamk gibanja, kljub temu da se drugi elementi, na primer besedni, razlikujejo.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="810 1193 1118 1238">Prejšnja znamka gibanja</th> <th data-bbox="1126 1193 1434 1238">Izpodbijana znamka gibanja</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="810 1249 1118 1335">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1126 1249 1434 1335">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
<p>Preoblikovanje elementov: zgolj ujemanje v spremembi položaja ali barve samo po sebi običajno manj vpliva na primerjavo znamk in načeloma ne bo privedlo do ugotovitve vizualne podobnosti.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="810 1406 1118 1451">Prejšnja znamka gibanja</th> <th data-bbox="1126 1406 1434 1451">Izpodbijana znamka gibanja</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="810 1462 1118 1547">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1126 1462 1434 1547">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
<p>ZVOČNA PRIMERJAVA</p>					
<p>Znamk gibanja, ki ne vsebujejo nobenega besednega elementa, ni mogoče zvočno primerjati. Enako ni mogoče znamk gibanja zvočno primerjati z drugimi vrstami znamk, ki ne vsebujejo besednih elementov, bodisi v sliki bodisi izgovorjenih.</p>					
<p>Prisotnost razlikovalnega besednega elementa v znamki gibanja običajno precej vpliva na to, kako upoštevna javnost zvočno zaznava znamko gibanja.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="810 1765 1118 1809">Prejšnja znamka gibanja</th> <th data-bbox="1126 1765 1434 1809">Izpodbijana znamka gibanja</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="810 1821 1118 1928">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1126 1821 1434 1928">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				

<p>Ujemanje ali podobnost v razlikovalnem besednem elementu običajno vpliva na rezultat zvočne primerjave znamk gibanja z drugimi znamkami gibanja ali drugimi vrstami znamk, saj je verjetneje, da bo to vodilo do ugotovitve delne zvočne podobnosti.</p>	<p>Prejšnja zvočna znamka</p>  <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p>Izpodbijana znamka gibanja</p> <p>BERIVAN</p> <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>

POJMOVNA PRIMERJAVA

Pojmovna primerjava med dvema znamkama gibanja ter med znamkami gibanja in drugimi vrstami znamk se lahko opravi v primerih, ko je mogoče opredeliti pojmovno vsebino.





<p>Malo verjetno je, da ima gibanje ali preoblikovanje elementov znamke gibanja samo po sebi pojmovno vsebino. Vendar bi gibanje lahko okrepilo, dodalo ali v nekaterih primerih spremenilo pojmovno vsebino elementa, ki je predmet gibanja.</p> <p>Na primer, v tem primeru kombinacija elementa z gibanjem okrepi prvotni pojem „košarkaša, ki vrže žogo“, zato sta znamki pojmovno enaki.</p>	<p>Prejšnja figurativna znamka</p> 	<p>Izpodbijana znamka gibanja</p>  <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>

PRIMERJAVA MULTIMEDIJSKIH ZNAMK: VIZUALNA, ZVOČNA IN POJMOVNA PRIMERJAVA

Multimedijske znamke vsebujejo dve kategoriji elementov: (1) vizualne elemente (grafično prikazane besedne elemente, figurativne elemente ter gibanje ali preoblikovanje besednih in/ali figurativnih elementov) in (2) zvočne elemente (zapete ali izgovorjene besedne elemente, glasbene elemente, zvoke iz resničnega življenja in druge zvoke).

VIZUALNA PRIMERJAVA

Multimedijske znamke je vedno mogoče vizualno primerjati z drugimi multimedijskimi znamkami in drugimi vrstami znamk, razen z zvočnimi znamkami. Na splošno se uporabljajo načela za vizualno primerjavo znamk gibanja.

<p>Grafično prikazani besedni elementi: če imata dve multimedijski znamki ali multimedijska znamka in druga vrsta znamke enake ali podobne razlikovalne grafično prikazane besedne elemente, je načeloma med njima določena stopnja vizualne podobnosti.</p>	<p>Prejšnja multimedijska znamka</p>  <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p>Izpodbijana multimedijska znamka</p>  <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>
<p>Figurativni elementi: če imata dve multimedijski znamki ali multimedijska znamka in druga vrsta znamke enake ali podobne razlikovalne figurativne elemente, je načeloma med njima določena stopnja vizualne podobnosti.</p>	<p>Prejšnja figurativna znamka</p> 	<p>Izpodbijana multimedijska znamka</p>  <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>

ZVOČNA PRIMERJAVA

Multimedijske znamke je vedno mogoče zvočno primerjati z drugimi multimedijskimi znamkami in zvočnimi znamkami. Zvočna primerjava se lahko opravi tudi z drugimi vrstami znamk, ki so sestavljene iz besednega elementa ali ga vsebujejo.

<p>Grafično prikazani besedni elementi: če multimedijska znamka vsebuje razlikovalni grafično prikazan besedni element (mirujoč ali gibljiv), ki se ujema z besednim elementom druge znamke (zapetim, izgovorjenim ali po potrebi grafično prikazanim) ali mu je podoben, je med njima določena stopnja zvočne podobnosti.</p>	<table border="1"> <tr> <th data-bbox="810 331 1125 405">Prejšnja multimedijska znamka</th> <th data-bbox="1129 331 1415 405">Izpodbijana multimedijska znamka</th> </tr> <tr> <td data-bbox="810 412 1125 562">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1129 412 1415 562">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </table>	Prejšnja multimedijska znamka	Izpodbijana multimedijska znamka	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja multimedijska znamka	Izpodbijana multimedijska znamka				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
<p>Zapeti ali izgovorjeni besedni elementi: če se zapeti ali izgovorjeni besedni element multimedijske znamke ujema z drugim besednim elementom, zaznanim v drugi znamki (zapetim, izgovorjenim ali po potrebi grafično prikazanim), ali mu je podoben, je načeloma med njima prav tako določena stopnja zvočne podobnosti.</p>	<table border="1"> <tr> <th data-bbox="810 591 1125 665">Prejšnja znamka gibanja</th> <th data-bbox="1129 591 1415 665">Izpodbijana multimedijska znamka</th> </tr> <tr> <td data-bbox="810 667 1125 801">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1129 667 1415 801">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </table>	Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana multimedijska znamka	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana multimedijska znamka				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
<p>Kombinacija grafično prikazanih in zapetih ali izgovorjenih besednih elementov: če je grafično prikazanemu besednemu elementu dodan zapet ali izgovorjen besedni element, bi ta lahko vplival na izgovorjavo grafično prikazanega besednega elementa ⁽¹²⁾.</p>	<table border="1"> <tr> <th data-bbox="810 828 1125 902">Prejšnja besedna znamka</th> <th data-bbox="1129 828 1415 902">Izpodbijana multimedijska znamka</th> </tr> <tr> <td data-bbox="810 904 1125 1039">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1129 904 1415 1039">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </table>	Prejšnja besedna znamka	Izpodbijana multimedijska znamka	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja besedna znamka	Izpodbijana multimedijska znamka				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				
<p>Glasbeni elementi in zvoki iz resničnega življenja: možnost ujemanja v melodiji ali zvokih iz resničnega življenja obstaja samo pri multimedijskih in zvočnih znamkah, ker lahko te zvoke vsebujeta samo ti dve vrsti znamk.</p>	<table border="1"> <tr> <th data-bbox="810 1066 1125 1140">Prejšnja zvočna znamka</th> <th data-bbox="1129 1066 1415 1140">Izpodbijana multimedijska znamka</th> </tr> <tr> <td data-bbox="810 1142 1125 1292">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> <td data-bbox="1129 1142 1415 1292">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </table>	Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana multimedijska znamka	 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko
Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana multimedijska znamka				
 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Za reproduciranje kliknite na sliko				

POJMOVNA PRIMERJAVA

Multimedijske znamke je mogoče primerjati pojmovno, če imajo pojmovno vsebino.

PRIMERJAVA HOLOGRAFSKIH ZNAMK: VIZUALNA, ZVOČNA IN POJMOVNA PRIMERJAVA

V holografskih znamkah se lahko opredelijo tri kategorije elementov: (1) besedni elementi, (2) figurativni elementi in (3) holografski učinek.







VIZUALNA PRIMERJAVA

V holografski znamki se gibanje ali preoblikovanje v prikazu znamke uporablja samo za prikaz holografskega učinka, ki je edini upošteven pri vizualni primerjavi.

Holografski učinek: enak ali podoben holografski učinek sam po sebi načeloma ne bo privedel do ugotovitve vizualne podobnosti, razen če je podobnost mogoče ugotoviti v besednih ali figurativnih elementih znakov, ki se primerjata. Dva znaka sta lahko vizualno podobna zaradi ujemajočih

Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana holografska znamka
	

⁽¹²⁾ Vendar ni mogoče izključiti, da se bo grafično prikazan besedni element v multimedijski znamki še vedno izgovarjal v skladu s pravili izgovorjave ustrezne upoštevene javnosti, kar je odvisno od posameznega primera.

se ali podobnih razlikovalnih besednih ali figurativnih elementov, tudi če imata različen holografski učinek.	Za reproduciranje kliknite na sliko	Za reproduciranje kliknite na sliko				
ZVOČNA PRIMERJAVA						
<i>Holografskih znamk, ki ne vsebujejo besednih elementov, ni mogoče zvočno primerjati.</i>						
Če pa holografske znamke vsebujejo besedne elemente, jih je mogoče zvočno primerjati z isto vrsto ali drugimi vrstami znamk, ki so lahko predmet fonetične presoje.	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="794 548 1121 627">Prejšnja figurativna znamka</th> <th data-bbox="1121 548 1441 627">Izpodbijana holografska znamka</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="794 627 1121 795" style="text-align: center;">  </td> <td data-bbox="1121 627 1441 795" style="text-align: center;">  Za reproduciranje kliknite na sliko </td> </tr> </tbody> </table>	Prejšnja figurativna znamka	Izpodbijana holografska znamka		 Za reproduciranje kliknite na sliko	
Prejšnja figurativna znamka	Izpodbijana holografska znamka					
	 Za reproduciranje kliknite na sliko					
POJMOVNA PRIMERJAVA						
<i>Pojmovna primerjava med dvema holografskima znamkama ter med holografsko znamko in drugo vrsto znamk se lahko opravi v primerih, ko je mogoče opredeliti pojmovno vsebino.</i>						

3 IZVAJANJE

Ta skupna praksa se bo tako kot v predhodnih primerih začela izvajati v treh mesecih od datuma objave tega skupnega sporočila. Dodatne podrobnosti v zvezi z njenim izvajanjem so na voljo v spodnji preglednici. Uradi, ki bodo izvajali skupno prakso, lahko na svojih spletiščih objavijo dodatne informacije.

3.1 URADI, KI BODO IZVAJALI SKUPNO PRAKSO

Seznam uradov, ki bodo izvajali skupno prakso, datum začetka izvajanja in praksa, ki se izvaja: [povezava do preglednice](#)

(*) Pri morebitnem razhajanju prevoda skupnega sporočila in dokumentov o skupni praksi v katerem koli uradnem jeziku Evropske unije ter angleške različice, prevlada angleška različica.

SL



SKUPNA PRAKSA

**NOVE VRSTE ZNAMK:
PREIZKUŠANJE FORMALNIH
ZAHTEV IN RAZLOGOV ZA
ZAVRNITEV**

APRIL 2021

CP 11 – NOVE VRSTE ZNAMK: PREIZKUŠANJE FORMALNIH ZAHTEV IN RAZLOGOV ZA ZAVRNITEV IN/ALI NIČNOST

1	UVOD	1
1.1	Cilj tega dokumenta	1
1.2	Ozadje	1
1.3	Področje uporabe prakse	2
2	SKUPNA PRAKSA	3
A.	PREIZKUŠANJE FORMALNIH ZAHTEV: SKUPNA NAČELA	3
1	Znak in njegovi elementi, kot so opredeljeni v Skupnem sporočilu o prikazu novih vrst znamk	4
1.1	Zvočne znamke	4
1.2	Znamke gibanja	5
1.3	Multimedijske znamke	6
1.4	Holografske znamke	6
2	Splošni vidiki	7
2.1	Opis	7
2.2	Navedba besednih elementov v znamki	7
2.3	Prevlada prikaza nad vrsto in opisom	7
2.3.1	Neujemanja med prikazom in opisom	7
2.3.2	Neujemanja med prikazom in vrsto	8
2.3.3	Neujemanja med opisom in vrsto	8
2.4	Veljavni načini prikaza za več kot eno vrsto znamke	9
3	Preizkušanje zahtev za priznanje prednostne pravice	10
3.1	Enak predmet	10
3.2	Različen predmet	11
3.3	Ista vrsta znamk, prikazanih različno	14
3.3.1	Zvočne znamke	14
3.3.2	Znamke gibanja	16
3.3.3	Holografske znamke	18
B.	PREIZKUŠANJE ABSOLUTNIH RAZLOGOV ZA ZAVRNITEV IN/ALI NIČNOST: SKUPNA NAČELA	19
1	Splošne opombe	19
2	Presoja jasnosti in natančnosti novih vrst znamk – člen 4(1)(a) direktive o blagovni znamki	19
3	Zahtevana stopnja razlikovalnega učinka novih vrst znamk – člen 4(1)(b) direktive o blagovni znamki	21
3.1	Splošni vidiki	21
3.2	Zvočne znamke	22

3.2.1	Zaznavanje potrošnikov – zvočne znamke.....	22
3.2.2	Svojstven razlikovalni učinek zvočnih znamk	23
3.2.3	Zvočne znamke brez razlikovalnega učinka.....	24
3.3	Znamke gibanja	26
3.3.1	Zaznavanje potrošnikov – znamke gibanja	27
3.3.2	Znamke gibanja s svojstvenim razlikovalnim učinkom	27
3.3.3	Znamke gibanja brez razlikovalnega učinka.....	28
3.4	Multimedijske znamke	30
3.4.1	Zaznavanje potrošnikov – multimedijske znamke	31
3.4.2	Multimedijske znamke s svojstvenim razlikovalnim učinkom	31
3.4.3	Multimedijske znamke brez razlikovalnega učinka.....	32
3.5	Holografske znamke	34
3.5.1	Zaznavanje potrošnikov – holografske znamke	34
3.5.2	Holografske znamke s svojstvenim razlikovalnim učinkom	34
3.5.3	Holografske znamke brez razlikovalnega učinka	35
4	Nove vrste znamk, ki se lahko uporabljajo za opis blaga ali storitev ali njihovih značilnosti – člen 4(1)(c) direktive o blagovni znamki.....	35
4.1	Splošni vidiki	35
4.2	Zvočne znamke	36
4.3	Znamke gibanja	37
4.4	Multimedijske znamke	38
4.5	Holografske znamke	39
5	Znaki, sestavljeni izključno iz zvoka, gibanja in kombinacije slike in zvoka, ki izhajajo iz narave blaga, so lahko nujni za doseg tehničnega učinka ali lahko dajejo blagu bistveno vrednost – člen 4(1)(e) direktive o blagovni znamki.....	40
C.	PREIZKUŠANJE RELATIVNIH RAZLOGOV ZA ZAVRNITEV IN/ALI NIČNOST: SKUPNA NAČELA.....	42
1	Splošni vidiki	42
2	Enakost.....	43
3	Primerjava zvočnih znamk	43
3.1	Kategorije elementov	43
3.2	Vizualna primerjava	44
3.3	Zvočna primerjava	44
3.4	Pojmovna primerjava	49
4	Primerjava znamk gibanja	50
4.1	Kategorije elementov	50
4.2	Vizualna primerjava	51
4.3	Zvočna primerjava	54
4.4	Pojmovna primerjava	55

5	Primerjava multimedijskih znamk.....	57
5.1	Kategorije elementov	57
5.2	Vizualna primerjava	57
5.3	Zvočna primerjava	58
5.4	Pojmovna primerjava	61
6	Primerjava holografskih znamk	62
6.1	Kategorije elementov	62
6.2	Vizualna primerjava	62
6.3	Zvočna primerjava	63
6.4	Pojmovna primerjava	64

1 UVOD

1.1 Cilj tega dokumenta

Cilj tega dokumenta o skupni praksi je opredeliti splošna načela o preizkušanju formalnih zahtev in razlogov za zavrnitev in ničnost novih vrst znamk, in sicer zvočnih znamk, znamk gibanja, multimedijskih in holografskih znamk, ter nove načine njihovega prikaza. Dokument bodo kot referenco uporabljali urad za intelektualno lastnino EUIPO, urad Beneluksa in uradi za intelektualno lastnino držav članic, združenja uporabnikov, prijavitelji in zastopniki na podlagi skupne prakse CP 11.

Dokument, ki bo splošno in zlahka dostopen, vsebuje jasno in celovito pojasnilo načel, na katerih temelji nova skupna praksa. Ta načela so namenjena splošni uporabi, njihov cilj pa je zajeti veliko večino primerov. **Čeprav bo presoja preizkusa formalnih zahtev in razlogov za zavrnitev novih vrst znamk vedno izvedena za vsak primer posebej**, se ta načela uporabljajo kot smernice za zagotovitev, da različni uradi za intelektualno lastnino držav članic sprejmejo podoben in predvidljiv sklep.

Poleg tega so primeri v tem dokumentu namenjeni ponazoritvi načel skupne prakse. Te primere bi bilo treba uporabljati v povezavi z zadevnim razlogom za zavrnitev/načelom ter na podlagi predpostavk, na katerih temeljijo.

1.2 Ozadje

Evropski parlament in Svet sta decembra 2015 sprejela sveženj za reformo znamke EU. Sveženj je vključeval dva zakonodajna instrumenta, in sicer Uredbo (EU) 2017/1001 (uredba o blagovni znamki EU) in Direktivo (EU) 2015/2436 (direktiva o blagovni znamki), katerih namen je nadaljnje približevanje zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami. Besedili vključujeta nove določbe o vsebinskih in postopkovnih vprašanjih, vzpostavili pa sta tudi močnejšo pravno podlago za sodelovanje. V skladu s členom 151 uredbe o blagovni znamki EU je postalo sodelovanje z uradi za intelektualno lastnino držav članic za spodbujanje približevanja praks in orodij na področju znamk in modelov glavna naloga urada EUIPO; člen 152 navedene uredbe izrecno določa, da mora to sodelovanje vključevati razvoj skupnih standardov na področju preizkusa znamk in vzpostavitev skupnih praks.

Upravni odbor urada EUIPO je junija 2016 na podlagi tega zakonodajnega okvira potrdil začetek izvajanja projektov evropskega sodelovanja. Cilj projektov, ki upoštevajo različne dejavnosti iz uredbe o blagovni znamki EU, je graditi na preteklih uspehih, hkrati pa izboljševati postopke in širiti področje sodelovanja.

Na področju približevanja je vključil projekt, posebej namenjen opredelitvi in analizi morebitnih novih usklajevalnih pobud. V okviru projekta so se analizirale prakse uradov za intelektualno lastnino držav članic na področju znamk in modelov, da bi odkrili področja, na katerih obstajajo razhajanja, ter z oceno pričakovanega učinka, oceno zvedljivosti na predvidenem področju uporabe, obstoječih pravnih omejitev, ravni interesa med uporabniki in uporabnosti za urade za intelektualno lastnino določili področja, na katerih bi bila skupna praksa najkoristnejša za deležnike mreže. Analiza se je izvajala v ciklih, rezultat vsakega cikla pa je bilo priporočilo za začetek novega projekta približevanja.

Skupna praksa, opisana v tem dokumentu, se nanaša na četrti projekt približevanja, ki ga je začel izvajati upravni odbor, in na skupno enajstega. CP 11 je bil en od dveh projektov, priporočen za začetek izvajanja kot rezultat tretjega cikla analize približevanja, ki je bil osredotočen na pravno reformo in učinek novih določb, uvedenih z direktivo o blagovni znamki EU.

CP 11: Nove vrste znamk: preizkušanje formalnih zahtev in razlogov za zavrnitev in/ali ničnost

Projekt sega v okvir pobude za podporo pri prenosu Direktive, ki se je začela izvajati za zagotovitev tehnične in pravne podpore s postopkom prenosa v urade za intelektualno lastnino držav članic ter olajšanje usklajenega izvajanja novih določb.

Kot rezultat projekta za podporo prenosu Direktive in kot skupno izhodišče za preprečitev neusklajenosti ter okrepitev pravne varnosti, predvidljivosti in dostopnosti za uporabnike, so se uradi za intelektualno lastnino držav članic junija 2017 dogovorili o Skupnem sporočilu o prikazu novih vrst znamk ⁽¹⁾. Ta dokument izraža dogovor med uradi za intelektualno lastnino držav članic o (1) vrstah znamk, ki jih uradi nameravajo sprejeti; (2) opredelitvah in načinih prikaza novih vrst znamk ter (3) sprejemljivih formatih elektronskih datotek za zvočne znamke, znamke gibanja, multimedijske in holografske znamke

Poleg tega je bilo dano priporočilo, naj se pripravi projekt o uskladitvi preizkušanja formalnih zahtev in razlogov za zavrnitev ali ničnost, ki vplivajo na zvočno znamko, znamko gibanja, multimedijsko in holografsko znamko. Ta predlog je pozneje odobrila delovna skupina za analizo približevanja, in sicer oktobra 2017, upravni odbor pa ga je junija 2018 dokončno sprejel.

Projektna delovna skupina je bila razdeljena na dva različna delovna postopka:

- a) prvi delovni postopek je bil osredotočen na preizkušanje formalnih zahtev in absolutnih razlogov za zavrnitev ali ničnost;
- b) drugi postopek je bil osredotočen na preizkušanje relativnih razlogov za zavrnitev ali ničnost.

V obe delovni področji so bili vključeni predstavniki uradov za intelektualno lastnino držav članic, urada EUIPO in združenj uporabnikov, ki so tesno sodelovali pri pripravi in dogovoru o sklopu načel na podlagi omejenega obsega ustaljene sodne prakse v zvezi z novimi vrstami znamk in pričakovanimi praksami po prenosu.

1.3 Področje uporabe prakse

Ta skupna praksa zagotavlja sklop načel in ponazoritvenih primerov o preizkušanju formalnih zahtev in razlogov za zavrnitev ali ničnost novih vrst znamk, ob upoštevanju vpliva odprave grafičnega prikaza v novi direktivi o blagovni znamki.

V skladu s splošnim načelom Sodišča Evropske unije bi morala biti merila za preizkušanje razlogov za zavrnitev ali ničnost enaka za vse vrste znamk. Ob spoštovanju tega načela v celoti, na področje uporabe delovnih postopkov iz projekta CP 11 spadajo naslednja vprašanja, specifična za zvočne znamke, znamke gibanja, multimedijske in holografske znamke:

- a) Na področje uporabe delovnega postopka 1 iz skupne prakse CP 11 spadajo naslednja vprašanja, ki se nanašajo na preizkušanje formalnih zahtev in absolutnih razlogov za zavrnitev ali ničnost (dela A in B), zlasti v zvezi z:
 - uporabo meril „Sieckmann“ za nove vrste znamk ⁽²⁾;
 - neskladji med prikazom, vrsto in opisom znamke;
 - preizkušanjem zahtev za priznanje prednostne pravice, kadar vsaj ena od znamk spada v novo vrsto;
 - svojstvenim razlikovalnim učinkom novih vrst znamk;
 - opisnostjo novih vrst znamk;
 - značilnostmi, ki izhajajo iz narave blaga, ki so nujne za doseg tehničnega učinka ali ki dajejo blagu bistveno vrednost.

Naslednja vprašanja, ki niso specifična za nove vrste znamk in/ali nov način njihovega prikaza, ne spadajo na področje uporabe delovnega postopka 1 iz skupne prakse CP 11:

- običajni načini prikaza zvočnih znamk in znamk gibanja;

⁽¹⁾ https://euiipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/quest/document_library/contentPdfs/about_euiipo/who_we_are/common_communication/common_communication_8/common_communication8_sl.pdf.

⁽²⁾ Glej sodbo z dne 12. decembra 2002, Sieckmann, C-273/00, EU:C:2002:748, § 55.

- postopkovne zadeve in notranji upravni postopki v zvezi s tem, kako in s katerimi sredstvi mora prijavitelj pojasniti dvome ali odpraviti pomanjkljivosti;
 - za absolutne razloge iz točk (d), (f), (g), (h), (i), (j), (k) in (l) člena 4 direktive o blagovni znamki je bilo ugotovljeno, da se ne nanašajo posebej na nove vrste znamk, saj se lahko uporabljajo ne glede na vrsto znamke, ki je v postopku preizkušanja;
 - novi načini prikaza zvočnih znamk, znamk gibanja, multimedijskih ali holografskih znamk načeloma ne bi smeli vplivati na presojo znamk, ki so v nasprotju z javnim redom ali sprejetimi moralnimi načeli, zavajajoče, vsebujejo nacionalne zastave in embleme ali so v nasprotju z drugimi zaščitnimi pravicami (ZOP, ZGO, ZTP – tradicionalnim izrazom za vino, žlahtnitijsko pravico);
 - v zvezi s členom 4(1)(d) direktive o blagovni znamki je bilo dogovorjeno, da se to ne vključi na področje uporabe skupne prakse, ker je za sklep, da je znak postal „običajen“, potreben predhodni proces privajanja nanj, kar pomeni, da ko enkrat postane običajen, postane tudi opisen. Ker se lahko pravila, ki se uporabljajo za opisnost, uporabljajo tudi za ta razlog, ni treba te teme posebej obravnavati v zvezi z zvočnimi znamkami, znamkami gibanja, multimedijskimi in holografskimi znamkami;
 - jezikovna vprašanja: v skladu s skupno prakso bodo nacionalni uradi za znamke, ki vsebujejo besedne elemente, ki so v angleščini popolnoma opisni ali nerazlikovalni, šteli in jih razumeli tako, kot da so opisne in brez razlikovalnega učinka v vseh jezikih.
- b) Na področje uporabe delovnega postopka 2 iz skupne prakse CP 11 spadajo naslednja vprašanja, ki se nanašajo na preizkušanje relativnih razlogov za zavrnitev ali ničnost (del C), predvsem merila za primerjavo dveh znakov, kadar so vključene zvočne znamke, znamke gibanja, multimedijske in holografske znamke, zlasti v zvezi z:
- medsebojno primerjavo novih vrst znamk;
 - primerjavo med drugimi vrstami znamk in novimi vrstami znamk.

Naslednja vprašanja, ki niso specifična za nove vrste znamk, ne spadajo na področje uporabe delovnega postopka 2 iz skupne prakse CP 11:

- presoja povečanega razlikovalnega učinka in/ali razlikovalnega učinka, pridobljenega z uporabo in/ali ugledom: za namene te skupne prakse se predpostavlja, da ne obstajajo nobeni dokazi in/ali zahteve in/ali predhodno vedenje, da je katera koli od teh znamk ugledna ali da ima povečan razlikovalni učinek, pridobljen z uporabo;
- določitev ali opredelitev upoštevne javnosti in stopnja pozornosti pri presoji relativnih razlogov;
- metodologija za presojo verjetnosti zmede;
- dogovor o dejavniki, ki se upoštevajo pri presoji verjetnosti zmede. Čeprav lahko na celovito presojo verjetnosti zmede vplivajo številni dejavniki, kot so stopnja pozornosti upoštevne javnosti, soodvisnost, soobstoj, razmere na trgu, družina znamk itd., cilj skupne prakse ni določiti, kateri so ti dejavniki;
- dogovor o soodvisnostih med presoji razlikovalnega učinka in vsemi drugimi dejavniki, ki se upoštevajo pri presoji verjetnosti zmede;
- prav tako ni cilj skupne prakse opredeliti ali uskladiti pojme „razlikovalnih in prevladujočih elementov znamke“, čeprav dokument po potrebi morda vsebuje sklice nanje za pravilno presojo vizualne, zvočne ali pojmovne podobnosti z vidika upoštevne javnosti.

2 SKUPNA PRAKSA

A. PREIZKUŠANJE FORMALNIH ZAHTEV: SKUPNA NAČELA

Ta del skupne prakse zagotavlja sklop načel in nekaj priporočil v zvezi z naslednjimi temami:

- znak in njegovi elementi, kot so opredeljeni v Skupnem sporočilu o prikazu novih vrst znamk;
- splošni vidiki: opis, navedba besednih elementov, neskladja med prikazom, vrsto in opisom znamke ter veljavni načini prikaza za več kot eno vrsto znamke;
- preizkušanje zahtev za priznanje prednostne pravice, kadar vsaj ena od znamk spada v novo vrsto;

1 Znak in njegovi elementi, kot so opredeljeni v Skupnem sporočilu o prikazu novih vrst znamk

Skupno sporočilo o prikazu novih vrst znamk omogoča razvrstitev znamk na podlagi povzetka opredelitev in načinov prikaza za vsako vrsto znamke ⁽³⁾, pri čemer so kot temeljno izhodišče uporabljene opredelitve in načini prikaza, določeni v členu 3 Izvedbene uredbe ⁽⁴⁾. Zadnje štiri vrste so nove vrste znamk in predmet projekta CP 11 (zvočna znamka, znamka gibanja, multimedijška in holografska znamka).

Poleg tega se lahko znamka v skladu s členom 3 Direktive 2015/2436 o blagovni znamki v registru prikaže na način, ki pristojnim organom in javnosti omogoči jasno in natančno določitev predmeta varstva, ki je zagotovljeno njenemu imetniku. V zvezi s tem je bistveno, da je znak registriran v kakršni koli ustrezni obliki, pri kateri se uporabijo splošno dostopne tehnologije, če ga je mogoče prikazati na jasen, natančen, samozadosten, zlahka dostopen, razumljiv, trajen in objektivni način.

Če je znak očitno v skladu z eno od opredelitev in zahtevami za prikaz iz Skupnega sporočila o prikazu novih vrst znamk, bi ga bilo treba razvrstiti kot to določeno vrsto znamke. Znak bo torej razvrščen kot zvočna znamka, znamka gibanja, multimedijška ali holografska znamka, če je njegov prikaz v skladu z opredelitvijo in značilnostmi, ki so pojasnjene v naslednjih oddelkih, in če predloženi format ustreza eni od točno določenih znamk.




Poudariti je treba, da predlagani primeri zgolj ponazarjajo, kakšna je lahko vložitev zvočne znamke, znamke gibanja, multimedijške in holografske znamke. Prikazani so za namene formalnih zahtev, vendar ni nujno, da izpolnjujejo zahteve glede absolutnih razlogov.

1.1 Zvočne znamke

Zvočna znamka je v skladu z opredelitvijo iz Skupnega sporočila o prikazu novih vrst znamk znamka, ki je sestavljena izključno iz zvoka ali kombinacije zvokov in se prikaže s predložitvijo zvočne datoteke, ki reproducira zvok, ali natančnim prikazom zvoka v notnem zapisu.

Glede na navedeno bi bilo treba vsak znak, ki je prikazan v zvočni datoteki in vsebuje en ali več zvokov, ne glede na vrsto zvoka, ki ga vsebuje (npr. besedni elementi, zaznani v zvoku, zvok v naravi, zvok živali, melodija itd.), razvrstiti kot zvočno znamko.

Primeri

Zvočne znamke				
				
ZVOČNA ZNAMKA 1	ZVOČNA ZNAMKA 2	ZVOČNA ZNAMKA 3	ZVOČNA ZNAMKA 4	ZVOČNA ZNAMKA 5
Za reproduciranje kliknite na sliko	Za reproduciranje kliknite na sliko	Za reproduciranje kliknite na sliko	Za reproduciranje kliknite na sliko	Za reproduciranje kliknite na sliko

Sodišče EU je v sodbi z dne 27. novembra 2003, Musical notation-Shield Mark, C-283/01, EU:C:2003:641, v zvezi z natančnim prikazom zvoka v notnem zapisu razsodilo, da:

je lahko notno črtovje, razdeljeno na takte, na katerem so zlasti ključ, note in pavze, katerih oblika označuje relativno vrednost, ter po potrebi predznaki – vse te oznake, ki določajo višino in trajanje zvoka –, zvesta predstavitev zaporedja tonov, ki tvorijo melodijo, za katero se

⁽³⁾ https://euiipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/quest/document_library/contentPdfs/about_euiipo/who_we_are/common_communication/common_communication_8/Annex_1_sl.pdf.

⁽⁴⁾ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32017R1431&from=SL>.

zahteva registracija. Ta način grafične predstavitve zvokov ustreza zahtevam, ki izhajajo iz sodne prakse Sodišča, v skladu s katero mora biti predstavitev jasna, natančna, popolna sama po sebi, sprejemljiva, razumljiva, trajna in objektivna.

V skladu s tem „natančen notni zapis“ pomeni, da mora prikaz vključevati vse navedene elemente, potrebne za jasno in natančno določitev predmeta varstva. Navedene zahteve so izpolnjene, če je znak prikazan z notnim črtovjem, razdeljenim na takte, na katerem so zlasti ključ in vse glasbene note, potrebne za reproduciranje melodije.

Kot neobvezni elementi se navedejo tempo ali hitrost melodije in instrument oziroma instrumenti. Če ti elementi ne bodo navedeni in bosta formata datotek različna, bo zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena (oddelek 3.3.1 tega dokumenta – Preizkušanje zahtev za priznanje prednostne pravice). To bi lahko vplivalo tudi na presojo relativnih razlogov za zavrnitev in ničnost, kadar presoja enakosti predmeta ali primerjava vključuje grafično prikazane zvočne znamke.

1.2 Znamke gibanja

Znamka gibanja je v skladu z opredelitvijo iz Skupnega sporočila o prikazu novih vrst znamk znamka, ki je sestavljena iz gibanja ali spremembe položaja elementov znamke ali ju zajema in se prikaže s predložitvijo video datoteke ali vrsto zaporednih mirujočih slik, ki prikazujejo gibanje ali spremembo položaja.


Ta opredelitev znamk gibanja ne omejuje na znamke, ki prikazujejo gibanje. Znak se lahko razvrsti kot znamka gibanja tudi, če lahko prikaže spremembo položaja elementov (npr. zaporedje mirujočih slik), spremembo barve ali spremembo elementov, ki se razume kot nadomestitev ene slike z drugo.

V skladu s tem bi bilo treba video datoteko, sestavljeno iz slike ali slik brez zvoka, kadar je mogoče opredeliti gibanje, spremembo položaja elementov znamke, spremembo barve ali spremembo elementov, razvrstiti kot znamko gibanja.

Kadar je znamka gibanja prikazana z vrsto zaporednih mirujočih slik, ki prikazujejo gibanje ali spremembo položaja, je morda treba v opisu navesti trajanje, ponovitve in hitrost gibanja.

Kadar torej ni dodan opis s pojasnilom teh elementov in sta formata vložitev različna, se zahteva za priznanje prednostne pravice lahko zavrne. Če je v zahtevi za priznanje prednostne pravice druga vložitev prikazana v zaporedju mirujočih slik, je lahko potreben opis za zagotovitev, da je predmet obeh vložitev enak (npr. trajanje, hitrost, ponovitve) (oddelek 3.3.2 tega dokumenta – Preizkušanje zahtev za priznanje prednostne pravice). To bi lahko vplivalo tudi na presojo relativnih razlogov za zavrnitev in ničnost, kadar presoja enakosti predmeta ali primerjava vključuje grafično prikazane znamke gibanja.

Primeri

Znamke gibanja		
<p>GERIVAN</p> <p>ZNAMKA GIBANJA 1 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	 <p>ZNAMKA GIBANJA 2 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	 <p>ZNAMKA GIBANJA 3 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>
 <p>ZNAMKA GIBANJA 4 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	 <p>ZNAMKA GIBANJA 5 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	 <p>ZNAMKA GIBANJA 6 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>

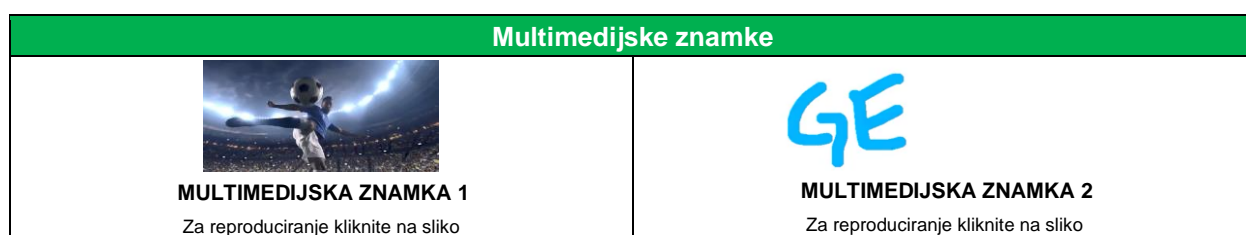
1.3 Multimedijske znamke

V skladu z opredelitvijo iz Skupnega sporočila o prikazu novih vrst znamk je multimedijska znamka znamka, ki je sestavljena iz kombinacije slike in zvoka ali ju zajema. Multimedijske znamke se prikažejo s predložitvijo zvočno-vizualne datoteke,

zato bi bilo treba zvočno-vizualno datoteko, sestavljeno iz kombinacije vizualnih in zvočnih elementov, razvrstiti kot multimedijsko znamko.

Vključitev črnega ali belega zaslona v datoteko v kombinaciji z zvokom ali omejena vključitev zvoka v kombinaciji s sliko ne izključujeta možnosti, da bo znamka razvrščena kot multimedijska znamka.

Primeri



1.4 Holografske znamke

V skladu z opredelitvijo iz Skupnega sporočila o prikazu novih vrst znamk je holografska znamka znamka, ki jo sestavljajo elementi s holografskimi značilnostmi. Hologram je torej slika, ki se spreminja, če jo pogledamo iz različnih zornih kotov. Na primer:

1. Hologram je lahko fizična ploščata struktura, ki izkorišča uklon svetlobe za ustvarjanje vizualnih slik. Pri ustrezni osvetlitvi se zdi, da njegova ravna površina vsebuje tridimenzionalno sliko ali druge vizualne učinke. V tem primeru je tridimenzionalni učinek dejansko dvodimenzionalni vizualni učinek, ki ga človeški možgani zaznavajo kot tridimenzionalen.
2. Hologram je lahko digitalna projekcija ali vizualizacija predmeta, prikazanega s prikazom svetlobnih polj, prek katerih je mogoče tridimenzionalne predmete in njihovo sestavo vizualizirati in videti kot take. Te realistične slike je mogoče videti, ni pa se jih mogoče dotakniti.



Holografske znamke torej prikazujejo dodatne vizualne učinke, ki jih druge vrste znamk niso sposobne. V tem smislu lahko holografske značilnosti vključujejo nekatere od naslednjih značilnosti:

- učinek zamenjave slike, učinek preoblikovanja slike;
- tridimenzionalni učinek obsega, npr. zdi se, da se slika pojavlja;
- tridimenzionalni globinski učinek, npr. zdi se, da ima slika globino;
- vrtljivi in/ali gibljivi tridimenzionalni elementi digitalnih hologramov;
- digitalno vizualizirani učinki, npr. na prikazu s svetlobno diodo.

Holografske znamke se prikažejo s predložitvijo video datoteke (npr. MP4) ali vrsto grafičnih ali fotografskih slik, ki vsebujejo vse poglede iz različnih zornih kotov, s katerimi se zadovoljivo opredeli holografski učinek.

Kadar je holografska znamka prikazana v vrsti zaporednih mirujočih grafičnih ali fotografskih slik, morajo slike prikazati vse poglede iz različnih zornih kotov, ki so potrebni za zadovoljivo opredelitev holografskega učinka v celoti, zlasti višine, širine, globine in/ali učinkov spreminjanja tridimenzionalne slike.

Primeri

Holografske znamke	
 <p>HOLOGRAFSKA ZNAMKA 1 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	 <p>HOLOGRAFSKA ZNAMKA 2 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>

2 Splošni vidiki

2.1 Opis

Prikaz znamke se lahko v ustreznih primerih dopolni z opisom znaka, v katerem se pojasni predmet in obseg varstva prijavitelne znamke⁽⁵⁾. Kadar je prikazu nove vrste znamke (zvočne znamke, znamke gibanja, multimedijske in holografske znamke) priložen opis, mora biti ta v skladu s prikazom znamke ter ne sme biti v nasprotju z njim ali razširjati njegovega obsega.

V Skupnem sporočilu o prikazu novih vrst znamk je navedeno, da se prikazu znamk gibanja, pozicijskih znamk, znamk z vzorcem, barvnih in drugih znamk lahko priloži opis⁽⁶⁾. To pa ne izključuje možnosti, da bodo nekateri uradi morda sprejeli tudi opise, priložene drugim vrstam znamk.

2.2 Navedba besednih elementov v znamki

Besedni elementi se v znamkah gibanja ali holografskih znamkah lahko prikažejo vizualno, vključijo pa se lahko tudi v zvočne znamke. Pri zvočnih znamkah je pomemben zvočni vtis besede. V multimedijskih znamkah so ti elementi lahko zvočni in/ali vizualni.

Vsa obstoječa polja, ki zahtevajo navedbo besednih elementov v znamki, se bodo zato uporabljala samo za namene iskanja in nikoli ne bodo razširila obsega varstva znamke, kot je opredeljen v njenem prikazu.

2.3 Prevlada prikaza nad vrsto in opisom


Kadar je prikaz znamke dopolnjen z navedbo vrste in/ali opisom znamke, morata biti ta v skladu s prikazom znamke.

Torej kadar so prikaz ter vrsta in/ali opis znamke v nasprotju ali se ne ujemajo, vedno prevlada prikaz znamke.

2.3.1 Neujemanja med prikazom in opisom

Kadar se opis in prikaz znamke ne ujemata, ima pomembno vlogo vrsta, ki jo je izbral prijavitelj, in če je vrsta znamke v skladu s prikazom, bi bilo treba opis črtati ali spremeniti in uskladiti s prikazom.

Primer

Izbrana vrsta znamke: znamka gibanja	Obrazložitev
<p>Prikaz znamke:</p> 	<p><i>Opis znamke, ki vsebuje opis pasjega laježa, in prikaz znamke, ki ga sestavlja video datoteka krave, ki se giba brez zvoka, nista usklajena. Usklajena pa sta vrsta znamke, ki jo je</i></p>

⁽⁵⁾ Glej sodbi z dne 27. marca 2019, Hartwall, C-578/17, EU:C:2019:261, § 39, in z dne 27. novembra 2003, Musical Notation-Shield Mark, C-283/01, EU:C:2003:641, § 59, in kot primer sodbo z dne 24. junija 2004, Blau/Gelb, C-49/02, EU:C:2004:384, § 34.

⁽⁶⁾ Glej opredelitve in načine prikaza za različne vrste znamk, kot so opredeljene v Skupnem sporočilu o prikazu novih vrst znamk.

NEUJEMANJE 1 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>izbral prijavitelj, in prikaz znamke, zato vrsta znamke prevlada nad opisom in znamka bi bila zato sprejeta kot znamka gibanja, nepravilen opis pa bi moral prijavitelj črtati ali popraviti, da bo v skladu s prikazom znamke.</i>
Opis: pasji lajež	
Vrsta znamke, ki bo sprejeta: znamka gibanja	


2.3.2 Neujemanja med prikazom in vrsto

V primerih, ko se ne ujemata vrsta in prikaz znamke, bo prav tako prevladal prikaz znamke, če je v sprejemljivem formatu za prikaz določene vrste znamke.

Poleg tega je v sodbi z dne 27. marca 2019, Hartwall, C-578/17, EU:C:2019:261 določeno, da:

če v zahtevi za registracijo znamke obstaja nasprotje med znakom, katerega varstvo se zahteva v obliki risbe, in opredelitvijo znamke, ki jo poda njen prijavitelj ter zaradi katere ni mogoče natančno določiti predmeta in obsega varstva, ki se zahteva na podlagi prava znamk, mora pristojni organ registracijo te znamke zaradi nejasnosti in nenatančnosti v prijavi znamke zavrniti (7).


Primer

Izbrana vrsta znamke: multimedijška znamka	Obrazložitev
Prikaz znamke:  NEUJEMANJE 2 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Izbrana vrsta znamke, tj. multimedijška znamka, ni v skladu s prikazom, sestavljenim iz slika psa, ki se giba. Ker je to natančen prikaz za znamke gibanja, bi bila znamka sprejeta kot znamka gibanja.</i>
Vrsta znamke, ki bo sprejeta: znamka gibanja	

2.3.3 Neujemanja med opisom in vrsto

V primerih, ko se ne ujemata opis in vrsta znamke, izbrana v prijavi, bo prevladal opis, če je v skladu s prikazom znamke.

Primer

Izbrana vrsta znamke: multimedijška znamka	Obrazložitev
Prikaz znamke: 	<i>Opis znamke, v katerem je opisana sprememba položaja sive puščice, se ne ujema z vrsto izbrane znamke, tj. z multimedijško znamko. Vendar</i>

(7) Gej sodbo z dne 27. marca 2019, Hartwall, C-578/17, EU:C:2019:261, § 40.

NEUJEMANJE 3 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>sta opis in prikaz usklajena, saj oba sestavlja gibljiva siva puščica, zato opis prevlada nad izbrano vrsto in znamka bi bila sprejeta kot znamka gibanja.</i>
Opis: gibanje sive puščice, ki postopno spreminja svoj položaj od levega spodnjega kota do desnega zgornjega kota, pri čemer celotno gibanje traja 4 sekunde.	
Vrsta znamke, ki bo sprejeta: znamka gibanja	

2.4 Veljavni načini prikaza za več kot eno vrsto znamke

Novi formati datotek (npr. elektronske zvočne ali video datoteke) se ne bi smeli uporabljati za prikaz tradicionalnih znamk ⁽⁸⁾ v registru (video datoteka na primer ne bi bila sprejemljiv način za vložitev prijave besedne znamke, tudi če bi datoteka vsebovala zgolj statičen prikaz same besede).

Vendar so novi formati datotek lahko sprejemljivi za več kot eno novo vrsto znamke, kar velja za elektronske video datoteke, ki so sprejemljive za prikaz znamk gibanja, multimedijskih in holografskih znamk, ali slikovne datoteke, ki so veljaven način za prijavo zvočnih ali figurativnih znamk. V tem smislu bodo prijave znamke sprejete v skladu z vrsto znamke, ki jo izbere prijavitelj, če prikaz izpolnjuje pravne zahteve za določeno vrsto, pri čemer bosta obseg varstva in predmet znamke odvisna od vrste sprejete znamke.

Zvočna znamka, prikazana grafično (npr. z notnim zapisom v slikovni datoteki), se zato lahko sprejme kot figurativna znamka, če je to vrsto izbral prijavitelj in iz nobenih drugih informacij ni razvidno, da je nameraval prijaviti drugo vrsto znamke. V tem primeru varstvo, ki ga zagotavlja registracija, ne bo zajemalo samega zvoka, temveč figurativni element oziroma elemente, ki jih vsebuje znamka.

Primeri

Izbrana vrsta znamke: zvočne znamke	
Prikaz znamke: 	Prikaz znamke: 
Vrste znamk, ki bodo sprejete: zvočne znamke	

Izbrana vrsta znamke: figurativne znamke	
Prikaz znamke: 	Prikaz znamke: 




⁽⁸⁾ Za namene tega dokumenta se izraz „tradicionalne znamke“ nanaša samo na besedne, povsem figurativne in sestavljene znamke (kombinacija besednih in figurativnih elementov).

Vrste znamk, ki bodo sprejete: **figurativne znamke**

Podobno je lahko grafično prikazana znamka gibanja (npr. z zaporedjem mirujočih slik) sprejeta kot figurativna znamka, če je prijavitelj izbral to vrsto znamke in iz nobenih drugih informacij ni razvidno, da je želel prijaviti drugo vrsto.

Primeri

Izbrana vrsta znamke: znamka gibanja		
Prikaz znamke:		
 1	 2	 3
 4	 5	 6
Vrsta znamke, ki bo sprejeta: znamka gibanja		

Izbrana vrsta znamke: figurativna znamka		
Prikaz znamke:		
 1	 2	 3
 4	 5	 6
Vrsta znamke, ki bo sprejeta: figurativna znamka		

3 Preizkušanje zahtev za priznanje prednostne pravice



Za nove vrste znamk v zvezi s preizkušanjem zahtev za priznanje prednostne pravice veljajo enaka načela kot za tradicionalne znamke, z nekaterimi posebnostmi, ki so obravnavane v naslednjih oddelkih. Poleg tega se bo za znak štelo, da je enak blagovni znamki samo, če brez spremembe ali dodatka reproducira vse elemente, ki sestavljajo znamko, ali če kot celota vsebuje razlike, ki so tako neznatne, da jih povprečni potrošnik morda niti ne bo opazil ⁽⁹⁾. V zvezi s tem je treba poudariti, da je neznatna razlika med dvema znamkama razlika, ki jo bo razumno pozoren potrošnik zaznal samo ob primerjavi znamk druge ob drugi.

3.1 Enak predmet

Za namene preizkusa zahtev za priznanje prednostne pravice se bo za dve blagovni znamki ne glede na obliko štelo, da sta enaki, če sta predmet varstva in znamke enaka. Poleg tega se lahko prednostna pravica prizna, kadar je druga vložitev sicer za drugo vrsto znamke, ki pa ima enak predmet.

⁽⁹⁾ Glej sodbo z dne 20. marca 2003, Arthur et Félicie, C-291/00, EU:C:2003:169, § 54.

Primer



Prva vložitev	Druga vložitev
 DRUGA ZNAMKA 1 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 3 Za reproduciranje kliknite na sliko
Druga znamka	Multimedijska znamka
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice sprejeta, ker imata obe vložitvi, čeprav sta različne vrste, enak predmet.	



3.2 Različen predmet



Kadar zahteva za priznanje prednostne pravice vključuje dve znamki z različnim predmetom (če na primer ena od vložitev vključuje elemente, ki niso vključeni v drugo vložitev), se bo za znamki ne glede na njuno obliko ali izbrano vrsto znamke štelo, da sta različni, zahteva za priznanje prednostne pravice pa bo zato zavrnjena.

Primeri po vrsti znamke



a) Zvočne znamke

Prva vložitev	Druga vložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 6 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 7 Za reproduciranje kliknite na sliko
Zvočna znamka	Zvočna znamka
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker je melodija zaigrana na različna inštrumenta in sta zato predmeta obeh vložitev različna.	

Prva vložitev	Druga vložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 8 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 9 Za reproduciranje kliknite na sliko
Zvočna znamka	Zvočna znamka
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker je v prvi vložitvi tempo melodije veliko počasnejši kot tempo melodije v drugi vložitvi, zato sta predmeta obeh vložitev različna.	



Prva vložitev	Druga vložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 10 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 11 Za reproduciranje kliknite na sliko
Zvočna znamka	Zvočna znamka



Zvočna znamka	Zvočna znamka
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker ritem druge vložitve ni enak ritmu v prvi vložitvi, zato sta predmeta obeh vložitev različna.	

Prva vložitev	Druga vložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 12 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 13 Za reproduciranje kliknite na sliko
Zvočna znamka	Zvočna znamka
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker je prva vložitev sestavljena iz zvoka treh piskov, medtem ko druga vložitev vključuje zvok šestih piskov, zato sta predmeta obeh vložitev različna.	



b) Znamke gibanja

Prva vložitev	Druga vložitev
	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 4 Za reproduciranje kliknite na sliko
Znamka gibanja	Multimedijska znamka
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker druga vložitev vsebuje zvok, ki ni vključen v prvo vložitev. Poleg tega prva vložitev ne prikazuje gibanja ploskanja iz druge vložitve v celoti, tj. 11 ponovljenih ploskov, zato sta predmeta obeh vložitev različna.	

Prva vložitev	Druga vložitev
 ZNAMKA GIBANJA 7 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZNAMKA GIBANJA 8 Za reproduciranje kliknite na sliko
Znamka gibanja	Znamka gibanja
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker so hitrost in ponovitve ploskajočih rok v prvi vložitvi drugačne kot v drugi, zato sta predmeta obeh vložitev različna.	



Prva vložitev	Druga vložitev
 ZNAMKA GIBANJA 9 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZNAMKA GIBANJA 10 Za reproduciranje kliknite na sliko
Znamka gibanja	Znamka gibanja

Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker je prva vložitev sestavljena iz puščice, ki se giba od enega kota in se sredi slike ustavi, medtem ko je druga vložitev sestavljena iz puščice, ki se giba od enega kota slike do drugega, zato sta predmeta obeh vložitev različna.



Prva vložitev	Druga vložitev
	 ZNAMKA GIBANJA 11 Za reproduciranje kliknite na sliko
Figurativna znamka	Znamka gibanja

Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker sta obe vložitvi sestavljeni iz enake slike krave, vendar druga vložitev vsebuje gibanje kravjega gobca, ki v prvo vložitev ni vključeno, zato sta predmeta obeh vložitev različna.



c) **Multimedijske znamke**

Prva vložitev	Druga vložitev
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 5 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 14 Za reproduciranje kliknite na sliko
Multimedijska znamka	Zvočna znamka

Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker je prva vložitev sestavljena iz slike in zvoka, medtem ko druga vložitev vsebuje enak zvok, ne vsebuje pa slike, zato sta predmeta obeh vložitev različna.



Prva vložitev	Druga vložitev
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 6 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 7 Za reproduciranje kliknite na sliko
Multimedijska znamka	Multimedijska znamka

Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker obe vložitvi vsebujeta enako sliko, vendar različna zvok in gibanje, zato sta predmeta obeh vložitev različna.

Prva vložitev	Druga vložitev
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 8 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 9 Za reproduciranje kliknite na sliko

Multimedijska znamka	Multimedijska znamka
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker obe vložitvi vsebujeta enak zvok, vendar druga vložitev ne vključuje vseh elementov iz prve vložitve, tj. besednega elementa „Gerivan“, zato sta predmeta različna.	

d) Holografske znamke

Prva vložitev	Druga vložitev
 <p>HOLOGRAFSKA ZNAMKA 3 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	 <p>HOLOGRAFSKA ZNAMKA 4 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>
Holografska znamka	Holografska znamka
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker globina holografskega učinka druge vložitve ni enaka kot v prvi vložitvi, zato sta predmeta različna.	

3.3 Ista vrsta znamk, prikazanih različno ⁽¹⁰⁾



3.3.1 Zvočne znamke

Zahteve za priznanje prednostne pravice bodo sprejete samo, če so v drugi vložitvi prikazani vsi elementi, ki jih vsebuje prva vložitev.

Zahteve za priznanje prednostne pravice, v katerih je ena od vložitev prikazana v notnem zapisu (npr. JPEG), druga pa v zvočni datoteki (npr. MP3), bodo zato sprejete samo, če bodo v notnem zapisu navedeni vsi elementi ⁽¹¹⁾ iz zvočne datoteke.



Če kateri koli od teh elementov manjka, blagovni znamki nista enaki in zahteva za priznanje prednostne pravice bo zavrnjena.

Primeri



Prva vložitev	Druga vložitev
 <p>Piano ♩ = 90</p>	 <p>ZVOČNA ZNAMKA 15 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>
Zvočna znamka	Zvočna znamka
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice sprejeta, ker melodija v datoteki MP3 ustreza melodiji v notnem zapisu, zvočna datoteka pa vsebuje vse elemente, navedene v notnem zapisu, tj. takte, ključ, note in pavze, katerih oblika označuje relativno vrednost – vse te oznake, ki določajo višino in trajanje zvokov –, ter inštrument, tj. klavir, in tempo melodije.	

⁽¹⁰⁾ Kadar sta obe zvočni znamki prikazani različno, bi bilo treba pri zahtevi za priznanje prednostne pravice preveriti Prilogo k Skupnemu sporočilu o prikazu novih vrst znamk, kjer so navedeni formati datotek, ki so sprejemljivi v posameznih uradih za intelektualno lastnino.



⁽¹¹⁾ Glej del A – oddelek 1.1 – Zvočne znamke – Elementi za jasen in natančen grafični prikaz zvočne znamke.

Prva vložitev	Druga vložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 16 Za reproduciranje kliknite na sliko	 Piano ♩ = 90
Zvočna znamka	Zvočna znamka



Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice sprejeta, ker melodija v notnem zapisu ustreza melodiji v datoteki MP3, zvočna datoteka pa vsebuje vse elemente, navedene v notnem zapisu, tj. takte, ključ, note in pavze, katerih oblika označuje relativno vrednost – vse te oznake, ki določajo višino in trajanje zvokov –, ter instrument, tj. klavir, in tempo melodije.

Prva vložitev	Druga vložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 17 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ♩ = 90
Zvočna znamka	Zvočna znamka



Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker druga vložitev ne vključuje vseh elementov iz zvočne datoteke, tj. instrumenta, zato predmeta obeh vložitev nista enaka.

Prva vložitev	Druga vložitev
 Piano ♩ = 90	 ZVOČNA ZNAMKA 18 Za reproduciranje kliknite na sliko
Zvočna znamka	Zvočna znamka

Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker melodija v drugi vložitvi vsebuje zvok pasjega laježa, ki v prvo vložitev ni vključen, zato predmeta obeh vložitev nista enaka.

Prva vložitev	Druga vložitev
 Piano ♩ = 90	 ZVOČNA ZNAMKA 19 Za reproduciranje kliknite na sliko
Zvočna znamka	Zvočna znamka

Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker melodija v drugi vložitvi vsebuje glas, ki reče „Gerivan“, ki v prvo vložitev ni vključen, zato predmeta obeh vložitev nista enaka.

Prva vložitev	Druga vložitev
	 ZVOČNA ZNAMKA 20 Za reproduciranje kliknite na sliko

Zvočna znamka	Zvočna znamka
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker v notnem zapisu niso navedeni vsi elementi iz zvočne datoteke, tj. inštrument, s katerim se igra melodija, v tem primeru klavir, in ker je prva vložitev samo delni prikaz druge vložitve, ki vključuje dodatne note, zato sta predmeta obeh vložitev različna.	

Prva vložitev	Druga vložitev
	 ZVOČNA ZNAMKA 21 Za reproduciranje kliknite na sliko
Zvočna znamka	Zvočna znamka
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker v notnem zapisu niso navedeni vsi elementi iz zvočne datoteke, tj. inštrument, s katerim se igra melodija, v tem primeru viola pizzicato, zato sta predmeta obeh vložitev različna.	

Prva vložitev	Druga vložitev
	 ZVOČNA ZNAMKA 22 Za reproduciranje kliknite na sliko
Zvočna znamka	Zvočna znamka
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker v notnem zapisu niso navedeni vsi elementi iz zvočne datoteke, tj. tempo ali hitrost melodije, zato sta predmeta obeh vložitev različna.	

3.3.2 Znamke gibanja



Zahteve za priznanje prednostne pravice, v katerih je ena od vložitev prikazana v zaporedju mirujočih slik (npr. JPEG), druga pa v video datoteki (npr. MP4), bodo sprejete samo, če so vsi elementi video datoteke in njihovo celotno gibanje jasno opredeljivi v zaporedju mirujočih slik. Če je druga vložitev prikazana v zaporedju mirujočih slik, je za zagotovitev, da je predmet enak (npr. trajanje, hitrost, ponovitve), morda potreben opis.



Če kateri koli od teh elementov manjka in celotnega gibanja ni mogoče jasno opredeliti, znamki nista enaki in zahteva za priznanje prednostne pravice bo zavrnjena.

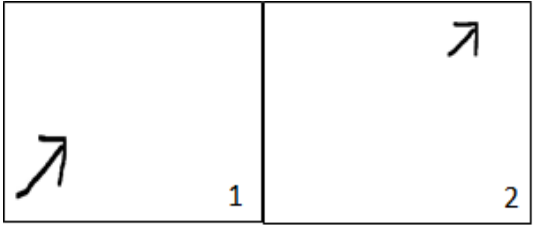

Primeri

Prva vložitev	Druga vložitev
 ZNAMKA GIBANJA 12 Za reproduciranje kliknite na sliko	
	Opis: to gibanje sestavlja vsebina mirujočih slik, ki

	se pojavljajo v polsekundnih presledkih.
Znamka gibanja	Znamka gibanja
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice sprejeta, ker je celotno gibanje znamke gibanja iz video datoteke prve vložitve jasno opredeljeno v zaporedju mirujočih slik druge vložitve, ki prikazuje povsem enakih šest slik iz video datoteke.	

Prva vložitev	Druga vložitev
	 <p>ZNAMKA GIBANJA 13 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>
Opis: to gibanje sestavlja vsebina mirujočih slik, ki se pojavljajo v polsekundnih presledkih.	
Znamka gibanja	Znamka gibanja
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice sprejeta, ker je mogoče v video datoteki jasno opredeliti celotno gibanje iz prve vložitve, ki je sestavljeno iz zaporedja šestih mirujočih slik.	

Prva vložitev	Druga vložitev
 <p>ZNAMKA GIBANJA 14 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	
Znamka gibanja	Znamka gibanja
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker druga vložitev ne prikazuje celotnega gibanja ploskajočih rok, tj. 18 ponovitev ploskov, ne vključuje hitrosti ploskov in trajanja video datoteke, poleg tega pa ni dodan opis, v katerem bi bilo pojasnjeno celotno gibanje.	


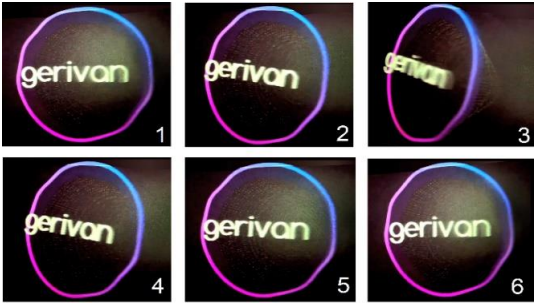
Prva vložitev	Druga vložitev
	 <p>ZNAMKA GIBANJA 15 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>
Znamka gibanja	Znamka gibanja
Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker prva vložitev prikazuje samo puščico v dveh položajih, gibanje puščice, ki ga je mogoče videti v video datoteki druge vložitve, pa v zaporedju mirujočih slik prve vložitve ni prikazano v celoti.	


3.3.3 Holografske znamke

Zahteve za priznanje prednostne pravice, v katerih je ena od vložitev hologram, prikazan v vrsti grafičnih ali fotografskih slik (slikovne datoteke, npr. JPEG), druga vložitev pa prikaz v video datoteki (npr. MP4), bodo sprejete samo, če bodo vsi elementi video datoteke in različne stopnje holografskega učinka jasno opredeljeni v vrsti grafičnih ali fotografskih slik.

Če katerega koli od teh elementov in različnih stopenj holografskega učinka ni mogoče jasno opredeliti, znamki nista enaki in zahteva za priznanje prednostne pravice bo zavrnjena.

Primeri

Prva vložitev	Druga vložitev
 <p>HOLOGRAFSKA ZNAMKA 5 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	
Holografska znamka	Holografska znamka
<p>Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice sprejeta, ker so vsi elementi in različne stopnje holografskega učinka iz video datoteke, zlasti globina strukture in besedni element, ki se prikazuje, jasno opredeljeni v vrsti fotografskih slik druge vložitve.</p>	

Prva vložitev	Druga vložitev
 <p>HOLOGRAFSKA ZNAMKA 6 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	
Holografska znamka	Holografska znamka
<p>Obrazložitev: zahteva za priznanje prednostne pravice zavrnjena, ker različnih stopenj holografskega učinka iz video datoteke, tj. globine tridimenzionalne strukture in besednega elementa, ki se prikazuje, v vrsti fotografskih slik druge vložitve ni mogoče opredeliti.</p>	

B. PREIZKUŠANJE ABSOLUTNIH RAZLOGOV ZA ZAVRNITEV IN/ALI NIČNOST: SKUPNA NAČELA

Ta del skupne prakse zagotavlja sklop načel in nekaj priporočil v zvezi s preizkušanjem absolutnih razlogov za zavrnitev in/ali ničnost, ki so specifična za zvočne znamke, znamke gibanja, multimedijske in holografske znamke, zlasti v zvezi s:

- presojo jasnosti in natančnosti novih vrst znamk – člen 4(1)(a) direktive o blagovni znamki;
- zahtevano stopnjo razlikovalnega učinka novih vrst znamk – člen 4(1)(b) direktive o blagovni znamki;
- novimi vrstami znamk, ki se lahko uporabljajo za opis blaga ali storitev ali njihovih značilnosti – člen 4(1)(c) direktive o blagovni znamki;
- znaki, ki so sestavljeni izključno iz zvokov, gibanja in kombinacije slike in zvoka, ki izhajajo iz narave blaga, ter so lahko nujni za doseg tehničnega učinka ali lahko dajejo blagu bistveno vrednost – člen 4(1)(e) direktive o blagovni znamki.

1 Splošne opombe

Ena od ključnih sprememb, ki jo je prinesla nova direktiva o blagovni znamki, je bila odprava zahteve po grafičnem prikazu iz definicije „znamke“ v členu 3 navedene direktive.

Ta odprava je omogočila sprejetje znamk, prikazanih v novih formatih datotek, ki prej v nacionalnih ali regionalnih sistemih niso bili predvideni. Omogočila je tudi enostavnejši in natančnejši prikaz nekaterih že sprejemljivih vrst znamk. V skladu s tem so se uradi za intelektualno lastnino držav članic dogovorili o sprejetju pristopa monoformata za nove vrste znamk, ki ne izključuje sprejetja dodatnih formatov. Vsi so navedeni v Skupnem sporočilo o prikazu novih vrst znamk ⁽¹²⁾.

Vendar mora biti ne glede na možnost prikaza teh novih vrst znamk v različnih formatih rezultat presoje absolutnih razlogov za zavrnitev enak.

2 Presoja jasnosti in natančnosti novih vrst znamk – člen 4(1)(a) direktive o blagovni znamki

V skladu s členom 4(1)(a) direktive o blagovni znamki „se znak, ki ne more predstavljati znamke, ne registrira ali se, če je registriran, ugotovi za ničnega“.

Ta člen določa obveznost uradov za intelektualno lastnino držav članic, da zavrnejo znake, ki ne izpolnjujejo zahtev iz člena 3 direktive o blagovni znamki. V tem smislu mora prijava, da bi lahko predstavljala znamko, izpolnjevati tri pogoje:

- biti mora znak;
- z njim se lahko blago ali storitve določenega podjetja razlikujejo od blaga ali storitev drugih podjetij;
- v registru se lahko prikaže na način, ki pristojnim organom in javnosti omogoča jasno in natančno opredelitev predmeta varstva.

Ta člen določa obveznost uradov za intelektualno lastnino držav članic, da zavrnejo znake, kadar njihov prikaz ni jasen in natančen. V tem smislu je treba presoditi prikaz nove vrste znamke in ugotoviti, ali pristojnim organom in javnosti omogoča jasno in natančno opredelitev predmeta varstva in ali lahko zato predstavlja znamko.

To pomeni, da se bo za znamko štelo, da je jasna in natančna, če je prikazana v kakršni koli ustrezni obliki, pri kateri se uporabijo splošno dostopne tehnologije, če je mogoče znak prikazati na samozadosten, zlahka



⁽¹²⁾https://euiipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/about_euiipo/who_we_are/common_communication/common_communication_8/common_communication8_sl.pdf – glej preglednici 2 in 6.

dostopen, razumljiv, trajen in objektivn način, ne glede na to, ali ima pojmovno vsebino. Ta pristop je skladen z načelom, po katerem ni treba, da ima besedna ali figurativna znamka pomen ali da vsebuje opredeljive slike, če lahko opravlja funkcijo znamke, in se tako uporablja kot označba izvora.



Pri preizkušanju prijave znamke je treba upoštevati tudi pravne posledice zavrnitve znamke na podlagi člena 4(1)(a) direktive o blagovni znamki. Člen 4(4) navedene direktive določa, da se „registracija znamke ne zavrne v skladu s točko (b), (c) ali (d) odstavka 1, če je pred datumom prijave za registracijo z njeno uporabo pridobila razlikovalni značaj“. Prijava, ki se zavrne na podlagi razlogov iz točke (a), se zato ne preizkusi na podlagi drugih absolutnih razlogov za zavrnitev, zavrnitve pa ni mogoče odpraviti na podlagi razlikovalnega učinka, pridobljenega z uporabo.

Naslednji primeri zvočnih znamk, znamk gibanja in multimedijskih znamk so navedeni za presojo jasnosti in natančnosti v skladu s členom 4(1)(a) direktive o blagovni znamki. Enake ugotovitve veljajo za holografske znamke. Ti primeri se ne štejejo nujno za razlikovalne v skladu s členom 4(1)(b) direktive o blagovni znamki.


a) Zvočne znamke

Jasne in natančno predstavljene zvočne znamke	
Zvočne znamke	Obrazložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 23 Za reproduciranje kliknite na sliko	Čeprav besedni element, zaznan v zvoku, nima pomena, prikaz zvočne znamke pristojnim organom in javnosti omogoča jasno in natančno določitev predmeta varstva.
 ZVOČNA ZNAMKA 24 Za reproduciranje kliknite na sliko	Čeprav se v datoteki zaznavajo številni različni zvoki skupaj, prikaz zvočne znamke pristojnim organom in javnosti omogoča jasno in natančno določitev predmeta varstva.

b) Znamke gibanja

Jasne in natančno predstavljene znamke gibanja	
Znamke gibanja	Obrazložitev
 ZNAMKA GIBANJA 16 Za reproduciranje kliknite na sliko	Čeprav je prikaz te znamke gibanja sestavljen iz nejasne slike, pristojnim organom in javnosti omogoča jasno in natančno določitev predmeta varstva.
 ZNAMKA GIBANJA 17 Za reproduciranje kliknite na sliko	Čeprav je prikaz te znamke gibanja sestavljen iz neopredeljivih slik, pristojnim organom in javnosti omogoča jasno in natančno določitev predmeta varstva.

c) Multimedijske znamke

Jasna in natančno predstavljene multimedijske znamka	
Multimedijska znamka	Obrazložitev
 <p>MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 10</p> <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p>Čeprav je prikaz te multimedijske znamke sestavljen iz nejasne slike in besedni element, zaznan v zvoku, nima pomena, pristojnim organom in javnosti omogoča jasno in natančno določitev predmeta varstva.</p>

3 Zahtevana stopnja razlikovalnega učinka novih vrst znamk – člen 4(1)(b) direktive o blagovni znamki

3.1 Splošni vidiki

V skladu s členom 4(1)(b) direktive o blagovni znamki se znamke, ki so brez slehernega razlikovalnega učinka, ne registrirajo ali se, če so registrirane, ugotovijo za nične.

Ob upoštevanju vsebine člena mora biti sprejemljivost katere koli vrste znamke odvisna od tega, ali se zanje šteje, da so same po sebi razlikovalne. V zvezi s tem je treba poudariti, da se morajo splošna merila za presojo razlikovalnega učinka tradicionalnih vrst znamk uporabljati tudi pri presoji zahtevane stopnje razlikovalnega učinka novih vrst znamk.

V skladu z ustaljeno sodno prakso razlikovalni učinek pomeni, da mora biti znak sposoben opravljati bistveno funkcijo znamke. Znak mora zato proizvod in/ali storitve, za katere se zahteva registracija, identificirati tako, da jih potrošnik lahko razlikuje od blaga in/ali storitve drugih podjetij ⁽¹³⁾. Ta razlikovalni učinek se lahko presodi po eni strani glede na blago ali storitve, za katere se zahteva registracija, in po drugi strani glede na to, kako ta znak zaznava upoštevena javnost ⁽¹⁴⁾.

Merila presoje razlikovalnega učinka so sicer za vse kategorije znamk enaka, vendar je pri njihovi uporabi mogoče, da upoštevena javnost ne zaznava nujno enako vsake od teh kategorij. Poleg tega je ustaljena sodna praksa tudi, da na način, na katerega upoštevena javnost zaznava znak, vpliva stopnja njene pozornosti, ki se lahko spreminja glede na kategorijo zadevnega blaga ali storitev.

Poudariti je treba, da ni nujno, da se nove vrste znamk namestijo ali uporabljajo z blagom in/ali storitvami na enak način, kot bi se tradicionalna znamka. Potrošnik bi se lahko srečal z novimi vrstami znamk na primer v okviru promocijskih dejavnosti. Taka uporaba nujno ne zmanjša razlikovalnega potenciala znamke.

Čeprav je vsak razlog za zavrnitev iz člena 4(1) direktive o blagovni znamki neodvisen in ga je treba preizkusiti ločeno, se razlogi za zavrnitev iz člena 4(1)(b) in (c) navedene direktive jasno prekrivajo. Iz sodne prakse zlasti izhaja, da je znamka, za katero se za namene člena 4(1)(c) direktive o blagovni znamki šteje, da opisuje značilnosti blaga ali storitev, zaradi tega dejstva nujno brez slehernega razlikovalnega učinka glede tega blaga in/ali storitev za namene člena 4(1)(b) navedene direktive. Znamka je lahko kljub temu brez razlikovalnega učinka iz drugačnih razlogov, kot je morebitna opisnost. Opisna znamka je zato

⁽¹³⁾ Glej sodbi z dne 29. septembra 1998, Canon, C-39/97, EU:C:1998:442, § 28, in z dne 27. februarja 2002, Lite, T-79/00, EU:T:2002:42, § 26.

⁽¹⁴⁾ Glej sodbe z dne 8. aprila 2003, Linde, C-53/01, C-54/01 in C-55/01, EU:C:2003:206, § 41; z dne 12. februarja 2004, Postkantoor, C-363/99, EU:C:2004:86, § 34, in z dne 29. aprila 2004, Tabs (3D), v združenih zadevah C-468/01-P do C-472/01-P, EU:C:2004:259, § 33.

nujno brez slehernega razlikovalnega učinka, čeprav je lahko znamka brez razlikovalnega učinka tudi iz drugih razlogov, kot je opisnost ⁽¹⁵⁾.

3.2 Zvočne znamke

Kot je v tem dokumentu že navedeno v delu A, oddelku 1.1 – Zvočne znamke, ki je namenjen formalnim zahtevam, lahko vsak znak, ki je prikazan v zvočni datoteki in vsebuje en ali več zvokov, ne glede na vrsto zvoka, ki ga vsebuje, sestavlja zvočno znamko.

3.2.1 Zaznavanje potrošnikov – zvočne znamke

To, kako bo javnost zaznavala razlikovalni učinek zvočnih znamk, je neločljivo povezano s tem, v kolikšni meri je znamka povezana z blagom in storitvami, za katere je vložena prijava. Potrošnik bo znamko verjetneje zaznal kot označbo trgovskega izvora, če med znamko ter blagom in storitvami ni mogoče vzpostaviti nobene povezave. Potrošniki kot označbe trgovskega izvora po navadi zaznavajo tradicionalne vrste znamk, kot so besedne in figurativne znamke. Ker se zvoki v gospodarskem prometu vse pogosteje uporabljajo v strategijah znamčenja, jih bodo tudi potrošniki verjetneje zaznavali kot označbe trgovskega izvora.

Zaradi analize zaznavanja potrošnikov je mogoče zvočne znamke razvrstiti v skupine vsaj na naslednje tri načine:

- zvoki, ki jih proizvajajo blago ali storitve ali so z njimi povezani;
- note, kombinacije not, napevi ali melodije;
- zvoki, ki so zvočni ustreznik besednih elementov.

Obstajajo tudi zvoki, ki niso vključeni v predhodne skupine in nimajo nobene povezave z blagom in/ali storitvami.

Prva skupina, tj. zvoki, ki jih proizvajajo blago in/ali storitve ali so z njimi povezani, bo pogosto ustrezala naravi ali funkciji tega blaga ali pa bo tesno povezana s storitvami. V tem primeru javnost ponavadi zvoka ne zaznava kot označbo trgovskega izvora, temveč na primer zgolj kot funkcionalni element.

Za drugo skupino, tj. note, kombinacije not, napeve ali melodije, je malo verjetno, da so povezanipolni

z blagom ali storitvami. Javnost jih bo na splošno zaznavala enako kot zaporedje not ali reklamno melodijo, ki lahko ima razlikovalni učinek ali pa ne, odvisno od njenih posebnih značilnosti.

Tretjo skupino, tj. zvočne znamke, sestavljene iz besednih elementov, lahko javnost zaznava različno, odvisno od pomena samega besednega elementa, jezika in/ali načina njegove izgovarjave. Če je zvočna znamka sestavljena iz običajno izgovorjene besede, bo presoja na splošno enaka kot za besedno znamko, ki vsebuje isti besedni element.

Zvoke, ki niso povezani z blagom in/ali storitvami in niso vključeni v predhodne skupine, bo potrošnik zaznal kot označbo trgovskega izvora samo, če so vsebinsko polni ⁽¹⁶⁾, s čimer bodo pri njem vzbudili neko obliko pozornosti, da jih bo lahko prepoznal kot znamko.



⁽¹⁵⁾ Glej sodbi z dne 12. junija 2007, *Twist & Pour*, T-190/05, EU:T:2007:171, § 39, in z dne 8. julija 2004, *Telepharmacy Solutions*, T-289/02, EU:T:2004:227, § 24.

⁽¹⁶⁾ Glej sodbo z dne 13. septembra 2016, *SON D'UN JINGLE SONORE PLIM PLIM* (zvočna znamka), T-408/15, EU:T:2016:468, § 45.


Kako bo potrošnik zaznal znamko, sestavljeno iz kombinacije različnih skupin, bo odvisno od znamke same, če jo je mogoče opredeliti kot znamko in če med zvokom ter blagom in storitvami ni mogoče vzpostaviti nobene povezave.


3.2.2 Svojstven razlikovalni učinek zvočnih znamk

Kadar je zvok, zaznan v zvočni znamki, sestavljen iz ene note, kombinacije not ali melodije, se bo zanj štelo, da ima svojstven razlikovalni učinek, če ga bo upoštevna javnost lahko zaznavala kot označbo trgovskega izvora.


Melodija s svojstvenim razlikovalnim učinkom		
Zvočne znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 25 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 41: zagotavljanje filmov za razvedrilo	Zaradi dolžine in kompleksnosti zaporedja not je melodija vsebinsko polna in lahko opravlja funkcijo označbe trgovskega izvora, zato se zanjo šteje, da ima razlikovalni učinek za storitve, za katere je vložena prijava.
 ZVOČNA ZNAMKA 26 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 41: zagotavljanje filmov za razvedrilo	Zaradi dolžine in kompleksnosti zažvižganega zaporedja not je melodija vsebinsko polna in lahko opravlja funkcijo označbe trgovskega izvora, zato se zanjo šteje, da ima razlikovalni učinek za storitve, za katere je vložena prijava.
 ZVOČNA ZNAMKA 27 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 9: računalniki	Zaradi dolžine in kompleksnosti zaporedja akordov je melodija vsebinsko polna in lahko opravlja funkcijo označbe trgovskega izvora, zato se zanjo šteje, da ima razlikovalni učinek za blago, za katero je vložena prijava.
 ZVOČNA ZNAMKA 28 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 3: pralni prašek	Melodija vsebuje vrsto akordov, kar ji daje vsebinsko polnost in ji omogoča opravljanje funkcije označbe trgovskega izvora, zato se zanjo šteje, da ima razlikovalni učinek za blago, za katero je vložena prijava.

Kadar zvok, zaznan v zvočni znamki, sestavlja besedni element, za katerega se šteje, da je sam po sebi razlikovalen, in če je izgovorjen jasno, tudi če je izgovorjen z nevtralnim ali robotskim glasom, se bo za zvočno znamko štelo, da ima razlikovalni učinek.



Razlikovalni učinek		
Zvočne znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
	Razred 12: avtomobili	Besedni element z razlikovalnim učinkom, zaznan v zvočni znaki, tj. Gerivan, je izgovorjen jasno in razumljivo, zato se za zvočno

<p>ZVOČNA ZNAMKA 29 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>		<p>znamko šteje, da ima razlikovalni učinek.</p>
<p> ZVOČNA ZNAMKA 30 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p>Razred 12: avtomobili</p>	<p>Besedni element z razlikovalnim učinkom, zaznan v zvočni znaki, tj. Gerivan, je izgovorjen jasno in razumljivo, zato se za zvočno znamko šteje, da ima razlikovalni učinek.</p>

Če elementa govora, zaznanega v zvočni znamki, ni mogoče razumeti ali opredeliti kot besedo, se bo za zvočno znamko štelo, da ima razlikovalni učinek, če bo potrošnik lahko zvok prepoznal kot označbo trgovskega izvora.


Razlikovalni učinek		
Zvočna znamka	Blago in storitve	Obrazložitev
<p> ZVOČNA ZNAMKA 31 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p>Razred 12: avtomobili</p>	<p>Ta zvok bo zaznan kot izmišljen zvok brez pomena, ki si ga je mogoče zapomniti in ga zato prepoznati kot označbo trgovskega izvora.</p>

Kadar zvok, zaznan v zvočni znamki, vsebuje zvok, ki ni povezan z blagom in/ali storitvami, za katere je vložena prijava, se bo za zvočno znamko načeloma štelo, da ima razlikovalni učinek, če jo bo potrošnik lahko prepoznal kot označbo trgovskega izvora.


Razlikovalni učinek		
Zvočne znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
<p> ZVOČNA ZNAMKA 32 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p>Razred 11: stranišča</p>	<p>Zvok, zaznan v znamki, ni povezan z blagom, za katero je vložena prijava, in je vsebinsko dovolj poln, da ga bo potrošnik prepoznal kot označbo trgovskega izvora, zato se zanj šteje, da ima razlikovalni učinek.</p>
<p> ZVOČNA ZNAMKA 33 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p>Razred 31: živalska krmila</p>	<p>Zvok, zaznan v znamki, ni povezan z blagom, za katero je vložena prijava, in je vsebinsko dovolj poln, da ga bo potrošnik prepoznal kot označbo trgovskega izvora, zato se zanj šteje, da ima razlikovalni učinek.</p>

3.2.3 Zvočne znamke brez razlikovalnega učinka



Kadar zvočno znamko sestavlja zvok, ki ga proizvajajo blago in/ali storitve ali ki je povezan z njimi ali drugimi njihovimi zadevnimi značilnostmi, ga bo potrošnik načeloma zaznal zgolj kot funkcionalno značilnost, zato se bo za zvočno znamko štelo, da nima razlikovalnega učinka.

Brez razlikovalnega učinka		
Zvočne znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 34 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 33: vino	<i>Potrošnik tega zvoka ne bo zaznal kot znamko, temveč samo kot zvok, povezan z blagom, zato se zanj šteje, da nima razlikovalnega učinka.</i>
 ZVOČNA ZNAMKA 35 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 9: zvonci pri vratih	<i>Zvok, zaznan v znamki, je mogoče zlahka povezati z blagom, za katero je vložena prijava, zato bi se za znamko štelo, da nima razlikovalnega učinka.</i>




Kadar zvočno znamko sestavljajo note, kombinacija not, napevi ali melodije, se bo zanjo štelo, da nima razlikovalnega učinka, če zvok ni vsebinsko poln in ga potrošnik ne bi prepoznal kot označbo trговskega izvora, tudi če z blagom in/ali storitvami ni mogoče vzpostaviti nobene povezave.

Brez razlikovalnega učinka		
Zvočne znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 36 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 12: avtomobili	<i>Ta zvok, sestavljen iz ene note, ni vsebinsko poln in ga potrošnik ne bi zaznal kot označbo trговskega izvora, zato se za zvočno znamko šteje, da nima razlikovalnega učinka.</i>


Kadar zvočno znamko sestavljajo nerazlikovalni/opisni/splošni besedni elementi, izgovorjeni jasno in brez izstopajočih ali nenavadnih zvočnih elementov, se bo zanjo štelo, da nima razlikovalnega učinka.

Brez razlikovalnega učinka		
Zvočne znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 37 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 3: pralni prašek	<i>Nerazlikovalni/opisni besedni element, zaznan v zvočni znamki, tj. Premium, je izgovorjen jasno in brez izstopajočih ali nenavadnih zvočnih elementov, zato se za zvočno znamko šteje, da nima razlikovalnega učinka.</i>
 ZVOČNA ZNAMKA 38 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 3: pralni prašek	<i>Nerazlikovalni/opisni besedni element, zaznan v zvočni znamki, tj. Premium Quality, je izgovorjen jasno in brez izstopajočih ali nenavadnih zvočnih elementov, zato se za zvočno znamko šteje, da nima razlikovalnega učinka.</i>

V skladu z opredelitvijo zvočne znamke se v znamko lahko vključijo in v njej zaznavajo drugi elementi zvoka, kot so besedilo, posebna melodija, intonacija in/ali poseben način petja. V tem smislu načeloma velja, kadar so nerazlikovalnemu/opisnemu/splošnemu besednemu elementu, zaznanemu v zvočni znamki, dodani drugi elementi zvoka, za katere se prav tako šteje, da so sami po sebi nerazlikovalni, se bo za zvočno znamko kot celoto najverjetneje štelo, da nima razlikovalnega učinka.

Brez razlikovalnega učinka		
Zvočna znamka	Blago in storitve	Obrazložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 39 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 3: pralni prašek</i>	<i>Za besedna elementa „Premium quality“, zaznana v zvočni znamki, se šteje, da sta nerazlikovalna/opisna. Dodajanje pojočega glasu ne zadostuje za zagotovitev razlikovalnega učinka znamki kot celoti.</i>
 ZVOČNA ZNAMKA 40 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 3: pralni prašek</i>	<i>Dodajanje posebnega načina monotonega recitiranja besednih elementov „Premium quality“, zaznanih v zvoku, za katera se šteje, da sta sama po sebi nerazlikovalna/opisna, ne zadostuje za zagotovitev razlikovalnega učinka znamki kot celoti.</i>
 ZVOČNA ZNAMKA 41 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 3: pralni prašek</i>	<i>Dodajanje pojočega glasu in posebne reklamne melodije besednima elementoma „Premium quality“, zaznanima v zvoku, za katera se šteje, da sta sama po sebi nerazlikovalna/opisna, ne zadostuje za zagotovitev razlikovalnega učinka znamki kot celoti.</i>

Ni mogoče izključiti, da bi lahko posebna razporeditev različnih elementov zvoka, ki je nenavadna in jo bo lahko potrošnik zlahka prepoznal kot označbo trgovskega izvora, zadostovala za zagotovitev razlikovalnega učinka znamki kot celoti. Poudariti je treba, da prijavitelj za nerazlikovalne/opisne besedne elemente ne bo pridobil izključnih pravic in da bo obseg varstva omejen na celoten vtis zvočne znamke.

Razlikovalni učinek		
Zvočna znamka	Blago in storitve	Obrazložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 42 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 31: sveže banane</i>	<i>Besedni element, za katerega se načeloma lahko šteje, da je sam po sebi nerazlikovalen/opisen, ni jasno razumljiv, kombinacija z melodijo in načinom, na katerega je beseda zapeta, pa zadostuje, da je prepoznan kot označba trgovskega izvora in da se zagotovi razlikovalni učinek zvočni znamki kot celoti.</i>

3.3 Znamke gibanja

Kot je že navedeno v delu A, oddelku 1.2 – Znamke gibanja, ki je namenjen formalnim zahtevam, opredelitev znamk gibanja ni omejena na znamke, ki prikazujejo samo gibanje. Kot znamka gibanja se zato lahko razvrsti znak, ki prikazuje spremembo položaja elementov, spremembo barve ali spremembo elementov, ki jih vsebuje.

3.3.1 Zaznavanje potrošnikov – znamke gibanja

Kako bo javnost zaznavala razlikovalni učinek znamk gibanja, je neločljivo povezano s tem, v kolikšni meri je znamka povezana z blagom in storitvami. Potrošnik bo znamko verjetneje zaznal kot označbo trговskega izvora, če med znamko ter blagom in storitvami ni mogoče vzpostaviti nobene povezave. Potrošniki kot označbe trговskega izvora po navadi zaznavajo tradicionalne vrste znamk, kot so besedne in figurativne znamke. Ker se v strategijah znamčenja vse pogosteje uporabljajo znaki, ki vsebujejo gibanje in gibljive slike, jih bodo tudi potrošniki verjetneje zaznali kot označbe trговskega izvora.

Za analizo zaznavanja potrošnikov je mogoče znamke gibanja razvrstiti v skupine vsaj na naslednja načina:

- gibanje, ki ga je mogoče zaznavati kot neločljivo povezan funkcionalni element samega blaga ali storitev ali ki se uporablja za upravljanje tega blaga;
- gibanje, ki vsebuje besedne in/ali figurativne elemente.

Javnost znamke gibanja, ki se zaznavajo kot neločljivo povezan funkcionalni element samega blaga ali storitev ali ki se uporabljajo za upravljanje tega blaga, na splošno ne bo zaznavala kot označbo trговskega izvora, temveč zgolj kot funkcionalne značilnosti.



Gibanje, ki ni povezano z blagom ali storitvami, bi se lahko zaznavalo kot označbe trговskega izvora, če to gibanje niso funkcije blaga ali storitev ali če to gibanje ni povezano z njimi in če ustvarja nek vtis, s čimer bo pri potrošniku vzbudilo neko obliko pozornosti, da ga bo ta lahko prepoznal kot znamko.



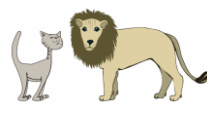
Kako bo javnost zaznavala znamke gibanja, ki vsebujejo besedne ali figurativne elemente, je odvisno od dodanega gibanja in od tega, ali je besedni ali figurativni element glede na svojo velikost in položaj jasno prepoznaven v znaku. Če v znaku noben element ne odvrta potrošnikove pozornosti od besednega ali figurativnega elementa, bo zaznavanje na splošno enako kot zaznavanje besedne ali figurativne znamke z enakim elementom. Znamke, pri katerih je mogoče vzpostaviti povezavo med znamko ter blagom in storitvami, se ne bodo zaznavale kot označbe trговskega izvora.

Kako bo potrošnik zaznal znamko, sestavljeno iz kombinacije različnih skupin, je odvisno od znamke same ter njenih morebitnih povezav z blagom in storitvami.



3.3.2 Znamke gibanja s svojstvenim razlikovalnim učinkom

Pri presoji razlikovalnega učinka te vrste znamk se bo na splošno štelo, da imajo razlikovalni učinek, če vsebujejo razlikovalni besedni in/ali figurativni element, ki se giba ali spreminja svoj položaj, barvo in/ali elemente, tudi če gibanje ali sprememba položaja sama po sebi morda ni razlikovalna.

Razlikovalni učinek		
Znamke gibanja	Blago in storitve	Obrazložitev
 ZNAMKA GIBANJA 18 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 9: računalniki</i>	<i>Glede na to, da znamka gibanja vsebuje besedni element „Gerivan“, za katerega se šteje, da je sam po sebi razlikovalen, ima ta znamka kljub temu, da se za gibanje šteje, da je samo po sebi nerazlikovalno, razlikovalni učinek.</i>
 ZNAMKA GIBANJA 19 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 9: računalniki</i>	<i>Glede na to, da znamka gibanja vsebuje besedni element „Gerivan“, za katerega se šteje, da je sam po sebi razlikovalen, ima ta znamka kljub temu, da se za</i>


		<i>gibanje šteje, da je samo po sebi nerazlikovalno, razlikovalni učinek.</i>
 ZNAMKA GIBANJA 20 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 9: računalniki	<i>Za figurativni element v znamki gibanja se šteje, da je sam po sebi razlikovalen. Zaradi kombinacije z barvami, ki se spreminjajo, ga bo potrošnik zaznal kot označbo trgovskega izvora za blago, za katero je vložena prijava.</i>
 ZNAMKA GIBANJA 21 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 41: zagotavljanje filmov za razvedrilo	<i>Za figurativni element, ki se giba v znamki gibanja, se šteje, da je sam po sebi razlikovalen, in potrošnik ga bo zaznal kot označbo trgovskega izvora za storitve, za katere je vložena prijava.</i>
 ZNAMKA GIBANJA 22 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 41: zagotavljanje filmov za razvedrilo	<i>Za različna elementa, ki se pojavita v znamki, se šteje, da sta sama po sebi razlikovalna, in potrošnik bo celoto zaznaval kot označbo trgovskega izvora za storitve, za katere je vložena prijava.</i>

Kadar znamka gibanja prikazuje element, ki ga ni mogoče razumeti ali opredeliti, saj ne izraža pomena ali ustvarja povezave z blagom in/ali storitvami, se bo zanjo štelo, da ima razlikovalni učinek, če jo bo potrošnik lahko prepoznal kot označbo trgovskega izvora.

Z razlikovalnim učinkom		
Znamke gibanja	Blago in storitve	Obrazložitev
 ZNAMKA GIBANJA 23 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 3: pralni prašek	<i>Ta znamka gibanja vsebuje gibljivo abstraktno sliko, ki jo bo potrošnik lahko prepoznal kot označbo trgovskega izvora, zato lahko opravlja funkcijo znamke.</i>
 ZNAMKA GIBANJA 24 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 36: Finančne storitve	<i>Ta znamka gibanja vsebuje abstraktno sliko, ki spreminja svojo obliko in barvo in jo bo potrošnik lahko prepoznal kot označbo trgovskega izvora, zato lahko opravlja funkcijo znamke.</i>

3.3.3 Znamke gibanja brez razlikovalnega učinka

Kadar znamko gibanja sestavlja gibanje, ki ga proizvajajo blago in/ali storitve ali ki je povezano z blagom in/ali storitvami ali drugimi njihovimi zadevnimi značilnostmi, jo bo potrošnik načeloma zaznal zgolj kot funkcionalni element blaga in/ali storitev ali za blago in/ali storitve, zato se bo za znamko gibanja štelo, da nima razlikovalnega učinka.

Brez razlikovalnega učinka		
Znamke gibanja	Blago in storitve	Obrazložitev
 <p>ZNAMKA GIBANJA 25 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p>Razred 7: verižne žage</p>	<p>Potrošnik tega gibanja ne bo zaznaval kot znamko, temveč samo kot gibanje, ki ga proizvaja blago, zato se zanj šteje, da nima razlikovalnega učinka.</p>


Kadar znamko gibanja sestavlja nerazlikovalni/opisni/splošni besedni in/ali figurativni element, ki se giba ali spreminja svoj položaj, barvo in/ali elemente, se bo zanjo štelo, da nima razlikovalnega učinka, razen če gibanje samo po sebi zadostuje za odvratanje pozornosti od sporočila nerazlikovalnega/opisnega besednega ali figurativnega elementa. V takih primerih bi bilo treba upoštevati skupna načela iz CP 3⁽¹⁷⁾, pri čemer je treba opozoriti, da se ta načela ne bodo uporabljala za gibanje ali spremembo položaja, barve in/ali elementov.

Ni pa mogoče izključiti, da bi lahko določeno gibanje, ki je samo po sebi nenavadno in izstopajoče ali ustvarja nenavaden ali izstopajoč vizualni učinek, zadostovalo za zagotovitev razlikovalnega učinka znamki gibanja v njenem celotnem vtisu, kot je to v spodnjem primeru, označenem kot znamka z razlikovalnim učinkom. Poleg tega je treba poudariti, da prijavitelj za nerazlikovalne/opisne besedne elemente ne bo pridobil izključnih pravic in da bo obseg varstva omejen na celoten vtis znamke gibanja.



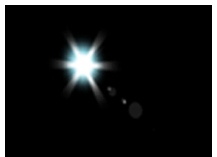
Brez razlikovalnega učinka		
Znamke gibanja	Blago in storitve	Obrazložitev
<p>PREMIUM</p> <p>ZNAMKA GIBANJA 26 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p>Razred 3: pralni prašek</p>	<p>Glede na to, da gibanje nerazlikovalnega/opisnega besednega elementa „Premium“ ni nenavadno ali izstopajoče, potrošnik znaka ne more prepoznati kot označbo trgovskega izvora, zato se za znamko gibanja šteje, da nima razlikovalnega učinka.</p>
<p>ORGANIC</p> <p>ZNAMKA GIBANJA 27 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p>Razred 3: pralni prašek</p>	<p>Dodajanje gibanja ne zadostuje za odvratanje pozornosti od sporočila nerazlikovalnega/opisnega besednega elementa „Organic“, zato se za znamko gibanja šteje, da nima razlikovalnega učinka.</p>
<p>PREMIUM</p> <p>ZNAMKA GIBANJA 28 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p>Razred 3: pralni prašek</p>	<p>Glede na to, da gibanje nerazlikovalnega/opisnega besednega elementa „Premium“ ni nenavadno ali izstopajoče, potrošnik znaka ne more prepoznati kot označbo trgovskega izvora, zato se za znamko gibanja šteje, da nima razlikovalnega učinka.</p>

⁽¹⁷⁾ <https://www.tmdn.org/network/documents/10181/913e69df-9e9c-4ed5-aaad-71011d2b3390>.

<p style="text-align: center;">PREMIUM ZNAMKA GIBANJA 29</p> <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p style="text-align: center;"><i>Razred 3: pralni prašek</i></p>	<p><i>Dodajanje gibanja ne zadostuje za odvrčanje pozornosti od sporočila nerazlikovalnega/opisnega besednega elementa „Premium“, zato se za znamko gibanja šteje, da nima razlikovalnega učinka.</i></p>
---	---	---

Z razlikovalnim učinkom		
Znamka gibanja	Blago in storitve	Obrazložitev
 <p style="text-align: center;">ZNAMKA GIBANJA 30</p> <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p style="text-align: center;"><i>Razred 3: pralni prašek</i></p>	<p><i>Posebno gibanje, dodano nerazlikovalnemu/opisnemu besednemu elementu „Eco“, ustvarja nenavaden in izstopajoč vizualni učinek, ki zadostuje za zagotovitev razlikovalnega učinka znamki kot celoti.</i></p>

Poleg tega potrošnik znamk gibanja ne bi zaznal kot označbo trgovskega izvora, če nanj ne bi naredile trajnega vtisa, zato bi se zanje štelo, da nimajo razlikovalnega učinka.

Brez razlikovalnega učinka		
Znamke gibanja	Blago in storitve	Obrazložitev
 <p style="text-align: center;">ZNAMKA GIBANJA 31</p> <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p style="text-align: center;"><i>Razred 39: potovalne storitve</i></p>	<p><i>To gibanje vsebuje preveč elementov, da bi lahko na potrošnika naredilo trajen vtis, zato nima svojstvenega razlikovalnega učinka in ga potrošnik ne bo zaznal kot označbo trgovskega izvora.</i></p>
 <p style="text-align: center;">ZNAMKA GIBANJA 32</p> <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p style="text-align: center;"><i>Razred 9: računalniška strojna oprema</i></p>	<p><i>To gibanje vsebuje preveč elementov, da bi lahko na potrošnika naredilo trajen vtis, zato nima svojstvenega razlikovalnega učinka in ga potrošnik ne bo zaznal kot označbo trgovskega izvora.</i></p>
 <p style="text-align: center;">ZNAMKA GIBANJA 33</p> <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p style="text-align: center;"><i>Razred 3: pralni prašek</i></p>	<p><i>Vsakdanjost elementa tega gibanja v kombinaciji s kratkotrajnostjo slike, ki se pojavi v video datoteki, na potrošnika ne naredi trajnega vtisa, zato nima svojstvenega razlikovalnega učinka in ga potrošnik ne bo zaznal kot označbo trgovskega izvora.</i></p>

3.4 Multimedijske znamke

Kot je v tem dokumentu že navedeno v delu A, oddelku 1.3 – Multimedijske znamke, ki je namenjen formalnim zahtevam, je multimedijska znamka znamka, ki je sestavljena iz kombinacije slike in zvoka ali ju zajema, vsa načela, ki se uporabljajo za zvočne znamke in znamke gibanja, pa se uporabljajo tudi za to vrsto znamke.

3.4.1 Zaznavanje potrošnikov – multimedijske znamke

Kako bo javnost zaznavala razlikovalni učinek multimedijskih znamk, je neločljivo povezano s tem, v kolikšni meri je znamka povezana z blagom in storitvami. Potrošnik bo znamko verjetneje zaznal kot označbo trgovskega izvora, če med znamko ter blagom in storitvami ni mogoče vzpostaviti nobene povezave. Potrošniki kot označbe trgovskega izvora po navadi zaznavajo tradicionalne vrste znamk, kot so besedne in figurativne znamke. Ker pa se v strategijah znamčenja vse pogosteje uporabljajo znaki, ki vsebujejo kombinacijo slike in zvoka, jih bodo potrošniki verjetneje zaznavali kot označbe trgovskega izvora.



Multimedijske znamke so sestavljene iz zvočnih in slikovnih elementov, ki so lahko po naravi besedni ali figurativni, z gibanjem ali brez njega. Potrošnik bi verjetneje znamko zaznal kot označbo trgovskega izvora, če nobeden od teh elementov ni povezan z blagom ali storitvami, za katere je vložena prijava.

Če multimedijska znamka vsebuje besedni, figurativni ali zvočni element in potrošnik lahko vzpostavi povezavo med temi elementi ter blagom in storitvami, za katere je vložena prijava, bo zaznavanje na splošno enako kot za zvočno znamko ali znamko gibanja z enakimi elementi. Zaznavanje zvočnih in slikovnih elementov v multimedijski znamki je lahko različno, kar je odvisno od njihovih posameznih sestavnih delov (besednih, figurativnih in zvočnih). Kako bo potrošnik zaznaval znamko, je odvisno od skupne kombinacije sestavnih delov in morebitnih povezav med njimi ter blagom in storitvami.



3.4.2 Multimedijske znamke s svojstvenim razlikovalnim učinkom

Kadar se vsaj za en element multimedijske znamke, bodisi za zvok bodisi za sliko, šteje, da je sam po sebi razlikovalen, se bo za znamko kot celoto na splošno štelo, da ima razlikovalni učinek. Poleg tega je treba poudariti, da bo obseg varstva multimedijske znamke, kadar je ta sestavljena iz razlikovalnih in nerazlikovalnih/opisnih/splošnih elementov, omejen na celoten vtis multimedijske znamke, nerazlikovalnim/opisnim elementom samim pa ne bodo dodeljene izključne pravice.

Z razlikovalnim učinkom		
Multimedijske znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 11 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 12: avtomobili	Za sliko in zvok se šteje, da sta sama po sebi razlikovalna, zato ima multimedijska znamka razlikovalni učinek.
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 12 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 31: živalska krmila	Stilizirana mačka, ki spreminja barve, v kombinaciji z razlikovalnim besednim elementom „Gerivan“ daje znamki razlikovalni učinek.
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 13 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 31: sveže banane	Čeprav se za sliko šteje, da je nerazlikovalna/opisna za blago, za katero je vložena prijava, kombinacija z razlikovalnim besednim elementom, zaznanim v multimedijski znamki, zagotavlja znamki razlikovalni učinek.
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 14	Razred 12: avtomobili	Čeprav se bo za zvok, zaznan v multimedijski znamki „Premium“, štelo, da je sam po sebi nerazlikovalen/opisen za blago, za katero je vložena prijava, njegova

Za reproduciranje kliknite na sliko		<i>kombinacija z razlikovalnim elementom, sestavljenim iz črk, s katerimi se na zaslonu izpiše „Gerivan“, zagotavlja znamki kot celoti razlikovalni učinek.</i>
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 15 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 12: avtomobili</i>	<i>Čeprav se za melodijo, zaznano v multimedijški znamki, šteje, da je nerazlikovalna za blago, za katero je vložena prijava, kombinacija z razlikovalno sliko zagotavlja znamki kot celoti razlikovalni učinek.</i>
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 16 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 29: sardine</i>	<i>Čeprav se za sliko šteje, da je nerazlikovalna/opisna za blago, za katero je vložena prijava, kombinacija z razlikovalnim besednim elementom zagotavlja znamki kot celoti razlikovalni učinek.</i>

Kadar potrošnik lahko prepozna multimedijško znamko, ki vsebuje element, ki ga ni mogoče razumeti ali opredeliti, saj ne izraža pomena, se bo za znamko štelo, da ima razlikovalni učinek.

Z razlikovalnim učinkom		
Multimedijske znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 17 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 12: avtomobili</i>	<i>Potrošnik lahko kombinacijo melodije z abstraktno sliko, ki spreminja obliko in barvo, prepozna kot označbo trgovskega izvora.</i>
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 18 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 12: avtomobili</i>	<i>Zaradi kombinacije abstraktne slike, ki spreminja obliko in položaj, ter zvoka, ki vsebuje izmišljeni besedni element, lahko potrošnik znamko prepozna kot označbo trgovskega izvora.</i>




3.4.3 Multimedijske znamke brez razlikovalnega učinka

Enako se bo v skladu z načeli, ki se uporabljajo za zvočne znamke in znamke gibanja, za multimedijško znamko, ki vsebuje kombinacijo nerazlikovalne/opisne/splošne slike oziroma slik z nerazlikovalnim zvokom oziroma zvoki in gibanjem, na splošno štelo, da nima razlikovalnega učinka.

Poleg tega bi bilo treba pri presoji razlikovalnega učinka multimedijških znamk upoštevati tudi skupna načela iz CP 3, in sicer takrat, ko znamka vsebuje nerazlikovalni izraz, ki vključuje figurativne značilnosti. Poudariti je treba, da prijavitelj za nerazlikovalne/opisne besedne elemente ne bo pridobil izključnih pravic in da bo obseg varstva omejen na celoten vtis multimedijške znamke.


Brez razlikovalnega učinka		
Multimedijske znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
 <p>MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 19 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 31: sveže banane	Za multimedijsko znamko se šteje, da je nerazlikovalna/ opisna, ker vsebuje kombinacijo nerazlikovalne gibljive slike in nerazlikovalnega zvoka, ki se uporablja tudi za opis kakovosti blaga.
 <p>MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 20 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 29: sardine	Za multimedijsko znamko se šteje, da je nerazlikovalna/ opisna, ker vsebuje kombinacijo nerazlikovalne slike in nerazlikovalnega zvoka, ki se uporablja tudi za opis same slike.

Poleg tega potrošnik multimedijskih znamk, ki ne naredijo trajnega vtisa nanj, ne bi zaznal kot označb trgovskega izvora, zato bi se zanje štelo, da nimajo razlikovalnega učinka.

Brez razlikovalnega učinka		
Multimedijske znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
 <p>MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 21 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 39: potovalne storitve	Vizualne značilnosti in zvok te multimedijske znamke vsebujejo preveč elementov, da bi lahko naredili trajen vtis na potrošnika, zato znamka nima svojstvenega razlikovalnega učinka in je potrošnik ne bo zaznal kot označbo trgovskega izvora.
 <p>MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 22 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 9: računalniška strojna oprema	Vizualne značilnosti in zvok te multimedijske znamke vsebujejo preveč elementov, da bi lahko naredili trajen vtis na potrošnika, zato znamka nima svojstvenega razlikovalnega učinka in je potrošnik ne bo zaznal kot označbo trgovskega izvora.
 <p>MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 23 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 3: pralni prašek	Vsakdanost slike in zvoka tega znaka v kombinaciji s kratkotrajnostjo video posnetka na potrošnika ne naredi trajnega vtisa, zato znak nima svojstvenega razlikovalnega učinka in ga potrošnik ne bo zaznal kot označbo trgovskega izvora.

Čeprav multimedijska znamka vsebuje povsem nerazlikovalne/ opisne/ splošne slike in/ ali zvoke, je še vedno lahko sprejeta na podlagi absolutnih razlogov, če vsebuje druge elemente, ki prispevajo k zagotavljanju razlikovalnega učinka znamke kot celote.

V tem smislu multimedijška znamka, ki vsebuje nerazlikovalne/opisne/splošne slike in zvoke, ne more temeljiti izključno na teh elementih, obravnavanih samih po sebi. Multimedijški znamki bi taka kombinacija lahko omogočala opravljanje njene bistvene funkcije pri uporabi za nekatero blago in storitve, kar bi znamki kot celoti zagotavljalo razlikovalni učinek. Poleg tega je treba poudariti, da prijavitelj za nerazlikovalne/opisne besedne elemente ne bo pridobil izključnih pravic in da bo obseg varstva znamke omejen na celoten vtis multimedijške znamke.

Z razlikovalnim učinkom		
Multimedijška znamka	Blago in storitve	Obrazložitev
 <p>MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 24 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 31: živalska krmila	<i>Rezultat nenavadne kombinacije slike in zvoka je celoten vtis, ki je kot celota dovolj razlikovalen.</i>

3.5 Holografske znamke

Kot je v tem dokumentu že navedeno v delu A, oddelku 1.4 – Holografske znamke, ki je namenjen formalnim zahtevam, je holografska znamka znamka, ki jo sestavljajo elementi s holografskimi značilnostmi.

3.5.1 Zaznavanje potrošnikov – holografske znamke

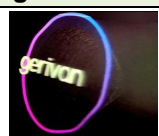
Kako bo javnost zaznavala razlikovalni učinek holografskih znamk, je neločljivo povezano s tem, v kolikšni meri je znamka povezana z blagom in storitvami. Potrošnik bo znamko verjetneje zaznal kot označbo trgovskega izvora, če med znamko ter blagom in storitvami ni mogoče vzpostaviti nobene povezave. Vendar je treba upoštevati, da je za potrošnike verjetneje, da kot označbe trgovskega izvora po navadi zaznavajo tradicionalne vrste znamk, kot so besedne in figurativne znamke.


Holografske znamke, sestavljene izključno iz besednih in figurativnih elementov, se na splošno ne bodo zaznavale kot označbe trgovskega izvora, če je mogoče vzpostaviti povezavo med znamko ter blagom in storitvami. Poleg tega bo presoja odvisna od holografskega učinka in od tega, ali je besedni ali figurativni element glede na svojo velikost in položaj v znaku jasno prepoznaven.

Kako bo potrošnik zaznaval znamko, je odvisno od skupne kombinacije sestavnih delov in morebitnih povezav med njimi ter blagom in storitvami.

3.5.2 Holografske znamke s svojstvenim razlikovalnim učinkom

Kadar je holografska znamka sestavljena iz besednega in/ali figurativnega elementa, ki je sam po sebi razlikovalen, se bo zanjo štelo, da ima kot celota razlikovalni učinek, tudi če holografske značilnosti, dodane tem elementom, niso razlikovalne, obseg varstva znamke pa bo omejen na celoten vtis holografske znamke.

Z razlikovalnim učinkom		
Holografske znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
 <p>HOLOGRAFSKA ZNAMKA 7</p>	Razred 12: avtomobili	<i>Kombinacija razlikovalnega besednega in figurativnega elementa v holografski znamki daje holografski znamki kot celoti razlikovalni učinek.</i>

Za reproduciranje kliknite na sliko		
 <p>HOLOGRAFSKA ZNAMKA 8</p> <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 12: avtomobili	Kombinacija razlikovalnega besednega in figurativnega elementa v holografski znamki daje holografski znamki kot celoti razlikovalni učinek.

Če bo lahko potrošnik holografsko znamko, ki prikazuje element, ki ga ni mogoče razumeti ali opredeliti, saj ne izraža pomena ali ustvarja povezave z blagom in/ali storitvami, prepoznal kot označbo trgovskega izvora, se bo zanjo štelo, da ima razlikovalni učinek.

3.5.3 Holografske znamke brez razlikovalnega učinka

Kadar holografsko znamko sestavlja nerazlikovalni/opisni/splošni besedni in/ali figurativni element, se bo zanjo štelo, da nima razlikovalnega učinka.

Holografski učinek, dodan nerazlikovalnemu besednemu in/ali figurativnemu elementu, na splošno ne bo nujno zadostoval za zagotovitev razlikovalnega učinka znamki, saj ga bo potrošnik zaznal zgolj kot nezanimiv ali okrasni element, ne glede na to, ali se nanaša na blago in/ali storitve, za katere je vložena prijava.

Pri presoji razlikovalnega učinka figurativnih in/ali besednih elementov holografske znamke bi bilo treba upoštevati skupna načela CP 3, vendar se ta načela ne bodo nujno uporabljala za sam holografski učinek. Da bi se za holografsko znamko štelo, da ima kot celota razlikovalni učinek, mora potrošnik vse nerazlikovalne/opisne elemente s holografskimi značilnostmi prepoznati kot označbo trgovskega izvora. Poleg tega je treba poudariti, da bo obseg varstva znamke omejen na celoten vtis holografske znamke.

Brez razlikovalnega učinka		
Primer morebitnega prikaza holograma ⁽¹⁸⁾	Blago in storitve	Obrazložitev
Hologram, prikazan v formatu MP4, ki je sestavljen iz besednega elementa „Premium“ v enostavni pisavi, ki se pri gibanju in ob ustrezni osvetlitvi zdi večji in v drugačni pisavi.	Razred 3: pralni prašek	Holografski učinek, dodan nerazlikovalnemu/opisnemu besednemu elementu „Premium“, ne zadostuje za odvrčanje pozornosti od sporočila besednega elementa. Potrošnik bo preprosto spremembo velikosti in pisave zaznal zgolj kot nezanimiv in okrasni element, zato holografska znamka nima razlikovalnega učinka.

4 Nove vrste znamk, ki se lahko uporabljajo za opis blaga ali storitev ali njihovih značilnosti – člen 4(1)(c) direktive o blagovni znamki

4.1 Splošni vidiki

V skladu s členom 4(1)(c) direktive o blagovni znamki

⁽¹⁸⁾ Ta preglednica in naslednje na strani 39 so samo za ponazoritev in so navedene brez poseganja v zahteve za prikaz holografskih znamk iz Skupnega sporočila o prikazu novih vrst znamk.

se znamke, ki jih sestavljajo izključno znaki ali označbe, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo vrsto, kakovost, količino, namen, vrednost, geografsko poreklo ali čas proizvodnje blaga ali opravljanja storitev ali druge lastnosti blaga ali storitev, ne registrirajo, ali se, če so registrirane, ugotovijo za nične.

Splošna merila za presojo razlikovalnega učinka tradicionalne znamke se uporabljajo enako za nove vrste znamk; pri presoji opisnosti besednih in/ali figurativnih elementov, ki jih vsebuje nova vrsta znamke, se morajo uporabljati uveljavljena načela za presojo opisnosti tradicionalnih znamk ali njihovih sestavnih delov.

Sodišče meni, da je s sposobnostjo znamke, da opravlja svojo bistveno funkcijo, povezan javni interes, na katerem temelji člen 4(1)(c) direktive o blagovni znamki, to je zagotoviti, da lahko opisne znake ali označbe, ki se nanašajo na značilnosti blaga ali storitev, za katere se zahteva registracija, prosto uporabljajo vsi ponudniki takega blaga in/ali storitev, da se prepreči, da bi te znake ali označbe, ker bi bili registrirani kot znamke, uporabljalo samo eno podjetje. V tem smislu mora znamka zagotavljati jamstvo, da je vse blago ali storitve, ki jih označuje, bilo izdelano ali dobavljeno pod nadzorom enega podjetja, ki lahko odgovarja za njihovo kakovost ⁽¹⁹⁾.

Glede na navedeno in v skladu z ustaljeno sodno prakso mora biti vsaka znamka, ki jo sestavlja izključno znak ali označba, ki lahko označuje značilnosti blaga ali storitve v smislu člena 4(1)(c) direktive o blagovni znamki, vsem prosto na voljo in je ni mogoče registrirati ⁽²⁰⁾.


Pri presoji opisnosti ima zato pomembno vlogo povezava ali odnos med znakom ter blagom in storitvami, za katere se zahteva registracija.

Poleg tega je treba pri presoji opisnosti vsake nove vrste znamke upoštevati tudi zaznavanje javnosti, kot je določeno v oddelku 3 dela B tega dokumenta.

V naslednjih pododdelkih so prikazani različni opisni in neopisni primeri v zvezi z blagom in/ali storitvami. Poudariti je treba, če se za nekatere primere šteje, da so neopisni, to še ne pomeni, da ne obstajajo razlogi za zavrnitev na podlagi drugih razlogov iz člena 4(1) direktive o blagovni znamki.

4.2 Zvočne znamke

Če je mogoče zlahka vzpostaviti povezavo med zvokom oziroma zvoki, zaznanimi v znamki, ter blagom in storitvami, za katere je vložena prijava, ali njihovimi značilnostmi, se bo za zvočno znamko na splošno štelo, da je opisna.

Opisne		
Zvočne znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 43 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 31: živalska krmila	<i>Povezavo med zvokom in blagom, za katero je vložena prijava, je mogoče zlahka vzpostaviti, zato se za zvočno znamko šteje, da opisuje zadevno blago.</i>

Nasprotno pa se za zvočno znamko na splošno ne bo štelo, da je opisna, kadar je jasno, da med zvokom, zaznanim v znamki, ter blagom in/ali storitvami ali njihovimi značilnostmi ni nobene povezave.




⁽¹⁹⁾ Glej sodbe z dne 18. junija 2002, Philips/Remington, C-299/99, EU:C:2002:377, § 30; z dne 16. septembra 2004, SAT.2, C-329/02 P, EU:C:2004:532, § 23; z dne 15. marca 2012, NAI-Natur-Aktien-Index, et. al., v združenih zadevah C-90/11 in C-91/11, EU:C:2012:147, § 31; z dne 8. aprila 2003, Linde, C-53/01, C-54/01 in C-55/01, EU:C:2003:206, § 73, z dne 6. maja 2003, Libertel, C-104/01, EU:C:2003:244, § 52; z dne 12. februarja 2004, Postkantoor, C-363/99, EU:C:2004:86, § 54, in z dne 4. maja 1999, Chiemsee, v združenih zadevah C-108/97 in C-109/97, EU:C:1999:230, § 25.

⁽²⁰⁾ Glej sodbo z dne 8. aprila 2003, Linde, C-53/01, C-54/01 in C-55/01, EU:C:2003:206, § 74.



Se ne štejejo za opisne		
Zvočne znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 44 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 11: stranišča	Jasno je, da zvok kravjega mukanja nikakor ni povezan z blagom, za katerega je vložena prijava, zato se za zvok šteje, da ne opisuje značilnosti blaga.
 ZVOČNA ZNAMKA 45 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 25: oblačila	Jasno je, da ne obstaja nobena povezava z blagom, za katerega je vložena prijava, zato se za zvok šteje, da ne opisuje značilnosti blaga.
 ZVOČNA ZNAMKA 46 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 39: prevozne storitve	Jasno je, da ne obstaja nobena povezava s storitvami, za katere je vložena prijava, zato se za zvok šteje, da ne opisuje značilnosti storitev.

4.3 Znamke gibanja

Če element oziroma elementi v znamki gibanja realistično prikazujejo blago in/ali storitve, za katere je vložena prijava, ali povezani postopek ali če je mogoče zlahka vzpostaviti povezavo z blagom in/ali storitvami, za katere je vložena prijava, ali njihovimi značilnostmi, se bo za znamko gibanja na splošno štelo, da je opisna. To velja zlasti, kadar se gibljivi element oziroma elementi ne razlikujejo od resnične podobe prikaza zadevnega blaga in/ali storitev.

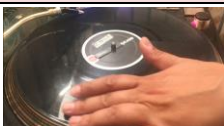

Opisne		
Znamke gibanja	Blago in storitve	Obrazložitev
 ZNAMKA GIBANJA 34 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 41: storitve disc jockeyev	Glede na to, da elementi v znamki gibanja realistično prikazujejo storitve, za katere je vložena prijava, se za znamko šteje, da opisuje vrsto storitev.
 ZNAMKA GIBANJA 35 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 31: sveže banane	Glede na to, da elementi v znamki gibanja realistično prikazujejo blago, za katero je vložena prijava, se za znamko šteje, da opisuje značilnost blaga.
 ZNAMKA GIBANJA 36 Za reproduciranje kliknite na sliko	Razred 31: sveže banane	Gibanje opisnemu besednemu elementu ne daje razlikovalnega učinka.

Kadar pa elementi v znamki gibanja prikazujejo neobičajno podobo blaga in/ali storitev, za katere je vložena prijava, če se povezani postopek bistveno razlikuje od resnične podobe prikaza tega blaga in/ali storitev ali če ni mogoče zlahka vzpostaviti nobene povezave z blagom in/ali storitvami, se za znamko gibanja na splošno ne bo štelo, da je opisna.

Se ne štejejo za opisne		
Znamke gibanja	Blago in storitve	Obrazložitev
 <p>ZNAMKA GIBANJA 37 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 29: sardine	Čeprav je podoba sardine vsakdanja, se za znamko gibanja ne šteje, da opisuje vrsto blaga, ker sardina lebdi v vesolju, zato se kot celota bistveno razlikuje od resničnega prikaza blaga, za katerega je vložena prijava.
 <p>ZNAMKA GIBANJA 38 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 29: sardine	Za znamko gibanja se ne šteje, da opisuje vrsto blaga, ker se podoba sardine bistveno razlikuje od resničnega prikaza blaga, za katero je vložena prijava.



4.4 Multimedijske znamke

Kadar slikovni in zvočni elementi multimedijske znamke realistično prikazujejo blago in/ali storitve, za katere je vložena prijava, ali povezani postopek ali če je mogoče zlahka vzpostaviti povezavo z blagom in/ali storitvami, za katere se zahteva varstvo, ali njihovimi značilnostmi, se bo za multimedijsko znamko na splošno štelo, da je opisna. To velja zlasti, kadar se elementi v multimedijski znamki ne razlikujejo od resnične podobe prikaza zadevnega blaga in/ali storitev.

Opisne		
Multimedijske znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
 <p>MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 25 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 41: storitve disc jockeyev	Znamka je sestavljena iz opisnega zvoka in realističnega prikaza storitev na sliki, zato se za multimedijsko znamko šteje, da opisuje vrsto storitev.
 <p>MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 26 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 31: sveže banane	Znamka je sestavljena iz opisnega zvoka in realističnega prikaza blaga na gibljivi sliki, zato se za multimedijsko znamko šteje, da opisuje vrsto blaga.

Ne glede na zgoraj navedeno, kadar slika oziroma slike in zvok oziroma zvokovi multimedijske znamke prikazujejo neobičajno podobo blaga in/ali storitev, za katere je vložena prijava, ali povezanega postopka ali če ni mogoče zlahka vzpostaviti nobene povezave z blagom in/ali storitvami, za katere se zahteva varstvo, ali njihovimi značilnostmi, se za multimedijsko znamko na splošno ne bo štelo, da je opisna.

Se ne štejejo za opisne		
Multimedijske znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
	Razred 29: sardine	Čeprav je podoba sardine

 <p>MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 27 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>		<p>vsakdanja, se za multimedijško znamko ne šteje, da opisuje vrsto blaga, ker sardina lebdi v vesolju, zato se kot celota bistveno razlikuje od resničnega prikaza blaga, za katero je vložena prijava.</p>
 <p>MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 28 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	<p>Razred 29: sardine</p>	<p>Za multimedijško znamko se ne šteje, da opisuje vrsto blaga, ker se podoba sardine bistveno razlikuje od resničnega prikaza blaga, za katero je vložena prijava.</p>

4.5 Holografske znamke

Kadar elementi v holografski znamki realistično prikazujejo blago in/ali storitve, za katere je vložena prijava, ali če je mogoče zlahka vzpostaviti povezavo z blagom in/ali storitvami, za katere je vložena prijava, ali njihovimi značilnostmi, se bo za holografsko znamko na splošno štelo, da je opisna.

To velja zlasti, kadar se elementi s holografskimi značilnostmi ne razlikujejo od resnične podobe prikaza zadevnega blaga in/ali storitev.

Opisne		
Primer morebitnega prikaza holograma	Blago in storitve	Obrazložitev
<p>Hologram, prikazan v formatu MP4, prikazuje običajno zaprto steklenico vina, ki med gibanjem ustvari spremenjeno sliko iste steklenice vina, vendar odmašene.</p>	<p>Razred 33: vino</p>	<p>Znamka je sestavljena iz opisnega figurativnega elementa s holografskimi značilnostmi, ki realistično prikazuje blago, za katero je vložena prijava, zato se za holografsko znamko šteje, da opisuje vrsto blaga.</p>

Kadar pa elementi v holografski znamki prikazujejo neobičajno podobo blaga in/ali storitev, za katere je vložena prijava, ki se bistveno razlikuje od resnične podobe tega blaga in/ali storitev ali z njimi nima nobene povezave, se za holografsko znamko na splošno ne bo štelo, da je opisna.

Se ne štejejo za opisne		
Primer morebitnega prikaza holograma	Blago in storitve	Obrazložitev
<p>Hologram, prikazan v formatu MP4, ki prikazuje sardino, za katero se ob ustrezni osvetlitvi zdi, da potuje skozi vesolje.</p>	<p>Razred 29: sardine</p>	<p>Čprav je podoba sardine vsakdanja, se za holografsko znamko ne šteje, da opisuje vrsto blaga, ker se zdi, da sardina potuje skozi vesolje, zato se to kot celota bistveno razlikuje od resničnega prikaza blaga, za katero je vložena prijava.</p>

5 Znaki, sestavljeni izključno iz zvoka, gibanja in kombinacije slike in zvoka, ki izhajajo iz narave blaga, so lahko nujni za doseg tehničnega učinka ali lahko dajejo blagu bistveno vrednost – člen 4(1)(e) direktive o blagovni znamki

V skladu s členom 4(1)(e) direktive o blagovni znamki „se naslednji znaki ne registrirajo ali se, če so registrirani, ugotovijo za nične: znaki, sestavljeni izključno iz:

- (i) oblike ali druge značilnosti, ki izhaja iz same narave blaga;
- (ii) oblike ali druge značilnosti blaga, ki je nujna za doseg tehničnega učinka;
- (iii) oblike ali druge značilnosti, ki blagu daje bistveno vrednost.“


Glavni cilj tega člena je preprečiti, da varstvo pravic iz znamke omogoči podjetju monopol nad tehničnimi rešitvami ali uporabnimi značilnostmi proizvoda, ki jih lahko uporabnik išče tudi pri konkurenčnih proizvodih ⁽²¹⁾. V skladu s tem bi moral ta člen preprečiti, da bi izključne in trajne pravice iz znamke lahko služile časovno neomejenemu podaljšanju trajanja drugih pravic intelektualne lastnine, kot so patenti ali modeli, za katere veljajo omejena obdobja varstva ⁽²²⁾.

Ni mogoče izključiti možnosti, da se lahko znak, sestavljen iz oblike ali drugih značilnosti blaga, za katero je vložena prijava, zavrne na podlagi člena 4(1)(b) in/ali (c) direktive o blagovni znamki. Člen 4(1)(e) direktive o blagovni znamki bi moral biti podlaga za zavrnitev, če oblika ali druge značilnosti izhajajo iz narave blaga, so nujne za doseg tehničnega učinka ali dajejo blagu bistveno vrednost. To je pomembno, saj če razlogi za zavrnitev znamke temeljijo na členu 4(1)(e) direktive o blagovni znamki, potem se te zavrnitvi ni mogoče izogniti z dokazovanjem, da je znamka pridobila razlikovalni učinek.

Pri presoji člena 4(1)(e)(i), (ii) in (iii) direktive o blagovni znamki zaznavanje javnosti ni odločilni element, ki ga je treba upoštevati, je pa lahko koristno merilo presoje, predvsem pri opredelitvi bistvenih značilnosti zadevnega znaka na podlagi člena 4(1)(e)(ii) in (iii) ⁽²³⁾. Zato lahko ugotovitve v zvezi z zaznavanjem javnosti za zvočne znamke, znamke gibanja in multimedijske znamke iz oddelka 3 dela B tega dokumenta veljajo tudi v okviru preizkušanja člena 4(1)(e)(i), (ii) in (iii) direktive o blagovni znamki. Vendar je treba poudariti, da v tem oddelku Skupne prakse CP 11 razlaga in uporaba člena 4(1)(e) direktive o blagovni znamki ne bosta analizirani, ker se ta razlaga ne nanaša izključno na nove vrste znamk.

V tem dokumentu bodo zato navedeni samo primeri zvokov, gibanja in kombinacije obojih, za katere se šteje, da je zoper njih mogoče vložiti ugovor na podlagi različnih razlogov iz člena 4(1)(e) direktive o blagovni znamki:


a) zvočne znamke

Zavrnitev na podlagi člena 4(1)(e)(i) direktive o blagovni znamki		
Zvočne znamke	Blago in storitve	Obrazložitev
 <p>ZVOČNA ZNAMKA 47 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	Razred 7: verižne žage	<i>Ta zvok izhaja iz narave blaga, za katero je vložena prijava, zato bo prijava zavrnjena na podlagi člena 4(1)(e)(i) direktive o blagovni znamki.</i>


⁽²¹⁾ Glej sodbi z dne 18. septembra 2014, Hauck, C-205/13, EU:C:2014:2233, § 18, 19 in 20, ter z dne 14. septembra 2010, Lego brick, C-48/09 P, EU:C:2010:516, § 43 v zvezi s členom 4(1)(e)(ii) direktive o blagovni znamki.

⁽²²⁾ Glej sodbi z dne 18. septembra 2014, Hauck, C-205/13, EU:C:2014:2233, § 18, 19 in 20, ter z dne 18. junija 2002, Philips/Remington, C-299/99, EU:C:2002:377, § 30 v zvezi s členom 4(1)(e)(ii) direktive o blagovni znamki.

⁽²³⁾ Glej sodbe z dne 23. aprila 2020, Gömböc Kutató, C-237/19, EU:C:2020:296, § 34–37 v zvezi s členom 4(1)(e)(ii) direktive o blagovni znamki in § 44–47 v zvezi s členom 4(1)(e)(iii) direktive o blagovni znamki; z dne 18. septembra 2014, Tripp Trapp, C-205/13, EU:C:2014:2233, § 34; z dne 14. septembra 2010, Lego brick, C-48/09 P, EU:C:2010:516, § 76, in z dne 23. aprila 2020, Gömböc Kutató, C-237/19, EU:C:2020:296, § 44.





 ZVOČNA ZNAMKA 48 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 26: zadrge</i>	<i>Ta zvok izhaja iz narave blaga, za katero je vložena prijava, zato bo prijava zavrnjena na podlagi člena 4(1)(e)(i) direktive o blagovni znamki.</i>
---	--------------------------	---

Zavrnitev na podlagi člena 4(1)(e)(ii) direktive o blagovni znamki

Zvočna znamka	Blago in storitve	Obrazložitev
 ZVOČNA ZNAMKA 49 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 9: na zvok občutljivi krmilni elementi za naprave za osvetljevanje</i>	<i>Ta zvočna znamka je sestavljena izključno iz zvoka, ki je nujen za dosego tehničnega učinka, zato ne more predstavljati znamke.</i>


b) znamke gibanja

Zavrnitev na podlagi člena 4(1)(e)(ii) direktive o blagovni znamki

Znamke gibanja	Blago in storitve	Obrazložitev
 ZNAMKA GIBANJA 39 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 9: električna stikala</i>	<i>Gibanje blaga, za katero je vložena prijava, je nujno za dosego tehničnega učinka, zato bo prijava zavrnjena na podlagi člena 4(1)(e)(ii) direktive o blagovni znamki.</i>
 ZNAMKA GIBANJA 40 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 9: na gibanje občutljivi krmilni elementi za naprave za osvetljevanje</i>	<i>Gibanje je nujno za dosego tehničnega učinka, zato bo prijava zavrnjena na podlagi člena 4(1)(e)(ii) direktive o blagovni znamki.</i>
 ZNAMKA GIBANJA 41 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 9: termostati</i>	<i>Gibanje blaga, za katero je vložena prijava, je nujno za dosego tehničnega učinka, zato bo prijava zavrnjena na podlagi člena 4(1)(e)(ii) direktive o blagovni znamki.</i>
 ZNAMKA GIBANJA 42 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 28: tridimenzionalne sestavljanke</i>	<i>Gibanje je nujno za dosego tehničnega učinka, zato bo prijava zavrnjena na podlagi člena 4(1)(e)(ii) direktive o blagovni znamki.</i>

c) multimedijske znamke

Zavrnitev na podlagi člena 4(1)(e)(i) direktive o blagovni znamki

Multimedijska znamka	Blago in storitve	Obrazložitev
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 29 Za reproduciranje kliknite na sliko	<i>Razred 9: metronomi</i>	<i>Zvok in gibanje izhajata iz narave samega blaga, zato bo znamka zavrnjena na podlagi člena 4(1)(e)(i) direktive o blagovni znamki.</i>

C. PREIZKUŠANJE RELATIVNIH RAZLOGOV ZA ZAVRNITEV IN/ALI NIČNOST: SKUPNA NAČELA

Ta del skupne prakse zagotavlja sklop načel in nekaj meril o naslednjih temah:

- enakost znakov;
- kategorije elementov za vsako posamezno novo vrsto znamke;
- primerjava zvočnih znamk: vizualna, zvočna in pojmovna primerjava med zvočnimi znamkami samimi ter med zvočnimi znamkami in drugimi vrstami znamk;
- primerjava znamk gibanja: vizualna, zvočna in pojmovna primerjava med znamkami gibanja samimi ter med znamkami gibanja in drugimi vrstami znamk;
- primerjava multimedijskih znamk: vizualna, zvočna in pojmovna primerjava med multimedijskimi znamkami samimi ter med multimedijskimi znamkami in drugimi vrstami znamk;
- primerjava holografskih znamk: vizualna, zvočna in pojmovna primerjava med holografskimi znamkami samimi ter med holografskimi znamkami in drugimi vrstami znamk.

Uvodne opombe v zvezi s primeri

Če ni navedeno drugače, se uporabljajo naslednje predpostavke:

- v spodnjih primerih vse znamke vključujejo *oblačila, obutev, pokrivala* iz razreda 25;
- znamke iz primerov imajo vsaj minimalno stopnjo razlikovalnega učinka;
- v primerih prejšnje znamke nimajo povečane stopnje razlikovalnega učinka ali ugleda;
- kadar znaki vsebujejo elemente, ki imajo pomen v angleščini, bo upoštevena javnost razumela pomen;
- upoštevena javnost izgovarja pisne besedne elemente v angleščini.

V okviru posameznih primerov je za zadevne znamke praviloma ugotovljeno, da so (vizualno/zvočno/pojmovno) enake, podobne ali različne. Kadar se v določenih primerih za znamke šteje, da so delno podobne, to pomeni, da sta znaka podobna, ne pa nujno zelo ali srednje.

1 Splošni vidiki

Naslednja splošna načela, ki jih je Sodišče uveljavilo v zvezi s tradicionalnimi znamkami, se enako uporabljajo pri primerjavi zvočnih znamk, znamk gibanja, multimedijskih ali holografskih znamk.

• **Celovita presoja podobnosti na podlagi celotnega vtisa znakov**

Celovita presoja vizualne, zvočne ali pojmovne podobnosti znamk mora temeljiti na celotnem vtisu, ki ga ti ustvarjata, pri čemer je treba upoštevati njune razlikovalne in prevladujoče elemente ⁽²⁴⁾.

Vizualno, zvočno in pojmovno podobnost je treba presoditi s presojo elementov, ki se ujemajo in razlikujejo, ter njihovega vpliva na celoten vtis, ki ga znamki ustvarjata.

• **Znak, ki je predmet primerjave, in zanemarljivi elementi**

Primerjava bi načeloma morala zajeti znake v celoti.

Če je edini skupni element znakov v eni ali obeh znamkah zanemarljiv v tem smislu, da ga upoštevena javnost verjetno sploh ne bo opazila ali se nanj ozirala, sta znaka različna. Zanemarljivi elementi se v primerjavi ne smejo upoštevati ⁽²⁵⁾.

⁽²⁴⁾ Glej sodbo z dne 11. novembra 1997, Sabèl, C-251/95, EU:C:1997:528, § 23.

⁽²⁵⁾ Glej sodbo z dne 12. junija 2007, Limoncello, C-334/05 P, EU:C:2007:333, § 42.

Pojem zanemarljivi elementi je treba razlagati ozko. Pri presoji, ali je element zanemarljiv, se ne preizkusi, ali je mogoče zadevni element zaznati z natančno primerjavo znamk ene ob drugi, temveč ali lahko v celotnem vtisu znamke element opazi povprečni potrošnik, ki znamko po navadi zaznava kot celoto in ne analizira njenih različnih podrobnosti.

- **Vidiki, povezani z vizualno in zvočno primerjavo**

Vizualni vtis kompleksnega znaka lahko vpliva na način njegove izgovarjave in kot tak na fonetično primerjavo⁽²⁶⁾, pri čemer se bodo nekateri elementi v znamki glede na njihov položaj, velikost ali barvo, trajanje in čas prikaza na primer izgovorili, medtem ko se drugi ne bodo.

- **Vidiki, povezani s pojmovno primerjavo**

Za dve znamki se bo štelo, da sta pojmovno enaki ali podobni, če imata enako ali podobno „semantično vsebino“⁽²⁷⁾. „Semantična vsebina“ znamke je, kar znamka pomeni, na kar spominja ali, če je slika ali oblika, kar prikazuje. V tem besedilu se bosta izraza „semantična vsebina“ in „pojem“ uporabljala neselektivno.

- **Načini prikaza**

Kot je bilo že navedeno v oddelku „Preizkušanje absolutnih razlogov za zavrnitev in/ali ničnost“, odprava zahteve za grafični prikaz iz opredelitve „znamke“ v členu 3 direktive o blagovni znamki omogoča prikaz zvočnih znamk, znamk gibanja in holografskih znamk na več kot en način. Zvočne znamke se lahko prikažejo z notnim zapisom ali zvočno datoteko (kot je datoteka MP3), znamke gibanja z zaporedjem slik ali video datoteko (kot je datoteka MP4), holografske znamke pa z grafičnim prikazom ali video datoteko. V teh primerih zadevni način prikaza ne vpliva na primerjavo dveh znamk.

2 Enakost

V skladu z ustaljeno sodno prakso pojem, ki je uporabljen v različnih določbah pravnega akta, zaradi doslednosti in pravne varnosti in še toliko bolj, kadar je predmet restriktivne razlage, pomeni isto stvar, ne glede na določbo, v kateri je⁽²⁸⁾.

Glede na zgoraj navedeno je treba pojem enakosti razlagati enako pri uporabi za zavrnitev na podlagi relativnih razlogov in za priznanje prednostnih pravic. Za znak se bo zato štelo, da je enak blagovni znamki samo, kadar brez spremembe ali dodatka reproducira vse elemente, ki sestavljajo znamko, ali kadar kot celota vsebuje razlike, ki so tako neznatne, da jih povprečni potrošnik morda sploh ne bo opazil⁽²⁹⁾. V zvezi s tem je treba poudariti, da je neznatna razlika med dvema znamkama opredeljena kot razlika, ki jo bo razumno pozoren potrošnik zaznal samo s primerjavo znamk ene ob drugi. Zato se v tem dokumentu navaja sklic na del A, oddelek 3.1 – Preizkušanje zahtev za priznanje prednostne pravice – Enak predmet, ki je namenjen formalnim zahtevam.

3 Primerjava zvočnih znamk

3.1 Kategorije elementov


Zvočne znamke so sestavljene izključno iz zvoka ali kombinacije zvokov. Ti zvoki vsebujejo različne elemente, ki jih je mogoče razvrstiti kot:



⁽²⁶⁾ Glej sodbo z dne 12. julija 2011, TOP CRAFT, T-374/08, EU:T:2011:346, § 56.

⁽²⁷⁾ Glej sodbo z dne 11. novembra 1997, Sabèl, C-251/95, EU:C:1997:528, § 24.



⁽²⁸⁾ Glej sodbo z dne 20. februarja 2013, Medinet, T-378/11, EU:T:2013:83, § 41.


⁽²⁹⁾ Glej sodbo z dne 20. marca 2003, Arthur et Félicie, C-291/00, EU:C:2003:169, § 54.


 zvoke, sestavljene iz zapetih ali izgovorjenih besednih elementov;


Zvočne znamke	
 ZVOČNA ZNAMKA 50 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 51 Za reproduciranje kliknite na sliko


 zvoke, sestavljene iz glasbenih elementov (kot so melodija, harmonija, ritem);

Zvočne znamke	
 ZVOČNA ZNAMKA 52 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 53 Za reproduciranje kliknite na sliko

 zvoke iz resničnega življenja, kot so zvok pasjega laježa, grmenja, ledenih kock itd.;

Zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 54 Za reproduciranje kliknite na sliko

 druge zvoke, ki jih vsebuje zvočna znamka, ki niso zajeti v zgornjih kategorijah. Poleg tega lahko zvočne znamke vsebujejo kombinacije katerih koli zgoraj navedenih elementov, na primer:

Zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 55 Za reproduciranje kliknite na sliko

3.2 Vizualna primerjava

Vizualna primerjava zvočne znamke ni mogoča, tudi če je zvočna znamka prikazana „vizualno“ z notnim zapisom, tudi kadar notni zapis vsebuje besedne elemente.

3.3 Zvočna primerjava

Za zvočne znamke je zvočna primerjava odločilna. Zvočne znamke je vedno mogoče zvočno primerjati z drugimi zvočnimi in multimedijskimi znamkami. Zvočne znamke je mogoče zvočno primerjati z drugimi vrstami znamk, če so te znamke sestavljene iz besednega elementa ali ta element vsebujejo (npr. z besednimi, figurativnimi ali oblikovnimi znamkami).



V nadaljevanju so navedeni vidiki z dodanimi primeri, ki jih je treba upoštevati pri zvočni primerjavi zvočnih znamk, in pomen, ki jim ga je treba običajno pripisati pri primerjavi znakov.



- **Besedni elementi**



Izgovorjene besede so lahko edini elementi ali eden od elementov (npr. skupaj z melodijo) zvočnih znamk. Zvočne znamke so lahko tudi brez besednih elementov (npr. samo melodija ali zvok iz resničnega življenja). Na to, kako znamko zaznava upoštevena javnost, načeloma lahko precej vplivajo besedni in nebesedni elementi v zvočnih znamkah. Vendar ima prisotnost razlikovalnega besednega elementa v zvočni znamki običajno precejšen vpliv na to, kako upoštevena javnost zaznava znamko.

V skladu z ustaljeno sodno prakso evropskih sodišč pri zvočni primerjavi sestavljenih znamk, ki vsebujejo besedne in figurativne elemente, običajno besedni element bolj vpliva na potrošnikovo zvočno zaznavanje, saj potrošniki večinoma navajajo blago in storitve z njihovimi imeni. Zdi se, da se ta sodna praksa uporablja tudi za zvočne znamke, ki vsebujejo zapete ali izgovorjene besede: zvočno bo imel besedni element na splošno večji vpliv na potrošnika.



Na rezultat zvočne primerjave znamk ima zato običajno večji vpliv ujemanje ali podobnost v razlikovalnem besednem elementu, zato je verjetneje, da bo to privedlo do ugotovitve delne zvočne podobnosti.

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 56 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 57 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: čeprav imata zvočni znamki različna glasova in intonaciji, sta znamki zaradi ujemanja v razlikovalnem besednem elementu „Gerivan“, ki ga vsebujeta, zvočno podobni.</p>	



Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 58 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 59 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: znamki se ujemata v razlikovalnem besednem elementu „Gerivan“, ki ga je mogoče jasno slišati in prepoznati v obeh znamkah, zato sta znamki delno zvočno podobni.</p>	

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 60 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 61 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: čeprav so besedni elementi na začetku obeh zvočnih znamk in oba glasova različni in čeprav ena od znamk ne vsebuje melodije, se znamki ujemata v razlikovalnem besednem elementu „Gerivan“, ki ga je mogoče jasno slišati in prepoznati v obeh znamkah, zato sta znamki delno zvočno podobni.</p>	

Vendar podobnost med dvema zvočnima znamkama ni izključena, če so besedni elementi različni, znaka pa se ujemata v drugem razlikovalnem vidiku, zlasti v melodiji, kot v spodnjem primeru:



Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 62 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 63 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: čeprav so besedni elementi in glasova obeh znamk različni, sta znamki zaradi ujemanja v enaki razlikovalni melodiji delno zvočno podobni.</p>	

Poleg tega sta si dve zvočni znamki, ki vsebujeta enako besedo, ki jo znatni del upoštevne javnosti lahko prepozna kot enako ali podobno razlikovalno besedo, načeloma delno zvočno podobni, tudi če je ta beseda izgovorjena v skladu s pravili izgovarjave dveh različnih jezikov/v dveh različnih glasovih/v dveh različnih naglasih.

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 64 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 65 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: čeprav sta znamki izgovorjeni v različnih glasovih in v skladu s pravili za izgovarjavo dveh različnih jezikov, sta si še vedno zvočno podobni, ker bo znaten del upoštevne javnosti prepoznal podobno razlikovalno besedo.</p>	

Pri primerjavi zvočnih znamk, ki vsebujejo besedne elemente, z drugimi vrstami znamk, ki vsebujejo besedne elemente, bo ujemanje ali podobnost razlikovalnih besednih elementov, če jih kot take prepoznava znatni del upoštevne javnosti, načeloma vodilo do ugotovitve zvočne podobnosti. Upoštevati je treba način, na katerega je reproduciran besedni element. To pomeni, da medtem ko izgovarjavo besedne znamke določajo pravila izgovarjave upoštevne javnosti, to za zvočno znamko ne velja, saj je pri njej zvočno zaznavanje določeno s tem, kako se znamka sliši.



Stopnja podobnosti med ujemajočim se besednim elementom v zvočni znamki in drugi vrsti znamke (npr. besedni ali figurativni znamki) bo zato odvisna od tega, kako točno se skupni element sliši v zvočni znamki, npr. če je besedni element v zvočni znamki zapet, bosta znamki delno zvočno podobni, če pa je izgovorjen v običajni intonaciji v skladu s pravili izgovarjave, kot je navedeno zgoraj, pa bi se za znamki lahko štel, da sta zvočno vsaj zelo podobni.



Prejšnja figurativna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
	 ZVOČNA ZNAMKA 66 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: izpodbijana znamka je sestavljena iz izgovorjenega besednega elementa „Gerivan“. Izgovarjava izpodbijane zvočne znamke ne odstopa od tega, kako bi upoštevna javnost lahko izgovarjala besedo „Gerivan“, ki je hkrati edini zvočni element prejšnje znamke, zato sta znamki zvočno vsaj zelo podobni.</p>	



- **Glasbeni elementi (kot so melodija, harmonija, ritem)**

Prisotnost razlikovalne melodije v zvočni znamki ima precejšen vpliv na to, kako znamko zaznava upoštevna javnost, in zato tudi precejšen vpliv na zvočno primerjavo take znamke.



Drugačen instrument, tempo ali ritem praviloma ne bo preprečil ugotovitve, da sta dve znamki podobni, če je sama melodija, sestavljena iz ritmičnega zaporedja tonov, enaka ali jo je mogoče prepoznati kot enako melodijo, kot je ponazorjeno v spodnjih primerih.

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 67 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 68 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: obe zvočni znamki sta sestavljeni iz enake razlikovalne melodije, zato sta zvočno podobni, ne glede na to, da sta zaigrani na dveh različnih inštrumentih.</p>	

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 69 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 70 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: obe zvočni znamki sta sestavljeni iz enake razlikovalne melodije, zaigrane na enak inštrument, zato sta zvočno podobni, ne glede na različen ritem.</p>	

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 71 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 72 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: obe zvočni znamki sta sestavljeni iz enake razlikovalne melodije, zato sta zvočno podobni, ne glede na to, da je njun tempo igranja različen.</p>	

Dve melodiji sta podobni tudi, kadar vsebujeta razlike, ki ne morejo bistveno spremeniti celotnega fonetičnega vtisa.



Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 73 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 74 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: kljub temu da je melodija v izpodbijani znamki malo drugačna, sta obe znamki zvočno podobni.</p>	

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 75 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 76 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: čeprav je melodija v obeh znamkah sestavljena iz enakega zaporedja tonov, sta ritem in harmonija različna ter ustvarjata različen celoten fonetičen vtis, zato sta znamki zvočno različni.</p>	



Vendar sta dve znamki, ki vsebujeta različni melodiji, zaigrani na enak inštrument, po navadi zvočno različni.

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 77 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 78 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: <i>razlikovalni melodiji v znamkah sta različni. Samo zato, ker sta zaigrani na enak inštrument, še nista zvočno podobni. Znamki sta zvočno različni.</i></p>	

Ujemanje ali podobnost v razlikovalni melodiji ima običajno precejšen vpliv na rezultat zvočne primerjave znamk, tudi če ena od znamk vsebuje tudi besedni element ali če obe vsebujeta različni besedni element. Zato je verjetneje, da bo ujemanje ali podobnost v melodiji privedla do ugotovitve delne zvočne podobnosti, kar je med drugim odvisno od stopnje razlikovalnega učinka te melodije in stopnje razlikovalnega učinka besednega elementa.



Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 79 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 80 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: <i>čprav so besedni elementi in glasova obeh znamk različni, sta znamki zaradi ujemanja v enaki razlikovalni melodiji delno zvočno podobni.</i></p>	

Upoštevati je treba, da zaradi narave različnih vrst znamk možnost ujemanja v melodiji obstaja samo za multimedijske znamke, ker so te edina druga vrsta znamk, ki vsebujejo zvok.

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana multimedijska znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 81 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 30 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: <i>obe zvočni znamki vsebujeta enako razlikovalno melodijo in glas. Ker znamki ne vsebujeta nobenih dodatnih zvočnih elementov, sta zvočno enaki.</i></p>	

- **Zvoki iz resničnega življenja**

Ujemanje ali podobnost razlikovalnih zvokov iz resničnega življenja v zvočnih ali multimedijskih znamkah na splošno vodi do ugotovitve zvočne podobnosti. Podobnost bo med drugim odvisna od tega, ali ena od znamk ali obe znamki vsebujeta druge razlikovalne elemente.

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
	 ZVOČNA ZNAMKA 83


ZVOČNA ZNAMKA 82 Za reproduciranje kliknite na sliko	Za reproduciranje kliknite na sliko
Obrazložitev: <i>obe zvočni znamki sta sestavljeni izključno iz zvoka lajanja psa ali psov. Ker se lajanje psov sliši podobno, sta znamki delno zvočno podobni.</i>	

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 84 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 85 Za reproduciranje kliknite na sliko
Obrazložitev: <i>obe zvočni znamki sta sestavljeni izključno iz zvoka ptic. Vendar so zvoki, s katerimi se oglašajo te ptice, tako različni, da sta znamki zato zvočno različni.</i>	

Zvočna podobnost zvokov iz resničnega življenja se presodi ob upoštevanju enakih elementov in vidikov, ki so bili že obravnavani (toni, ritem ali drugi vidiki). Kot je bilo že navedeno v primeru melodij, so multimedijske znamke edina druga vrsta znamk, ki lahko vsebujejo zvok iz resničnega življenja, ki je enak ali podoben zvokom v zvočnih znamkah.

- **Drugi vidiki**

Ujemanje dveh znamk zgolj v drugih vidikih, kot so intonacija, glas itd., ima običajno manjši vpliv na zvočno primerjavo znamk, tudi če ti vidiki do določene stopnje prispevajo k razlikovalnemu učinku znamke.

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 86 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 87 Za reproduciranje kliknite na sliko
Obrazložitev: <i>znamki sta sestavljeni iz dveh različnih razlikovalnih besed, izgovorjenih v enakem glasu in intonaciji, kar pa ne zadostuje za ugotovitev zvočne podobnosti znamk. Znamki sta zvočno različni.</i>	

Posebnosti primerjave med zvočnimi znamkami in znamkami gibanja ali multimedijskimi znamkami bodo dodatno pojasnjene v zadevnih oddelkih za znamke gibanja ⁽³⁰⁾ in multimedijske znamke ⁽³¹⁾.

3.4 Pojemovna primerjava

Pojmovna primerjava med dvema zvočnima znamkama ter med zvočnimi znamkami in drugimi vrstami znamk se lahko opravi v primerih, ko je mogoče opredeliti pojmovno vsebino.



Če zvočna znamka vsebuje besedne elemente, bo treba njihov pomen upoštevati pri določitvi pojmovne vsebine znamke. V spodnjem primeru se bo opravila pojmovna primerjava med (razlikovalnima) pojmovoma „banana“ in „krompir“.

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
	



⁽³⁰⁾ Glej del C – oddelek 4 – Primerjava znamk gibanja.

⁽³¹⁾ Glej del C – oddelek 5 – Primerjava multimedijskih znamk.

ZVOČNA ZNAMKA 88 Za reproduciranje kliknite na sliko	ZVOČNA ZNAMKA 89 Za reproduciranje kliknite na sliko
Obrazložitev: besedna elementa v znamkah imata različna pomena, tj. „banana“ in „krompir“, zato sta znamki pojmovno različni.	



Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 90 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 91 Za reproduciranje kliknite na sliko
Obrazložitev: obe znamki vsebujeta enak razlikovalni besedni element „banana“, zato sta znamki pojmovno enaki.	

Če znamka vsebuje zvok iz resničnega življenja, bo njegov pomen prav tako treba upoštevati pri določitvi pojmovne vsebine zvočne znamke.

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana zvočna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 92 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZVOČNA ZNAMKA 93 Za reproduciranje kliknite na sliko
Obrazložitev: obe znamki sta sestavljeni izključno iz kravjega mukanja in sta kljub temu, da je zvok različen, pojmovno enaki.	

Malo verjetno je, da imajo zvočne znamke, ki vsebujejo zgolj melodije, pojmovno vsebino.

V skladu z zgoraj navedenim načelom, da je zvočno znamko mogoče pojmovno primerjati z drugo vrsto znamke, kadar je mogoče opredeliti pojmovno vsebino, se bo v spodnjem primeru pri pojmovni primerjavi med prejšnjo zvočno znamko in izpodbijano figurativno znamko upošteval pojem „banana“.

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana figurativna znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 94 Za reproduciranje kliknite na sliko	
Obrazložitev: prejšnja znamka je sestavljena iz izgovarjave besednega elementa „Bananas“, medtem ko je izpodbijana znamka sestavljena iz slike banan, zato sta blagovni znamki pojmovno enaki.	

4 Primerjava znamk gibanja

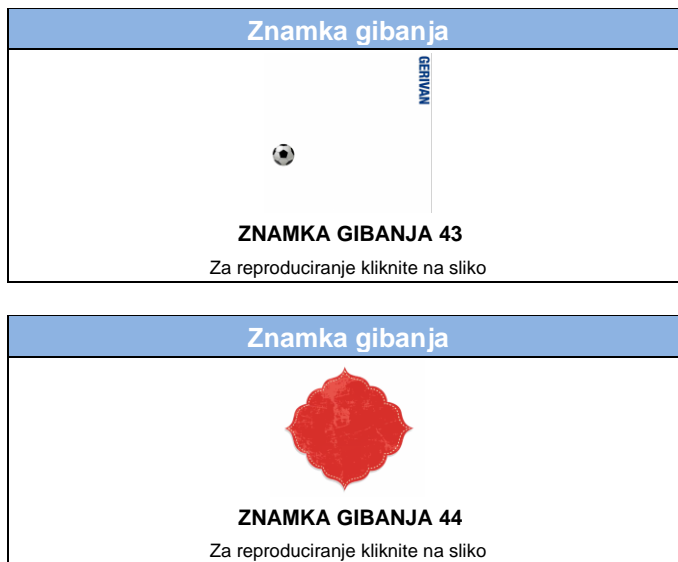
4.1 Kategorije elementov

Znamka gibanja je znamka, ki je sestavljena iz gibanja ali spremembe položaja (in/ali barve oziroma barv) elementa oziroma elementov znamke ali ju zajema ⁽³²⁾. Vsebuje kombinacije različnih elementov, ki jih je mogoče razvrstiti kot:

- besedni elementi;
- figurativni elementi;

⁽³²⁾ Glej del A – oddelek 1.2 – Znamke gibanja.

- gibanje ali preoblikovanje besednih in/ali figurativnih elementov.



4.2 Vizualna primerjava

Pri vizualni primerjavi dveh znamk gibanja je treba upoštevati ujemanje ali podobnost elementov v znamkah (besednih in/ali figurativnih elementov ter njihovega gibanja ali preoblikovanja).

Znamke gibanja je mogoče vizualno primerjati tudi z drugimi vrstami znamk, razen z zvočnimi znamkami.

Besedni in/ali figurativni elementi se lahko v prikazu znamke pojavijo samo za določen čas, potem pa izginejo ali se preoblikujejo v drug element. Elementi, ki vodijo v podobnost med znakoma, se morajo zato pojaviti za toliko časa, da jih potrošnik lahko zazna/prepozna.

V nadaljevanju so navedeni različni vidiki z dodanimi primeri, ki jih je treba (če je ustrezno) upoštevati pri vizualni primerjavi znamk gibanja, in pomen, ki ga je treba običajno pripisati tem vidikom pri primerjavi znamk.

- **Besedni elementi**



Uporabljajo se splošna merila za primerjavo besednih ali figurativnih znamk, ki vsebujejo besedne elemente.

Znamke gibanja, ki vsebujejo razlikovalni besedni element oziroma elemente, bodo verjetno vizualno podobne drugi znamki gibanja, ki vsebuje enak ali podoben razlikovalni besedni element. Razlikovalni besedni element oziroma elementi, ki jih vsebuje znamka gibanja, lahko močneje vplivajo na potrošnika kot drugi vizualni elementi (tj. figurativni elementi, gibanje ali druga sprememba sama po sebi), čeprav je treba pri primerjavi upoštevati znake v celoti.

Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja
<p>GERIVAN</p> <p>ZNAMKA GIBANJA 45</p>	<p>ZNAMKA GIBANJA 46</p> <p>Za reproduciranje kliknite na sliko</p>

Za reproduciranje kliknite na sliko
Obrazložitev: <i>znamki gibanja se ujemata v razlikovalnem besednem elementu „Gerivan“, ki je jasno prepoznaven v obeh znamkah, zato sta znamki vizualno podobni.</i>



Kadar se dve znamki različnih vrst (npr. besedna, figurativna, oblikovna, multimedijaska znamka) ujemata v enakih ali podobnih razlikovalnih besednih elementih, se bo za znamki načeloma štelo, da sta delno vizualno podobni, tudi če so morda vključeni zvočni elementi (npr. v multimedijaski znamki).

Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana multimedijaska znamka
 ZNAMKA GIBANJA 47 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 31 Za reproduciranje kliknite na sliko
Obrazložitev: <i>obe znamki vsebujeta vizualni element, ki je sestavljen iz besednega elementa „Gerivan“ v naslednjem zaporedju: GE-RI-VAN Gerivan, in enake barve. Čeprav je hitrost pojavljanja črk različna, sta znamki vizualno podobni.</i>	



- **Figurativni elementi**

Tudi ujemanje ali podobnost v razlikovalnem figurativnem elementu lahko privede do ugotovitve določene stopnje vizualne podobnosti med znamkama. To bo veljalo zlasti v primeru, ko je ujemajoči se ali podoben figurativen element ločeno prepoznaven ali ima enak ali podoben videz.

V takem primeru se bo podobnost verjetno ugotovila zlasti, kadar lahko potrošnik figurativni element zaradi njegove velikosti, položaja v znamki in/ali barve zazna v zadostni meri, kljub temu, da se ta giba/preoblikuje. Težavnost pri zaznavanju elementov, ki se gibajo/preoblikujejo, v znamki gibanja je dejavnik, ki ga je treba upoštevati pri presoji stopnje vizualne podobnosti.

Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja
 ZNAMKA GIBANJA 48 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZNAMKA GIBANJA 49 Za reproduciranje kliknite na sliko
Obrazložitev: <i>obe znamki gibanja vsebujeta enak figurativni element s podobnim gibanjem, zato sta znamki kljub temu, da izpodbijana znamka gibanja vsebuje razlikovalni besedni element, vizualno podobni.</i>	

Ujemanje v enakem razlikovalnem figurativnem elementu v znamkah gibanja in drugih vrstah znamk (npr. besednih, figurativnih, oblikovnih, multimedijaskih znamkah) lahko vodi v ugotovitev določene stopnje vizualne podobnosti med znakoma, kar je odvisno od prisotnosti ali neprisotnosti drugih elementov, ki odvrčajo pozornost od tega razlikovalnega figurativnega elementa v znamki.



Prejšnja figurativna znamka	Izpodbijana znamka gibanja
	 ZNAMKA GIBANJA 50 Za reproduciranje kliknite na sliko

Obrazložitev: obe znamki vsebujeta isti lik psa iz risanke, zato sta znamki kljub temu, da izpodbijana znamka vsebuje gibanje, delno vizualno podobni.

- **Gibanje ali preoblikovanje elementov**



o **Gibanje elementov**

Zgolj ujemanje v navadnem (nezanimivem) premikanju/gibanju samo po sebi ne bo privedlo do vizualne podobnosti.

Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja
 FRED ZNAMKA GIBANJA 51 Za reproduciranje kliknite na sliko	 GERIVAN ZNAMKA GIBANJA 52 Za reproduciranje kliknite na sliko



Obrazložitev: znamki se ujemata samo v nezanimivem gibanju, razlikovalna besedna elementa obeh znakov pa sta različna, zato sta znamki vizualno različni.

Vendar ni mogoče izključiti, da bi posebno gibanje, ki je izstopajoče in razlikovalno, lahko zadostovalo za delno vizualno podobnost znamk gibanja, kljub temu da se drugi elementi, na primer besedni, razlikujejo.

Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja
 ZNAMKA GIBANJA 53 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZNAMKA GIBANJA 54 Za reproduciranje kliknite na sliko

Obrazložitev: čeprav sta besedna elementa v posamezni znamki različna, sta znamki vizualno podobni, ker se ujemata v izstopajočem gibanju in dajeta podoben figurativni vtis množice slikovnih pik.

Ujemanje ali razlika v zaporedju (vrstnem redu pojavljanja) elementov ima majhen vpliv na primerjavo znamk gibanja.

Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja
 GERIVAN ZNAMKA GIBANJA 55 Za reproduciranje kliknite na sliko	 BUBBLECAT ZNAMKA GIBANJA 56 Za reproduciranje kliknite na sliko

Obrazložitev: obe znamki sta sestavljeni iz različnih besednih elementov, ki se pojavijo od zadnje črke do prve. Ujemanje v vrstnem redu pojavljanja ne zadostuje, da bi prevladalo nad različnostjo besednih elementov, zato sta znamki vizualno različni.

o **Preoblikovanje elementov**

Znamke gibanja so lahko poleg gibanja elementov sestavljene tudi iz drugega preoblikovanja elementov, kot sta sprememba barv ali katero koli drugo preoblikovanje enega elementa v drugega, zato bi bilo treba te spremembe upoštevati pri presoji vizualne podobnosti znamk.

Zgolj ujemanje v spremembi položaja ali barve samo po sebi običajno manj vpliva na primerjavo znamk in načeloma ne bo privedlo do ugotovitve vizualne podobnosti.

Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja
 ZNAMKA GIBANJA 57 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZNAMKA GIBANJA 58 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: <i>ujemanje v zaporedju spreminjanja barv ne prevlada nad učinkom različnih figurativnih elementov v znamkah, zato sta znamki vizualno različni.</i></p>	

4.3 Zvočna primerjava

Znamk gibanja, ki ne vsebujejo nobenega besednega elementa, ni mogoče zvočno primerjati. Enako ni mogoče znamk gibanja zvočno primerjati z drugimi vrstami znamk, ki ne vsebujejo besednih elementov, bodisi v sliki bodisi izgovorjenih.



Znamke gibanja, ki vsebujejo besedne elemente, ki jih je mogoče zaznati, je mogoče zvočno primerjati z isto vrsto ali drugimi vrstami znamk, ki so lahko predmet fonetične presoje. Uporabljajo se splošna merila za primerjavo besednih ali figurativnih znamk, ki vsebujejo besedne elemente.

Prisotnost razlikovalnega besednega elementa v znamki gibanja običajno precej vpliva na to, kako upoštevena javnost zvočno zaznava znamko gibanja. Ujemanje ali podobnost v razlikovalnem besednem elementu zato običajno vpliva na rezultat zvočne primerjave znamk gibanja z drugimi znamkami gibanja ali drugimi vrstami znamk, saj to verjetneje vodi v ugotovitev delne zvočne podobnosti.


Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja
 ZNAMKA GIBANJA 59 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZNAMKA GIBANJA 60 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: <i>obe znamki gibanja sta sestavljeni iz enakega razlikovalnega besednega elementa, tj. „Gerivan“, zato sta zvočno enaki.</i></p>	

Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana znamka gibanja
 ZNAMKA GIBANJA 61 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZNAMKA GIBANJA 62 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: <i>obe znamki gibanja sta sestavljeni iz različnih razlikovalnih besednih elementov, tj. „FRED“ in „Gerivan“, zato sta zvočno različni.</i></p>	



Kadar se dve znamki različnih vrst (npr. besedna, figurativna, oblikovna, multimedijaska in hologrfska znamka) ujemata v enakem ali podobnem razlikovalnem besednem elementu, se bo zanju načeloma štelo, da sta delno zvočno podobni.

Prejšnja figurativna znamka	Izpodbijana znamka gibanja
	 ZNAMKA GIBANJA 63 Za reproduciranje kliknite na sliko



Obrazložitev: obe znamki vsebujeta razlikovalni besedni element „Gerivan“, zato sta zvočno enaki.

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana znamka gibanja
 ZVOČNA ZNAMKA 95 Za reproduciranje kliknite na sliko	 ZNAMKA GIBANJA 64 Za reproduciranje kliknite na sliko

Obrazložitev: čeprav sta znamki sestavljeni iz različnih besednih elementov, tj. „Gerivan“ in „Berivan“, je izgovarjava za angleško govorečo javnost podobna, zato sta znamki zvočno podobni.

Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana multimedijaska znamka
 ZNAMKA GIBANJA 65 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 32 Za reproduciranje kliknite na sliko

Obrazložitev: prejšnja znamka gibanja vsebuje razlikovalni besedni element „Gerivan“, zvok izpodbijane multimedijaska znamke pa je sestavljen iz izgovarjave enakega besednega elementa „Gerivan“, zato sta znamki zvočno vsaj zelo podobni.


Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana multimedijaska znamka
 ZNAMKA GIBANJA 66 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 33 Za reproduciranje kliknite na sliko

Obrazložitev: prejšnja znamka gibanja vsebuje napisan razlikovalni besedni element „GERIVAN“, zvok izpodbijane multimedijaska znamke pa je sestavljen iz zapetega in trikrat ponovljenega enakega besednega elementa „Gerivan“, zato sta znamki delno zvočno podobni.

4.4 Pojemovna primerjava

Pojmovna primerjava med dvema znamkama gibanja ter med znamkami gibanja in drugimi vrstami znamk se lahko opravi v primerih, ko je mogoče opredeliti pojemno vsebino.



Če znamka gibanja vsebuje besedne in/ali figurativne elemente, ki imajo pojemno vsebino, bo treba njihov pomen upoštevati pri določitvi pojmovne vsebine znamke. Malo verjetno je, da ima gibanje ali preoblikovanje elementov znamke gibanja samo po sebi pojemno vsebino. Če elementi, ki sestavljajo znamko gibanja, nimajo pojmovne vsebine, je zato malo verjetno, da gibanje ali preoblikovanje samih elementov tej znamki zagotavlja kakršno koli pojemno vsebino.

Prejšnja besedna znamka	Izpodbijana znamka gibanja
BANANA	 ZNAMKA GIBANJA 67 Za reproduciranje kliknite na sliko

Obrazložitev: prejšnja znamka je sestavljena iz besednega elementa „Banana“. Izpodbijana znamka gibanja je sestavljena iz gibljivega besednega elementa „Banana“. Pojemovna vsebina obeh znamk je „banana“, zato sta znamki pojmovno enaki.


Vendar bi gibanje lahko okrepilo, dodalo ali v nekaterih primerih spremenilo pojmovno vsebino elementa, ki je predmet gibanja.

Gibanje v kombinaciji z elementom lahko okrepi pojmovno vsebino tega elementa.

Prejšnja figurativna znamka	Izpodbijana znamka gibanja
	 ZNAMKA GIBANJA 68 Za reproduciranje kliknite na sliko

Obrazložitev: figurativna znamka je sestavljena iz mirujoče slike košarkarja, ki vrže žogo, medtem ko je znamka gibanja sestavljena iz enakega gibljivega košarkarja, ki vrže žogo. Kombinacija elementa z gibanjem okrepi prvotno pojmovno vsebino „košarkarja, ki vrže žogo“, zato sta znamki pojmovno enaki.

Gibanje v kombinaciji z elementom lahko doda pojmovno vsebino prvotni pojmovni vsebini elementa.

Prejšnja figurativna znamka	Izpodbijana znamka gibanja
	 ZNAMKA GIBANJA 69 Za reproduciranje kliknite na sliko

Obrazložitev: pojemovna vsebina figurativne znamke je „slon“ ali „karikatura slona“. Kombinacija te karikature z gibanjem v plesu doda pojmovno vsebino prvotni pojmovni vsebini „karikatura plešočega slona“, zato sta znamki delno pojmovno podobni.

Gibanje v kombinaciji z elementom lahko spremeni pojmovno vsebino elementa.

Prejšnja figurativna znamka	Izpodbijana znamka gibanja
	 ZNAMKA GIBANJA 70 Za reproduciranje kliknite na sliko

Obrazložitev: figurativna znamka je prikaz roke, medtem ko je znamka gibanja roka, ki naredi kretnjo, ki v več državah EU pomeni „tako tako“, zato kombinacija roke z gibanjem spremeni prvotno pojmovno vsebino „roke“ in znamki sta tako pojmovno različni.

5 Primerjava multimedijskih znamk

5.1 Kategorije elementov

Multimedijske znamke so znamke, ki so sestavljene iz kombinacije slike in zvoka ali jo zajemajo, zato se v tej vrsti znamke lahko opredelita dve kategoriji elementov:

- vizualni elementi (grafično prikazani besedni elementi, figurativni elementi in gibanje ali preoblikovanje besednih in/ali figurativnih elementov ⁽³³⁾);
- zvočni elementi (zapeti ali izgovorjeni besedni elementi, glasbeni elementi, zvoki iz resničnega življenja in drugi zvoki ⁽³⁴⁾).

Dejavnik, zaradi katerega so multimedijske znamke edinstvene, je interakcija med slikami in zvoki ter morebitni vpliv, ki ga ti imajo drug na drugega. Ta vidik lahko vpliva na medsebojno primerjavo teh znakov.

Merila, določena za primerjavo zvočnih znamk in znamk gibanja, se lahko uporabljajo kot podlaga za primerjavo multimedijskih znamk, vendar je treba upoštevati tudi morebitno interakcijo med vizualnimi in zvočnimi vidiki.

5.2 Vizualna primerjava



Multimedijske znamke je vedno mogoče vizualno primerjati z drugimi multimedijskimi znamkami. Za vizualno primerjavo se na splošno uporabljajo načela za vizualno primerjavo znamk gibanja.

Multimedijske znamke je prav tako mogoče vizualno primerjati z drugimi vrstami znamk, razen z zvočnimi znamkami.

V nadaljevanju so navedeni različni vidiki z dodanimi primeri, ki jih je treba (če je ustrezno) upoštevati pri vizualni primerjavi multimedijskih znamk.

- **Grafično prikazani besedni elementi**


Če imata dve multimedijski znamki enake ali podobne razlikovalne grafično prikazane besedne elemente (mirujoče ali gibljive), je med njima načeloma določena stopnja vizualne podobnosti.

Prejšnja multimedijska znamka	Izpodbijana multimedijska znamka
 <p>MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 34 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	 <p>MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 35 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>
<p>Obrazložitev: obe multimedijski znamki vsebujeta enak prikaz besednega elementa „Gerivan“. Čeprav prejšnja znamka vsebuje tudi gibljiv figurativni element, sta znamki delno vizualno podobni.</p>	

Kadar se multimedijska znamka in druga vrsta znamke (npr. besedna, figurativna, oblikovna, hologrfska znamka) ujemata v enakih ali podobnih razlikovalnih grafično prikazanih besednih elementih, se bo za znamki načeloma štelo, da sta delno vizualno podobni.



⁽³³⁾ Glej del C – oddelek 4.1 – Kategorije elementov (Znamke gibanja).

⁽³⁴⁾ Glej del C – oddelek 3.1 – Kategorije elementov (Zvočne znamke).



Prejšnja besedna znamka	Izpodbijana multimedijška znamka
BANANA	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 36 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: prejšnja besedna znamka vsebuje samo en razlikovalni besedni element „BANANA“, medtem ko je izpodbijana multimedijška znamka sestavljena iz video posnetka, ki prikazuje gibljiv besedni element „banana“, in zvok. Ujemanje v razlikovalnem besednem elementu „banana“ privede do ugotovitve vizualne podobnosti.</p>	

- **Figurativni elementi**

Če imata dve multimedijški znamki enake ali podobne razlikovalne figurativne elemente (mirujoče ali gibljive), je načeloma med njima določena stopnja vizualne podobnosti.

Prejšnja multimedijška znamka	Izpodbijana multimedijška znamka
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 37 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 38 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: obe multimedijški znamki sta sestavljeni iz enakega prikaza obraza krave, ki odpira gobec, z različnima grafično prikazanima besednima elementoma, zato sta znamki delno vizualno podobni.</p>	

Če imata multimedijška znamka in druga vrsta znamke (npr. besedna, figurativna, oblikovna, holografska znamka) enake ali podobne razlikovalne figurativne elemente (mirujoče ali gibljive), se bo načeloma za znamki štelo, da sta delno vizualno podobni.

Prejšnja figurativna znamka	Izpodbijana multimedijška znamka
	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 39 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: prejšnja znamka je sestavljena iz stiliziranega psa, medtem ko se v izpodbijani znamki pojavi enak pes, ki se giba naokoli, skače in laja. Dejstvo, da se pes v izpodbijani znamki giba, ne zadostuje za odvrčanje pozornosti od psa, zato sta znamki vizualno podobni.</p>	

5.3 Zvočna primerjava

Za multimedijške znamke se bodo na splošno uporabljala načela, ki so v tem dokumentu določena za zvočno primerjavo zvočnih znamk in znamk gibanja.

Multimedijške znamke je vedno mogoče zvočno primerjati z drugimi multimedijškimi znamkami in zvočnimi znamkami. Poleg tega je mogoče multimedijške znamke zvočno primerjati tudi z drugimi vrstami znamk, če so te znamke sestavljene iz besednega elementa ali ta element vsebujejo (npr. besedni element v figurativni ali oblikovni znamki).



Fonetična presoja se načeloma opravi za zapete ali izgovorjene besedne elemente in grafično prikazane besedne elemente v multimedijiški znamki. Zapeti ali izgovorjeni besedni elementi lahko vplivajo na fonetično zaznavanje grafično prikazanih besednih elementov.



Ne glede na to, ali se primerjani znamki ujemata v enem od svojih elementov, se bo pri zvočni primerjavi znakov upošteval celoten vtis multimedijiške znamke, vključno z grafično prikazanimi besednimi elementi in zvokom.

- **Besedni elementi**

o **Grafično prikazani besedni elementi**



Če multimedijiška znamka vsebuje razlikovalni grafično prikazan besedni element (mirujoč ali gibljiv), ki se ujema z besednim elementom druge znamke (zapetim, izgovorjenim ali po potrebi grafično prikazanim) ali mu je podoben, je med njima načeloma določena stopnja zvočne podobnosti.



Prejšnja multimedijiška znamka	Izpodbijana multimedijiška znamka
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 40 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 41 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: čeprav so glasbeni elementi znamk različni, se bosta obe znamki pojavljali z grafično prikazanim besednim elementom „Gerivan“, zato sta delno zvočno podobni.</p>	

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana multimedijiška znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 96 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 42 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: besedni element v prejšnji zvočni znamki je izgovorjen, v izpodbijani multimedijiški znamki pa grafično prikazan. Ker bo upoštevana angleško govoreča javnost grafično prikazani element v multimedijiški znamki izgovarjala podobno, kot se sliši prejšnja znamka, sta znamki delno zvočno podobni.</p>	

o **Zapeti ali izgovorjeni besedni elementi**

Če se zapet ali izgovorjen besedni element multimedijiške znamke ujema z drugim besednim elementom, zaznanim v drugi znamki (zapetim, izgovorjenim ali po potrebi grafično prikazanim), ali mu je podoben, je med njima načeloma določena stopnja zvočne podobnosti.

Prejšnja multimedijiška znamka	Izpodbijana multimedijiška znamka
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 43 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 44 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: kljub razliki v izgovarjavi, intonaciji in glasu razlikovalnega besednega elementa „Gerivan“, ki je v prejšnji znamki izgovorjen, v izpodbijani pa zapet, sta znamki zvočno podobni.</p>	


Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana multimedijška znamka
 ZNAMKA GIBANJA 71 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 45 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: v prejšnji znamki je beseda „Gerivan“ grafično prikazana, v izpodbijani multimedijški znamki pa samo zapeta. Zvok besednega elementa, kot se sliši v izpodbijani znamki, je podoben angleški izgovorjavi grafično prikazanega besednega elementa „Gerivan“ v prejšnji znamki. Znamki sta delno zvočno podobni.</p>	

o **Kombinacija grafično prikazanih in zapetih ali izgovorjenih besednih elementov**

Kot je navedeno zgoraj, lahko tudi multimedijške znamke vsebujejo tako zapete ali izgovorjene kot tudi grafično prikazane besedne elemente.



V takem primeru je treba pri zvočni primerjavi upoštevati tako zapete ali izgovorjene kot tudi grafično prikazane besedne elemente.

Kadar je grafično prikazanemu besednemu elementu dodan zapet ali izgovorjen besedni element, bi ta lahko vplival na izgovorjavo grafično prikazanega besednega elementa. Vendar ni mogoče izključiti, da se bo grafično prikazan besedni element v multimedijški znamki še vedno izgovarjal v skladu s pravili izgovorjave ustrezne upoštevne javnosti, kar je odvisno od posameznega primera.



Prejšnja besedna znamka	Izpodbijana multimedijška znamka
GERIVAN	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 46 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: prejšnja besedna znamka je sestavljena iz besednega elementa „Gerivan“, ki se bo izgovarjal v skladu s pravili izgovorjave upoštevne angleško govoreče javnosti, medtem ko je izpodbijana multimedijška znamka sestavljena iz grafično prikazanega besednega elementa „Gerivan“ v kombinaciji z zvočnim prikazom enakega besednega elementa, izgovorjenega v španščini. V tem primeru bi bilo treba upoštevati možnost, da bo angleško govoreča javnost morda izgovarjala besedni element v izpodbijani znamki v skladu s pravili za angleško izgovorjavo, kljub temu da izpodbijana znamka vsebuje zvok „Gerivan“, izgovorjen v španščini. Znamki sta delno zvočno podobni.</p>	

- **Glasbeni elementi in zvoki iz resničnega življenja**



Možnost ujemanja v melodiji ali zvokih iz resničnega življenja obstaja samo pri multimedijških in zvočnih znamkah, ker lahko te zvoke vsebujeta samo ti dve vrsti znamk.

Prejšnja multimedijška znamka	Izpodbijana multimedijška znamka
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 47 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 48 Za reproduciranje kliknite na sliko



Obrazložitev: *znamki se ujemata v enaki razlikovalni melodiji. Čeprav obe multimedijski znamki vsebujeta različna figurativna elementa, ta ne vplivata na zvočno primerjavo, zato sta znamki zvočno enaki.*

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana multimedijška znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 97 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 49 Za reproduciranje kliknite na sliko

Obrazložitev: *znamki se ujemata v enaki razlikovalni melodiji. Čeprav izpodbijana multimedijška znamka vsebuje tudi grafično prikazani besedni element in figurativni element, sta znamki delno zvočno podobni.*

Prejšnja multimedijška znamka	Izpodbijana multimedijška znamka
 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 50 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 51 Za reproduciranje kliknite na sliko

Obrazložitev: *znamki se ujemata v enaki razlikovalni melodiji. Čeprav znamki vsebujeta tudi grafično prikazana besedna elementa, ki se bosta različno fonetično zaznavala, sta delno zvočno podobni.*

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana multimedijška znamka
 ZVOČNA ZNAMKA 98 Za reproduciranje kliknite na sliko	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 52 Za reproduciranje kliknite na sliko


Obrazložitev: *znamki se ujemata v enakem zvoku iz resničnega življenja, zato sta zvočno enaki.*

5.4 Pojemovna primerjava

Multimedijške znamke imajo načeloma lahko pojmovno vsebino. V skladu s pristopom, ki je podoben pristopu, ki se uporablja za znamke gibanja in zvočne znamke, je multimedijške znamke mogoče pojmovno primerjati, če imajo pojmovno vsebino. Pri presoji pojmovne vsebine znamke bi bilo treba pozornost nameniti tudi interakciji zvoka in vizualnih elementov, ker bi to lahko vplivalo na splošen vtis in/ali pomen znamke. V posebnih primerih bi lahko pri primerjavi multimedijške znamke vpliv zvočnega elementa spremenil zaznavanje pojmovne vsebine znamke.

Prejšnja figurativna znamka	Izpodbijana multimedijška znamka
	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 53 Za reproduciranje kliknite na sliko

Obrazložitev: *pojmovna vsebina obeh znamk je „banana“, zato sta znamki pojmovno enaki.*

Prejšnja besedna znamka	Izpodbijana multimedijska znamka
ALARM	 MULTIMEDIJSKA ZNAMKA 54 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: <i>prejšnja znamka je sestavljena iz besednega elementa „ALARM“, izpodbijana znamka kot celota pa ima podobno pojmovno vsebino, zato sta znamki pojmovno vsaj podobni.</i></p>	

6 Primerjava holografskih znamk

Pri presoji podobnosti holografskih znamk je glavna specifičnost, ki jih opredeljuje, holografski učinek, ki pa na znamko nima vpliva, ki bi mu bilo treba pri presoji podobnosti nameniti posebno pozornost. Načela, določena za tradicionalne znamke in znamke gibanja, bi se zato morala uporabljati tudi pri presoji podobnosti med holografskimi znamkami ali med holografskimi znamkami in drugimi vrstami znamk.

6.1 Kategorije elementov

Holografske znamke so znamke, ki jih sestavljajo elementi s holografskimi značilnostmi. V holografskih znamkah se lahko opredelijo tri kategorije elementov:


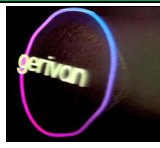
- besedni elementi;
- figurativni elementi;
- holografski učinek.

6.2 Vizualna primerjava



Pri vizualni primerjavi dveh holografskih znamk je treba upoštevati ujemanje ali podobnost elementov v znamkah (besednih in/ali figurativnih elementov ter njihovega holografskega učinka).

V holografski znamki se gibanje ali preoblikovanje v prikazu znamke uporablja samo za prikaz holografskega učinka, ki se mora edini upoštevati pri vizualni primerjavi.

Kar zadeva holografski učinek, enak ali podoben holografski učinek sam po sebi običajno ne bo privedel do ugotovitve vizualne podobnosti, razen če je podobnost mogoče ugotoviti v besednih ali figurativnih elementih znamk, ki se primerjata. Dve znamki sta lahko vizualno podobni zaradi ujemajočih se ali podobnih razlikovalnih besednih ali figurativnih elementov, tudi če imata različen holografski učinek.

Prejšnja holografska znamka	Izpodbijana holografska znamka
 HOLOGRAFSKA ZNAMKA 9 Za reproduciranje kliknite na sliko	 HOLOGRAFSKA ZNAMKA 10 Za reproduciranje kliknite na sliko
<p>Obrazložitev: <i>znamki vsebujeta enak besedni element „Gerivan“ in zelo podoben figurativni element, zato sta znamki vizualno podobni.</i></p>	



Holografske znamke je mogoče vizualno primerjati z drugimi vrstami znamk, razen z zvočnimi znamkami.



Prejšnja znamka gibanja	Izpodbijana holografska znamka
 <p>ZNAMKA GIBANJA 72 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	 <p>HOLOGRAFSKA ZNAMKA 11 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>
<p>Obrazložitev: obe znamki sta sestavljeni iz kroga z enako barvno kombinacijo in enakim razlikovalnim besednim elementom „Gerivan“ v sredini. Čeprav prejšnja znamka vključuje gibanje, izpodbijana znamka pa vsebuje holografski učinek, sta znamki vizualno podobni.</p>	



6.3 Zvočna primerjava

Holografskih znamk, ki ne vsebujejo besednih elementov, ni mogoče zvočno primerjati.

Če pa holografske znamke vsebujejo besedne elemente, jih je mogoče zvočno primerjati z isto vrsto ali drugimi vrstami znamk, ki so lahko predmet fonetične presoje. Uporabljajo se splošna merila za primerjavo besednih ali figurativnih znamk, ki vsebujejo besedne elemente.

Prejšnja holografska znamka	Izpodbijana holografska znamka
 <p>HOLOGRAFSKA ZNAMKA 12 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	 <p>HOLOGRAFSKA ZNAMKA 13 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>
<p>Obrazložitev: znamki vsebujeta enak besedni element „Gerivan“ in sta zato zvočno enaki.</p>	

Prejšnja figurativna znamka	Izpodbijana holografska znamka
	 <p>HOLOGRAFSKA ZNAMKA 14 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>
<p>Obrazložitev: znamki vsebujeta enak besedni element „Gerivan“ in sta zato zvočno enaki.</p>	

Prejšnja zvočna znamka	Izpodbijana holografska znamka
 <p>ZVOČNA ZNAMKA 99 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>	 <p>HOLOGRAFSKA ZNAMKA 15 Za reproduciranje kliknite na sliko</p>
<p>Obrazložitev: kljub morebitni razliki v izgovarjavi besednega elementa „Gerivan“ in dejstvu, da je ta v prejšnji znamki zapet, v izpodbijani pa grafično prikazan, sta znamki delno zvočno podobni.</p>	

6.4 Pojemna primerjava

Pojmovno primerjavo med dvema holografskima znamkama ter med holografsko znamko in drugo vrsto znamk je mogoče opraviti v primerih, ko je mogoče opredeliti pojmovno vsebino.

Če holografska znamka vsebuje besedne in/ali figurativne elemente, bo treba njihov pomen upoštevati pri določitvi pojmovne vsebine znamke.