

# Dokument o praksi

Zajednička komunikacija o zajedničkoj praksi:  
Razlikovnost – figurativni žigovi koji sadrže  
opisne/nerazlikovne riječi

**Institut za intelektualno vlasništvo  
Bosne i Hercegovine**

***Napomena Instituta:***

Ovaj Dokument o praksi pripremljen je u skladu sa Zajedničkom komunikacijom o Općim praksama za žigove koju je izradila Mreža Europske unije za intelektualno vlasništvo (EUIPN) i ima za cilj da pruži smjernice za postupke ispitivanja figurativnih žigova koji sadrže opisne/nedistinktivne riječi koje zadovoljavaju apsolutne osnove za odbijanje iz razloga što ih figurativni element čini distinktivnim. Nakon što se prilagodi specifičnim zahtjevima Instituta za intelektualno vlasništvo Bosne i Hercegovine, pružati će pregled standarda kvaliteta Instituta za zahtjeve primljene elektronskim putem i u štampanoj formi.

Ovaj Dokument o praksi, nakon njegovog usvajanja na nacionalnom nivou, može postati javan u cilju dodatnog povećanja transparentnosti, pravne sigurnosti i predvidljivosti za dobrobit ispitivača i korisnika.

## 1. KONTEKST

Uredi za IV Europske mreže žigova i dizajna nastavljaju surađivati u kontekstu Programa konvergencije. Oni su utvrdili zajedničku praksu u odnosu na slučajeve u kojima figurativni žig, koji sadrži samo opisne/nerazlikovne riječi, zadovoljava uvjete ispitivanja apsolutnih razloga jer figurativna sastavnica ima dovoljan razlikovni karakter.

Ova zajednička praksa objavljena je putem ove zajedničke komunikacije sa svrhom dodatnog povećavanja transparentnosti, pravne sigurnosti i predvidivosti na korist kako ispitivača tako i korisnika.

Sljedeća su pitanja izvan područja primjene projekta:

- Jezična pitanja: za potrebe projekta zamislite da su verbalni elementi potpuno opisni/nerazlikovni na vašem jeziku.
- Tumačenje izjava o ograničenju odgovornosti: zajednička praksa ne utječe na prihvaćanje ili tumačenje izjava o ograničenju odgovornosti ureda za IV.
- Upotreba žiga (uključujući stečenu razlikovnost i način stvarnog korištenja žiga u trgovanju).

## 2. ZAJEDNIČKA PRAKSA

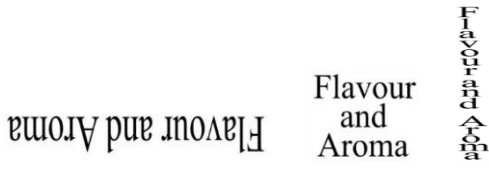
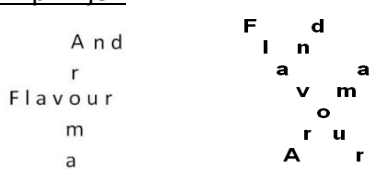
Sljedeći tekst sažima ključne poruke i glavne izjave o načelima zajedničke prakse. Potpun tekst može se pronaći na kraju ove publikacije.

Kako bi se odredilo je li prag razlikovnosti zadovoljen zbog figurativnih karakteristika žiga, razmatraju se sljedeći kriteriji:

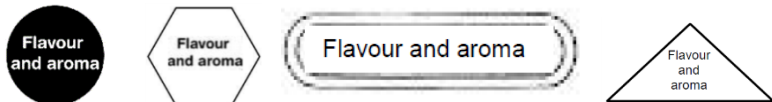
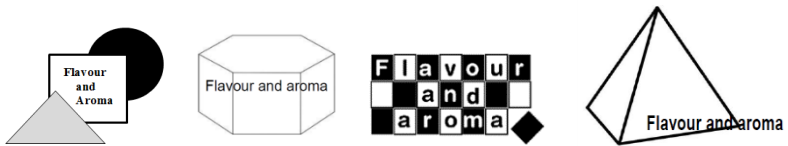
*\* Napomena: Znakovi koji sadrže „Flavour and aroma” traže zaštitu za kavu u razredu 30., znakovi koji sadrže „Fresh sardine” i „Sardines” traže zaštitu za sredele u razredu 29., znak koji sadrži „DIY” traži zaštitu za komplete dijelova za ugradnju u namještaj u razredu 20., znakovi koji sadrže „Pest control services” traže zaštitu za usluge uništavanja štetočina u razredu 37., a znak koji sadrži „Legal advice services” traži zaštitu za pravne usluge u razredu 45.*

## U POGLEDU VERBALNIH ELEMENATA U ŽIGU

<p><b>Kriterij</b></p>	<p><i>Tipografski oblici i font</i></p>
<p><b>Zajednička praksa</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Općenito, opisni/nerazlikovni verbalni elementi koji se pojavljuju u osnovnom/standardnom tipografskom obliku, stiliziranim (lettering) ili rukopisnim tipografskim oblicima – s tematskim fontovima ili bez njih (masna slova, kurziv) – ne mogu se registrirati. <u>Nerazlikovni primjeri:</u></li> </ul> <p style="text-align: center;"> <b>Fresh Sardine</b>   <i>Fresh Sardine</i>   FrEsh SaRdine  <i>Flavour and aroma</i>   <i>Flavour and aroma</i>   <i>Flavour and aroma</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kada standardni tipografski oblici uključuju elemente grafičkog dizajna kao dijela stilizacije, ti elementi trebaju imati dovoljan utjecaj na žig kao cjelinu da bi ga učinili razlikovnim. Kada su ti elementi dovoljni da odvuču pažnju potrošača s opisnog značenja verbalnog elementa ili vjerojatno stvore dugotrajan dojam koji žig ostavlja, žig se može registrirati. <u>Razlikovni primjeri:</u></li> </ul> <p style="text-align: center;"> <i>flavour and aroma</i>   <b>FLAVOUR AND AROMA</b>   <b>DIY</b> </p>
<p><b>Kriterij</b></p>	<p><i>Kombiniranje s bojom</i></p>
<p><b>Zajednička praksa</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Puko „dodavanje” jedne boje opisnom/nerazlikovnom verbalnom elementu, bilo samim slovima ili kao pozadinu, neće biti dovoljno da žigu da razlikovni karakter.</li> <li>Upotreba boja uobičajena je u trgovini i ne bi se smatrala oznakom porijekla. Ipak, ne može se isključiti mogućnost da određen raspored boja, koji je neobičan i relevantan da ga potrošač može lako zapamtiti, učini žig razlikovnim. <u>Nerazlikovni primjeri:</u></li> </ul> <p style="text-align: center;"> <span style="background-color: #800080; color: white; padding: 2px;">Flavour and aroma</span>   <b>Flavour and aroma</b>   <b>Flavour and aroma</b>   <b>Flavour and aroma</b> </p>
<p><b>Kriterij</b></p>	<p><i>Kombiniranje s interpunkcijskim znakovima i drugim simbolima</i></p>
<p><b>Zajednička praksa</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Općenito, dodavanje interpunkcijskih znakova i drugih simbola uobičajeno korištenih u trgovini ne dodaje razlikovni karakter znaku koji se sastoji od opisnih/nerazlikovnih verbalnih elemenata. <u>Nerazlikovni primjeri:</u></li> </ul> <p style="text-align: center;"> <b>“Flavour and aroma”</b>   <b>FreshSardine.™</b> </p>

<b>Kriterij</b>	<i>Položaj verbalnih elemenata (postrance, naopako itd.)</i>
<b>Zajednička praksa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>U pravilu, činjenica da su verbalni elementi raspoređeni okomito, okrenuti naopako ili u jednom ili više redova nije dovoljna da znaku osigura najmanji stupanj razlikovnog karaktera potrebnog za registraciju.</li> </ul> <p><u>Nerazlikovni primjeri:</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Ipak, način na koji su verbalni elementi postavljeni može dodati razlikovni karakter znaku kada je raspored takve prirode da se prosječni potrošač fokusira na njega umjesto da odmah percipira opisnu poruku.</li> </ul> <p><u>Razlikovni primjeri:</u></p> 

### U POGLEDU FIGURATIVNIH ELEMENATA U ŽIGU












<b>Kriterij</b>	<i>Upotreba jednostavnih geometrijskih oblika</i>
<b>Zajednička praksa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Opisni ili nerazlikovni verbalni elementi u kombinaciji s jednostavnim geometrijskim oblicima kao što su točke, crte, linearni segmenti, krugovi, trokuti, kvadrati, pravokutnici, paralelogrami, peterokuti, šesterokuti, trapezi i elipse vjerojatno neće biti prihvatljivi, posebno kada se prethodno navedeni oblici koriste kao okvir ili rub.</li> </ul> <p><u>Nerazlikovni primjeri:</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>S druge strane, geometrijski oblici mogu dodati razlikovnost znaku kada njihov prikaz, konfiguracija ili kombinacija s drugim elementima stvara opći dojam koji je dovoljno razlikovan.</li> </ul> <p><u>Razlikovni primjeri:</u></p> 
<b>Kriterij</b>	<i>Položaj i razmjer (veličina) figurativnog elementa u odnosu na verbalni element</i>
<b>Zajednička praksa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Znak se općenito može registrirati kada se figurativni element koji je sam po sebi razlikovan dodaje opisnom i/ili nerazlikovnom verbalnom elementu, pod uvjetom da se spomenuti figurativni element može jasno prepoznati u znaku zbog svoje veličine i mjesta.</li> </ul>

Nerazlikovni primjeri:

**Flavour and aroma** *Fresh Sardine*

Razlikovni primjer:

 **Flavour and aroma**

<b>Kriterij</b>	<i>Predstavlja li figurativni element proizvode i/ili usluge ili je direktno povezan s proizvodima i/ili uslugama</i>
<b>Zajednička praksa</b>	<p>➤ Smatra se da je figurativni element načelno opisan i/ili da nema razlikovni karakter kada:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- je on „vjeran” ili „stvaran” prikaz proizvoda i usluga,</li><li>- se on sastoji od simboličnog/stiliziranog prikaza proizvoda i usluga koji ne odstupa značajno od uobičajenog prikaza navedenih proizvoda i usluga.</li></ul> <p><u>Nerazlikovni primjeri:</u></p> <p> <b>Fresh Sardine</b>    <b>Sardines</b>    <b>From the sea to your plate</b></p> <p><u>Razlikovni primjeri:</u></p> <p> <b>resh Sardine</b>    <b>Fresh Sardine</b></p> <p>➤ Figurativni element koji ne predstavlja proizvode i usluge, već ima izravnu poveznicu sa svojstvima proizvoda i usluga neće učiniti znak razlikovnim, osim ako je dovoljno stiliziran.</p> <p><u>Nerazlikovni primjer:</u></p> <p> <b>PEST CONTROL SERVICES</b></p> <p><u>Razlikovni primjer:</u></p> <p> <b>PEST CONTROL SERVICES</b></p>
<b>Kriterij</b>	<i>Je li uobičajeno korištenje figurativnog elementa u trgovini u vezi s proizvodima i/ili uslugama za koje se primjenjuje</i>
<b>Zajednička praksa</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Figurativni elementi koji se uobičajeno koriste u trgovini u pogledu traženih proizvoda ili usluga u pravilu ne dodaju razlikovni karakter znaku u cjelini.</li></ul> <p><u>Nerazlikovni primjeri:</u></p> <p> <b>Flavour and aroma</b>    <b>FRESH SARDINE</b>    <b>Flavour and aroma</b>    <b>LEGAL ADVICE SERVICES</b></p>

## U POGLEDU I VERBALNIH I FIGURATIVNIH ELEMENATA U ŽIGU

### Zajednička praksa

*Kako kombinacije kriterija utječu na razlikovnost*

- Općenito, kombinacija figurativnih elemenata i verbalnih elemenata, koji ako se razmatraju pojedinačno nemaju razlikovni karakter, ne čini razlikovni žig.
- Ipak, kombinacija takvih elemenata, kada se razmatraju kao cjelina, može se percipirati kao oznaka porijekla zbog prezentacije i sastava znaka. Tome će biti tako kada ta kombinacija dovodi do sveukupnog dojma koji je dovoljno odmaknut od opisne/nerazlikovne poruke koju prenosi verbalni element.

Primjeri: Kako bi znak bilo moguće registrirati, on mora posjedovati minimalnu razinu razlikovnosti. Svrha ljestvice jest ilustrirati gdje se nalazi taj prag. Primjeri u nastavku, s lijeva na desno, sadrže elemente s rastućim učinkom na razlikovnost žigova, što daje žigove koji su ili nerazlikovni kao cjelina (crveni stupac) ili razlikovni kao cjelina (zeleni stupac).

Nerazlikovni	Razlikovni
<p>1.</p>	
<p>2.</p>	
<p>3.</p>	



## **ZAJEDNIČKA PRAKSA**

**Razlikovnost –  
figurativni žigovi koji  
sadrže  
opisne/nerazlikovne riječi**



## Indeks

<b>1. CILJ OVOG DOKUMENTA.....</b>	<b>1</b>
<b>2. PODRUČJE PRIMJENE PROJEKTA.....</b>	<b>1</b>
<b>3. ZAJEDNIČKA PRAKSA.....</b>	<b>2</b>
<b>3.1 Opisne/nerazlikovne riječi .....</b>	<b>2</b>
<b>3.2 Koji su figurativni pragovi za zadovoljavanje uvjeta ispitivanja apsolutnih razloga? .....</b>	<b>4</b>
<b>A. U pogledu verbalnih elemenata u žigu .....</b>	<b>5</b>
<b>A1. Tipografski oblici i font .....</b>	<b>5</b>
<b>A2. Kombiniranje s bojom .....</b>	<b>7</b>
<b>A3. Kombiniranje s interpunkcijskim znakovima i drugim simbolima .....</b>	<b>8</b>
<b>A4. Položaj verbalnih elemenata (postrance, naopako itd.) .....</b>	<b>9</b>
<b>B. U pogledu figurativnih elemenata u žigu .....</b>	<b>10</b>
<b>B1. Upotreba jednostavnih geometrijskih oblika .....</b>	<b>10</b>
<b>B2. Položaj i razmjer (veličina) figurativnog elementa u odnosu na verbalni element .....</b>	<b>12</b>
<b>B3. Figurativni element prikazuje proizvode i/ili usluge ili je direktno povezan s proizvodima i/ili uslugama.....</b>	<b>13</b>
<b>B4. Figurativni element uobičajeno se koristi u trgovini u vezi s proizvodima i/ili uslugama za koje je podnesen zahtjev. ....</b>	<b>17</b>
<b>C. Kako kombinacije prethodno navedenih kriterija utječu na razlikovnost? ...</b>	<b>19</b>

## 1. CILJ OVOG DOKUMENTA

Ovaj je dokument referentan za urede za IV, udruženja korisnika, podnositelje zahtjeva i predstavnike u pogledu zajedničke prakse kojom se određuje kada figurativni žig, koji sadrži samo opisne/nerazlikovne riječi, zadovoljava uvjete ispitivanja apsolutnih razloga jer figurativna sastavnica daje žigu kao cjelini dovoljan razlikovni karakter. On će biti stavljen na općenito raspolaganje te će biti lako dostupan, dajući **jasno i sveobuhvatno objašnjenje načela na kojima se nova zajednička praksa temelji**. Ta će se načela općenito primjenjivati, a cilj im je obuhvatiti veliku većinu slučajeva. Razlikovnost se mora ocjenjivati od slučaja do slučaja, pri čemu zajednička načela služe kao smjernica kako bi se osiguralo da različiti uredi, postupajući po istim osnovama, dolaze do sličnih, predvidivih ishoda.

## 2. PODRUČJE PRIMJENE PROJEKTA

Prema odluci Suda u Presudi C-104/01, „Libertel”, t. 48.–50.:

*„Ustaljena je sudska praksa da prava žigova čine bitan element u sustavu nenarušenog nadmetanja kojega Ugovor o EZ-u nastoji uspostaviti i održavati.*

*Nadalje, temeljem članka 5. stavka 1. Direktive, žig daje njegovu vlasniku isključivo pravo, u odnosu na određene proizvode i usluge, koje mu omogućava monopol nad znakom registriranim kao žigom tijekom neograničenog razdoblja.*

*Mogućnost registriranja žiga može biti **ograničena** zbog razloga koji se odnose na **javni interes**.”*

Direktiva 2008/95/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 22. listopada 2008., o usklađivanju zakonodavstava država članica o žigovima („Direktiva”), navodi u svom članku 3. stavku 1. točkama (b) i (c)<sup>1</sup> kako **znakovi koji nemaju razlikovni karakter, i opisni žigovi**, to jest, oni koji se sastoje isključivo od oznaka ili podataka koji u trgovini mogu služiti za označivanje vrste, kakvoće, količine, namjene, vrijednosti, zemljopisnog podrijetla ili vremena proizvodnje ili pružanja usluge ili za označivanje drugih karakteristika proizvoda i usluga, **neće biti registrirani ili će, ako su registrirani, podlijegati proglašavanju njihove ništavosti**.

Različiti temelji za odbijanje moraju biti tumačeni u svjetlu **javnog interesa** koji su u pozadini svakog od njih (vidjeti spojene predmete C-456/01 P i C-457/01 P, *Henkel*, t. 45.–46., predmet C-329/02 P, *SAT. 1*, t. 25.).

U javnom je interesu spriječiti registraciju žiga na temelju kojega nije moguće razlikovati proizvode i/ili usluge za koje se traži registracija od onih koji pripadaju drugim društvima.

**Područje primjene** projekta glasi:

---

<sup>1</sup> Svako spominjanje članaka „Direktive” može se tumačiti kao pozivanje na odgovarajuće članke Uredbe Vijeća (EZ) br. 207/2009 od 26. veljače 2009. o žigu Zajednice.

„Cilj ovog projekta jest utvrditi zajedničku praksu u odnosu na slučajeve u kojima **figurativni žig**, koji sadrži **samo opisne/nerazlikovne riječi**, zadovoljava uvjete ispitivanja **apsolutnih razloga** jer figurativna sastavnica ima **dovoljan razlikovni karakter**.“

Sljedeća su pitanja izvan područja primjene projekta:

- *Jezična pitanja: za potrebe projekta zamislite da su verbalni elementi u cijelosti opisni/nerazlikovni na vašem jeziku.*
- *Tumačenje izjava o ograničavanju odgovornosti.*
- *Upotreba žiga (uključujući stečenu razlikovnost i način stvarnog korištenja žiga u trgovanju).*

Kako bi se odredilo je li prag razlikovnosti zadovoljen zbog figurativnih karakteristika žiga, razmatraju se sljedeći kriteriji:

- U pogledu **verbalnih** elemenata u žigu:
  - Tipografski oblici i font
  - Kombiniranje s bojom
  - Kombiniranje s interpunkcijskim znakovima i drugim simbolima
  - Položaj verbalnih elemenata (postrance, naopako itd.)
- U pogledu **figurativnih** elemenata u žigu:
  - Upotreba jednostavnih geometrijskih oblika
  - Položaj i razmjer (veličina) figurativnog elementa u odnosu na verbalni element
  - Predstavlja li figurativni element proizvode i/ili usluge ili je direktno povezan s proizvodima i/ili uslugama
  - Je li uobičajeno korištenje figurativnog elementa u trgovini u vezi s proizvodima i/ili uslugama za koje se primjenjuje.
- U pogledu i verbalnih i figurativnih elemenata u žigu:
  - Kako kombinacije kriterija utječu na razlikovnosti.

### 3. ZAJEDNIČKA PRAKSA

#### 3.1 Opisne/nerazlikovne riječi

Za potrebe projekta, verbalni elementi u žigu smatraju se u potpunosti opisnima/nerazlikovnim jer je glavna svrha provesti konvergenciju pristupa tome kada dodatak figurativnog elementa čini žig kao cjelinu dovoljno razlikovnim, time omogućujući da žig izvršava svoju bitnu funkciju i zadovoljava uvjete ispitivanja apsolutnih razloga.

Sukladno utvrđenoj sudskoj praksi, da bi žig posjedovao **razlikovni karakter** za potrebe članka 3.

stavka 1. točke (b) Direktive, on mora moći izvršavati svoju **bitnu funkciju**, i to **jamčiti identitet komercijalnog porijekla** označenih proizvoda i/ili usluga **potrošaču ili krajnjem korisniku** omogućujući mu, bez ikakve mogućnosti dovođenja u zabludu, **razlikovanje tih proizvoda ili usluga od drugih što imaju drugo porijeklo**, i time ponavljanje iskustva, ako se ono pokaže pozitivnim, ili njegovo izbjegavanje, ako se pokaže negativnim (vidjeti C-39/97, *Canon*, t. 28. i T-79/00, *LITE*, t. 26.).

Neodvojivo od mogućnosti žiga da **izvršava svoju bitnu funkciju**, kako ju je utvrdio Sud, opći interes u pozadini članka 3. stavka 1. točke (c) Direktive jest onaj osiguravanja da **opisne** znakove ili **oznake što se odnose na svojstva** proizvoda ili usluga u pogledu kojih se traži registracija mogu **slobodno koristiti svi** trgovci koji nude takve proizvode i/ili usluge, sprečavajući rezerviranje takvih znakova i oznaka za samo jedno društvo jer su oni registrirani kao žigovi (vidjeti predmete C-299/99 *Philips*, t. 30., C-329/02 P, *SAT.1*, t. 30., spojene predmete C-90/11 i C-91/11, *Alfred Strigl*, t. 31., C-53/01 P, *Linde*, t. 73., i C-104/01, *Libertel*, t. 52., C-363/99 *Koninklijke KPN Nederland NV*, t. 54., spojene predmete C-108/97 i C-109/97 *Windsurf Chiemsee*, t. 25.).

Razlikovnost mora biti ocijenjena, kao prvo, u pogledu proizvoda ili usluga u odnosu na koje je registracija zatražena, i kao drugo, u pogledu percepcije relevantne publike (vidjeti C-53/01 P, *Linde*, t. 41., C-363/99, *Koninklijke KPN Nederland NV*, t. 34., spojeni predmeti C-468/01 P do C-472/01 P, *Procter & Gamble*, t. 33.).

Premda je svaki od temelja za odbacivanje naveden u članku 3. stavku 1. neovisan o drugima i zahtijeva zasebno ispitivanje, ipak postoji jasno **preklapanje** područja primjene svakog od temelja za odbacivanje utvrđenih člankom 3. stavkom 1. točkama (b) i (c) (vidjeti spojene predmete C-90/11 i C-91/11, *Alfred Strigl*, t. 20., C-53/01 P, *Linde*, t. 67., predmet C-363/99 *Koninklijke KPN Nederland NV*, t. 85., predmet C-392/02 P, *SAT.1*, t. 25.).

Prema utvrđenoj sudskoj praksi, znak koji **opisuje** svojstva proizvoda i usluga za potrebe članka 3. stavka 1. točke (c) Direktive je, u tom smislu, nužno **bez ikakvog razlikovnog karaktera** u odnosu na te proizvode ili usluge u smislu članka 3. stavka 1. točke (b) Direktive. Žig **može ipak biti bez razlikovnog karaktera u odnosu na proizvode ili usluge zbog drugih razloga osim činjenice da je opisan** (vidjeti C-265/00, *Biomild*, t. 19., predmet C-363/99 *Koninklijke KPN Nederland NV*, t. 86., i predmet C-51/10 P, *Agencja Wydawnicza Technopol / OHIM*, t. 33.).

Stoga opisan žig nužno nema nikakav razlikovni karakter, premda žig može biti bez razlikovnosti zbog drugih razloga osim opisnosti.

### 3.2 Koji su figurativni pragovi za zadovoljavanje uvjeta ispitivanja apsolutnih razloga?

Unatoč tome što sadržava samo opisne/nerazlikovne riječi, figurativni žig još uvijek može zadovoljavati uvjete ispitivanja apsolutnih razloga ako postoje drugi elementi u žigu koji čine žig razlikovnim kao cjelinu.

Ipak, razlikovnost žiga koji sadrži opisne/nerazlikovne verbalne elemente ne može se oslanjati na figurativne elemente koji nemaju razlikovni karakter sami po sebi ili su minimalni po prirodi, osim ako je proizvedena kombinacija razlikovna kao cjelina.

Ovo je načelo potvrdio Europski sud u svojoj Presudi C-37/03 P, *Bio/D*. U toj presudi, Sud navodi da grafički elementi u žigu ne mogu „učiniti ništa kako bi omogućili relevantnoj publici da razlikuje, bez mogućnosti zablude, proizvode ili usluge obuhvaćene zahtjevom za registraciju žiga od drugih koji imaju drugo porijeklo,” te stoga „ti grafički elementi nisu sposobni izvršavati bitnu funkciju žiga u odnosu na relevantne proizvode i usluge” (t. 72.). Kao primjer, u tom određenom slučaju „figurativni i grafički elementi toliko su minimalni po prirodi da žigu za koji je zatražena registracija kao cjelini ne daju nikakav razlikovni karakter. Ti elementi ne posjeduju nikakvo svojstvo, posebno u pogledu maštovitosti ili u pogledu načina na koji su kombinirani, čime bi omogućili tom žigu da izvršava svoju bitnu funkciju u pogledu proizvoda i usluga obuhvaćenih zahtjevom za registraciju žiga” (t. 74.).

Za potrebe određivanja razlikovnog karaktera koji figurativni elementi pružaju znaku, postignut je sporazum o sljedećim kriterijima:

## A. U pogledu verbalnih elemenata u žigu

### A1. Tipografski oblici i font


- Općenito, opisni/nerazlikovni verbalni elementi koji se pojavljuju u osnovnom/standardnom tipografskom obliku, stiliziranim (lettering) ili rukopisnim tipografskim oblicima – s tematskim fontovima ili bez njih (masna slova, kurziv) – ne mogu se registrirati.
- Kada standardni tipografski oblici uključuju elemente grafičkog dizajna kao dijela stilizacije, ti elementi trebaju imati dovoljan utjecaj na žig kao cjelinu da bi ga učinili razlikovnim. Kada su ti elementi dovoljni da odvuku pažnju potrošača s opisnog značenja verbalnog elementa ili vjerojatno stvore dugotrajan dojam koji žig ostavlja, žig se može registrirati.

#### Primjeri

Nerazlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
Osnovni tipografski oblici, s tematskim fontovima ili bez njih (masna slova, kurziv)	<p>Flavour and aroma</p> <p><b>Flavour and aroma</b></p> <p><i>Flavour and aroma</i></p> <p>Flavour and aroma</p> <p>FLAVOUR AND AROMA</p> <p>Flavour and aroma</p>	Razred 30.: Kava.
Male varijacije fonta (tj. riječ otisnuta masnim slovima)	<p>Flavour <b>and</b> aroma</p> <p><i>Flavour and aroma</i></p>	Razred 30.: Kava.
Rukom pisano ili tipografski oblici rukopisnog stila	<p><i>Flavour and aroma</i></p> <p><i>Flavour and aroma</i></p> <p><i>Flavour and aroma</i></p> <p><i>Flavour and Aroma</i></p> <p><i>Fresh Sardine</i></p>	<p>Razred 30.: Kava.</p> <p>Razred 30.: Kava.</p> <p>Razred 29.: Srdele.</p> <p>Temeljeno na predmetu „Bollywood macht glücklich!”, Bundespatentgericht</p>

	<i>Flavour and Aroma</i> <b>Fresh Sardine</b>	27 W (pat) 36/09. Razred 30.: Kava.  Razred 29.: Srdele. Temeljeno na predmetu T-464/08, <i>Superleggera</i> (vidjeti t. 33.–34.).
<i>Mala slova + velika slova</i>	<b>FreshSARDINE</b>	Razred 29.: Srdele.
<i>Standardni tipografski oblik + kurziv</i>	<b>Freshsardine</b>	Razred 29.: Srdele.
<i>Kapitalizacija slova unutar riječi koja ne utječe na značenje verbalnog elementa</i>	<b>FrEsh SaRdine</b>	Razred 29.: Srdele.
<i>Tipografski oblik određenog stupnja neobičnosti, no i dalje uglavnom normalan</i>	<b>Flavour and Aroma</b> <b>Fresh Sardine</b>	Razred 30.: Kava. Razred 29.: Srdele. Temeljeno na predmetu „jogosonline”, portugalski zahtjev za registraciju žiga N° 406731, odbačen od strane INPI-a.

Razlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<i>Pisana slova koja su stilizirana do te mjere da su nečitka, tj. nije moguće izvući nikakvo opisno značenje.</i>	<i>flavour and aroma</i>	Razred 30.: Kava.
<i>Tipografski oblik s dovoljnim stupnjem stilizacije, s mogućnošću tumačenja</i>	<b>DIY</b>	Razred 20.: Kompleti dijelova za

<p><i>pojedinačnih znakova na različite načine.</i></p> <p><i>* „DIY” je kratica za „do-it-yourself” (engleski izraz za „uradi sam”), i smatra se nerazlikovnim verbalnim elementom u odnosu na proizvode za koje se traži zaštita.</i></p>		<p>sklapanje u namještaj.</p>
<p><i>Grafički dizajniran tipografski oblik, pojedina je slova teže prepoznati.</i></p>		<p>Razred 30.: Kava.</p>

## A2 Kombiniranje s bojom

- Sukladno onome što je naveo Europski sud u svojoj presudi C-104/01, „Libertel”, „mora se imati na umu da, premda boje mogu prenositi određene asocijacije i ideje, te pobuditi osjećaje, one posjeduju malo inherentne sposobnosti komuniciranja specifične informacije, posebno zbog toga što su uobičajene i opće korištene, zbog njihove privlačnosti, kako bi se oglašavalo i prodavalo proizvode ili usluge, bez ikakve određene poruke” (t. 40.).
- Europski sud u prethodnoj odluci C-49/02, „Heidelberger”, dodatno navodi kako „Osim u izuzetnim slučajevima, boje izvorno nemaju razlikovni karakter” (t. 39.).
- Puko „dodavanje” jedne boje opisnom/nerazlikovnom verbalnom elementu, bilo samim slovima ili kao pozadinu, neće biti dovoljno da žigu da razlikovni karakter.
- Upotreba boja uobičajena je u trgovini i ne bi se smatrala oznakom porijekla. Ipak, ne može se isključiti mogućnost da određen raspored boja, koji je neobičan i relevantan da ga potrošač može lako zapamtiti, učini žig razlikovnim.



## Primjeri

Nerazlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<i>Dodatak jedne pojedinačne boje osnovnom/normalnom tipografskom obliku (obojena slova).</i>	<b>Flavour and aroma</b>	Razred 30.: Kava.
<i>Dodatak jedne pojedinačne boje osnovnom/normalnom tipografskom obliku (obojena pozadina ili okvir).</i>	<b>Flavour and aroma</b>	Razred 30.: Kava.
	<b>Flavour and aroma</b>	Razred 30.: Kava.
<i>Dodatak jedne pojedinačne boje osnovnom/normalnom tipografskom obliku (obojeni obrub).</i>	<b>Flavour and aroma</b>	Razred 30.: Kava.
<i>Dodatak jedne pojedinačne boje osnovnom/normalnom tipografskom obliku (gradijent boje).</i>	<b>FLAVOUR AND AROMA</b>	Razred 30.: Kava.
<i>U ovom primjeru korištenje brojnih različitih boja za slova može privući pogled potrošača, no to neće nikako pomoći potrošaču razlikovati proizvode i/ili usluge jednog društva od onih što pripadaju drugima jer potrošači neće niti percipirati ni zapamtiti određeni raspored boja.</i>	<b>Flavour and aroma</b>	Razred 30.: Kava.

### A3. Kombiniranje s interpunkcijskim znakovima i drugim simbolima

- Općenito, dodavanje interpunkcijskih znakova ili drugih simbola uobičajeno korištenih u trgovini ne dodaje razlikovni karakter znaku koji se sastoji od opisnih/nerazlikovnih verbalnih elemenata.

## Primjeri

Nerazlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<i>Dodavanje točke ili simbola žiga ne dodaje razlikovni karakter znaku.</i>	<b>FreshSardine.</b> ™	Razred 29.: Srdele. Temeljeno na predmetu C-37/03 P, <i>BioID</i> . (vidjeti t. 72.–74.).
Dodavanje navodnika ne dodaje razlikovni karakter znaku.	<b>“Flavour and aroma”</b>	Razred 30.: Kava.

### A4. Položaj verbalnih elemenata (postrance, naopako itd.)

- Način raspoređivanja verbalnih elemenata može dodati razlikovni karakter znaku kada on može utjecati na percepciju potrošača o značenju spomenutih verbalnih elemenata. Drugim riječima, raspored mora biti takve prirode da se prosječni potrošač fokusira na njega umjesto da odmah percipira opisnu poruku. U pravilu, činjenica da su verbalni elementi raspoređeni okomito, okrenuti naopako ili u jednom, dva ili više redova nije dovoljna da znaku osigura najmanji stupanj razlikovnog karaktera potrebnog za registraciju.

## Primjeri

Nerazlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<i>Tekst u dva ili više redova, čitan s lijeva na desno.</i>	Flavour and Aroma	Razred 30.: Kava.
<i>Sav je tekst okrenut naopako.</i>	Flavour and Aroma	Razred 30.: Kava.

Sav je tekst okomit.	F l a v o u r a n d  A r o m a	Razred 30.: Kava.
<b>Razlikovni</b>		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
Tekst je prezentiran na originalan način. Posebna konfiguracija može utjecati na potrošačevu percepciju verbalnih elemenata.	<pre>       F   d       l   n       a   a       v   m       o       r   u       A   r     </pre> <p style="text-align: center;">A n d r F l a v o u r m a</p>	Razred 30.: Kava.

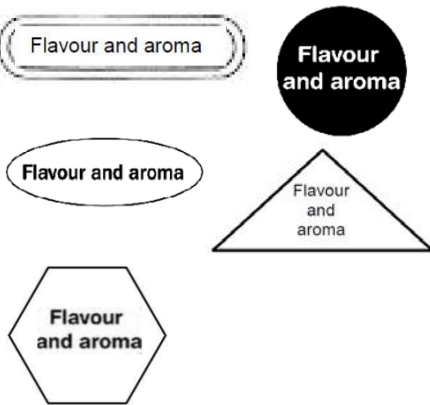
## B. U pogledu figurativnih elemenata u žigu

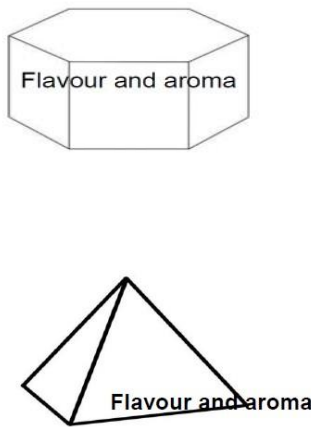
### B.1. Upotreba jednostavnih geometrijskih oblika

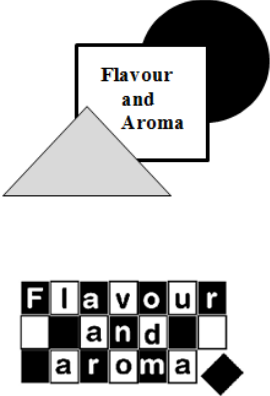
- Opisni ili nerazlikovni verbalni elementi u kombinaciji s jednostavnim geometrijskim oblicima kao što su točke, crte, linearni segmenti, krugovi, trokuti, kvadrati, pravokutnici, paralelogrami, peterokuti, šesterokuti, trapezi i elipse<sup>2</sup> vjerojatno neće biti prihvatljivi, posebno kada se prethodno navedeni oblici koriste kao okvir ili rub.
- Tome je tako zbog toga što geometrijski oblik koji služi tek kako bi se podcrtalo, istaknulo ili okružilo verbalni element neće imati dovoljan učinak na žig kao cjelinu kako bi ga učinio razlikovnim.
- S druge strane, geometrijski oblici mogu dodati razlikovnost znaku kada njihov prikaz, konfiguracija ili kombinacija s drugim elementima stvara opći dojam koji je dovoljno razlikovan.

<sup>2</sup> Popis jednostavnih geometrijskih oblika nije konačan.

## Primjeri

Nerazlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<p><i>Primjeri jednostavnih geometrijskih oblika koji se koriste kao okvir ili rub i ne smatraju se prihvatljivima.</i></p>		<p>Razred 30.: Kava.</p>

Razlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<p><i>Primjeri određene konfiguracije nerazlikovnih verbalnih elemenata s jednostavnim geometrijskim oblikom koja čini žig prihvatljivim u njegovoj ukupnosti zbog posebnog rasporeda načina na koji se riječi preklapaju s jednostavnim geometrijskim oblicima kao i razmjerno velike mjere oblika u usporedbi s riječima tako da se oblik ne percipira tek kao podcrtavanje, isticanje ili okruživanje riječi, već je stvoren opći utisak koji je dovoljno razlikovan. Pretpostavlja se da figurativni elementi nisu prikazi pakiranja.</i></p>		<p>Razred 30.: Kava.</p>


<p>Primjeri određenih kombinacija geometrijskih oblika s opisnim riječima, koje čine svaki od žigova razlikovnim kao cjelinu.</p>		<p>Razred 30.: Kava.</p>
---	--	------------------------------

## B2 Položaj i razmjer (veličina) figurativnog elementa u odnosu na verbalni element

- Znak se općenito može registrirati kada se figurativni element koji je sam po sebi razlikovan dodaje opisnom i/ili nerazlikovnom verbalnom elementu, pod uvjetom da se spomenuti figurativni element može jasno prepoznati u znaku zbog svoje veličine i mjesta.

### Primjeri

Nerazlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<p>Crveni element koji se pojavljuje na slovu „i” jedva je prepoznatljiv.</p>		<p>Razred 29.: Srdele.</p>
<p>Figurativni element je tako malen da nije prepoznatljiv.</p>		<p>Razred 30.: Kava.</p>

Razlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<p>Figurativni element je sam po sebi razlikovan i dovoljno velik da bude prepoznat u žigu kao cjelini.</p>		<p>Razred 30.: Kava.</p>

### B3. Figuratívni element prikazuje proizvode i/ili usluge ili je direktno povezan s proizvodima i/ili uslugama.

Kao općenito pravilo, puka kombinacija elemenata, pri čemu su svi oni opisni u smislu karakteristika proizvoda i usluga u pogledu kojih se traži registracija, bez uvođenja ikakvih neobičnih varijacija, sama ostaje opisna i ne može dovesti do ičega osim žiga koji se sastoji isključivo od znakova i oznaka što služe, u trgovini, kako bi se označavalo karakteristike dotičnih proizvoda i usluga (vidjeti kao analogiju C-265/00 Biomild, t. 39. i C-408/08 P, Color Edition, t. 61.).

Ipak, takva kombinacija ne mora biti opisna, pod uvjetom da ona stvara dojam koji je dovoljno daleko odmaknut od onoga što se dobiva jednostavnim kombiniranjem tih elemenata, s rezultatom koji je više od zbira njegovih dijelova (C-265/00 Biomild, t. 40.).

- U nekim slučajevima, figurativni element sastoji se od prikaza predstavljenih proizvoda i usluga. Načelno, smatra se da je spomenuti prikaz opisan i/ili da nema razlikovni karakter kada:
  - je on „vjeran” ili „stvaran” prikaz proizvoda i usluga,
  - se on sastoji od simboličnog/stiliziranog prikaza proizvoda i usluga koji ne odstupa značajno od uobičajenog prikaza navedenih proizvoda i usluga.



U drugim slučajevima figurativni element ne mora predstavljati proizvode i usluge, no može ipak imati izravnu poveznicu sa svojstvima proizvoda i/ili usluga. U takvim slučajevima, znak će se smatrati nerazlikovnim, osim ako je dovoljno stiliziran.



#### Primjeri

U sljedećim primjerima, žigovi koji su nastali kombiniranjem nerazlikovnog/opisnog figurativnog elementa i nerazlikovnog/opisnog verbalnog elementa ne stvaraju dojam koji je više od zbira njegovih dijelova.

Rezultat će biti isti bilo da se figurativni i/ili verbalni elementi smatraju opisnima ili nerazlikovnima


Nerazlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge

<p>Opisni figurativni element + opisni verbalni element.</p> <p>Figurativni element prikazuje sliku srdele, a time vjeran prikaz proizvoda. Ni tipografski oblik (osnovni/standardni) ni položaj verbalnih elemenata ni sveukupna kompozicija žiga ni bilo koji drugi elementi ne daju žigu potreban minimalni stupanj razlikovnog karaktera.</p>	 <b>Fresh Sardine</b>	Razred 29.: Srdele.
<p>Opisni figurativni element + nerazlikovni verbalni element.</p> <p>Figurativni element prikazuje sliku srdele, a time vjeran prikaz proizvoda. Ni tipografski oblik (osnovni/standardni) ni položaj verbalnih elemenata ni sveukupna kompozicija žiga ni bilo koji drugi elementi ne daju žigu potreban minimalni stupanj razlikovnog karaktera.</p>	 From the sea to your plate	Razred 29.: Srdele.

<p>Nerazlikovni figurativni element + nerazlikovni verbalni element.</p> <p><i>Figurativni element prikazuje tipičnu konzervu srdela kakva se uobičajeno koristi u trgovini kao pakiranje za srdele te se stoga sastoji od simboličnog/stiliziranog prikaza proizvoda koji značajno ne odstupa od uobičajenog prikaza navedenog proizvoda. Ni tipografski oblik (osnovni/standardni) ni položaj verbalnih elemenata ni sveukupna kompozicija žiga ni bilo koji drugi elementi ne daju žigu potreban minimalni stupanj razlikovnog karaktera.</i></p>	 <p><b>From the sea to your plate</b></p>	<p>Razred 29.: Srdele.</p>
<p>Nerazlikovni figurativni element + opisni verbalni element.</p> <p><i>Figurativni element prikazuje tipičnu konzervu srdela kakva se uobičajeno koristi u trgovini kao pakiranje za srdele te se stoga sastoji od simboličnog/stiliziranog prikaza proizvoda koji značajno ne odstupa od uobičajenog prikaza navedenog proizvoda. Ni tipografski oblik (osnovni/standardni) ni položaj verbalnih elemenata ni sveukupna kompozicija žiga ni bilo koji drugi elementi ne daju žigu potreban minimalni stupanj razlikovnog karaktera.</i></p>	 <p><b>Sardines</b></p>	<p>Razred 29.: Srdele.</p>



<p><i>Figurativni element ne predstavlja usluge, no ipak ima izravnu poveznicu s karakteristikama usluga. Znak nije dovoljno stiliziran.</i></p>		<p>Razred 37.: Usluge suzbijanja štetočina.</p>
--	--	---





Razlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<p><i>Iznimka: posebna kombinacija/kompozicija (sveukupna razlikovnost dva opisna/nerazlikovna elementa zajedno). Korištenjem srdela kao slova „F” i „I”, ovaj znak stvara dojam koji je dovoljno daleko odmaknut od onoga što se dobiva pukim kombiniranjem tih nerazlikovnih/opisnih figurativnih i verbalnih elemenata, a to je više od zbira njegovih dijelova.</i></p>		<p>Razred 29.: Srdele.</p>

<p>Razlikovni figurativni element + opisni verbalni element.</p> <p><i>Figurativni element sastoji se od riblje kosti koja hoda te je stoga simboličan/stilizirani prikaz proizvoda koji značajno odstupa od uobičajenog prikaza navedenog proizvoda.</i></p>		<p>Razred 29.: Srdele.</p>
<p><i>Figurativni element ima izravnu poveznicu s karakteristikama usluga, no znak je dovoljno stiliziran.</i></p>		<p>Razred 37.: Usluge suzbijanja štetočina.</p>

**B4. Figurativni element uobičajeno se koristi u trgovini u vezi s proizvodima i/ili uslugama za koje je podnesen zahtjev.**

- Figurativni elementi koji se uobičajeno koriste u trgovini u pogledu traženih proizvoda ili usluga u pravilu ne dodaju razlikovni karakter znaku u cjelini.

## Primjeri

Nerazlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<p>Traženi žig relevantna bi publika shvatila kao jasnu i izravnu naznaku kvalitete, no ne kao naznaku porijekla proizvoda.</p> <p><i>Figurativni elementi nemaju nikakvih upadljivih, neobičnih ili izvornih svojstava i bit će jednostavno promatrani kao uobičajena oznaka koju prosječni potrošač neće zapamtiti kao razlikovnu.</i></p>		Razred 30.: Kava.
<p><i>Obojene kartice za cijenu uobičajeno se koriste u trgovini za sve vrste proizvoda te kombinacija s opisnim verbalnim elementima nije dovoljna da učini žig razlikovnim.</i></p>		Razred 29.: Srdele. Temeljeno na predmetu T-122/01, Best Buy (vidjeti t. 33.).
<p><i>Kartice za cijenu uobičajeno se koriste u trgovini za sve vrste proizvoda.</i></p>		Razred 30.: Kava.
<p><i>„Vaga pravde” uobičajeno se koristi u trgovini za pravne usluge.</i></p>	<p>LEGAL ADVICE SERVICES</p> 	Razred 45.: Pravne usluge.

### C. Kako kombinacije prethodno navedenih kriterija utječu na razlikovnost?

- Općenito, kombinacija figurativnih elemenata i verbalnih elemenata, koji ako se razmatraju pojedinačno nemaju razlikovni karakter, ne čini razlikovni žig.
- Ipak, kombinacija takvih elemenata, kada se razmatraju kao cjelina, može se percipirati kao oznaka porijekla zbog prezentacije i sastava znaka. Tome će biti tako kada kombinacija stvara ukupan dojam koji je dovoljno daleko odmaknut od opisne/nerazlikovne poruke koju prenosi verbalni element.






Sljedeća tablica sadrži odabrane primjere koji svi redom sadržavaju kombinacije pojedinačnih kriterija ocjenjivanih u prethodnih poglavljima dokumenta o zajedničkoj praksi. Kombinacije predstavljene u crvenom stupcu su one koje, uslijed jednostavnosti i/ili uobičajenosti njihove prirode, ne dovode do utvrđivanja razlikovnosti. Nasuprot tome, kombinacije predstavljene u zelenom stupcu smatraju se razlikovnim.

#### Primjeri:

Kako bi znak bilo moguće registrirati, on mora posjedovati minimalnu razinu razlikovnosti. Svrha ljestvice jest ilustrirati gdje se nalazi taj prag. Primjeri u nastavku, s lijeva na desno, sadrže elemente s rastućim učinkom na razlikovnost žigova, što daje žigove koji su ili nerazlikovni kao cjelina (crveni stupac) ili razlikovni kao cjelina (zeleni stupac)<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Znakovi koji sadrže „Flavour and aroma” traže zaštitu za **kavu** u razredu 30., a znakovi koji sadrže „Fresh sardine” traže zaštitu za **srdele** u razredu 29.

Non-distinctive	Distinctive
<p>1.</p> <p> <i>Flavour and aroma</i>     <i>Flavour and Aroma</i>     <i>Flavour and aroma</i>     <b>Flavour and Aroma</b> </p>	<p> <b>F</b> <b>A</b> <b>R</b> <b>A</b> <b>O</b> <b>A</b>  <i>FlavOur and ArOma</i> </p>
<p>2.</p> <p> <b>Flavour and aroma</b>     <i>Flavour and aroma</i>     <i>Flavour and aroma</i>     <b>Fla vour and aroma</b> </p>	<p> <i>Flavour and Aroma</i>     <b>Flavour and Aroma</b>     <i>Flavour and Aroma</i> </p>
<p>3.</p> <p>  Fresh sardine     <b>Fresh sardine</b>      Fresh Sardine     <b>FRESH SARDINE</b> </p>	<p>  Fresh Sardine      Fresh sardine </p> <p>  <b>FRESH SARDINE</b> </p>

## **1. redak:**

*S lijeva na desno, prvi primjer kombinira osnovni/standardni tipografski oblik s riječi otisnutom masnim slovima i pozicioniranim verbalnim elementima. U sljedećem slučaju, dodavanje crvene boje može predstavljati korak naprijed, no kombinacija (tj. standardni tipografski oblik, pozicioniranje verbalnih elemenata i jedna boja) još uvijek ne čini razlikovni žig. U trećem primjeru, dodatak nekoliko boja dodaje nešto više, no još uvijek njegova prezentacija i kompozicija ne stvara ukupan utisak koji je dovoljno daleko odmaknut od onoga što ga stvara jednostavna kombinacija tih elemenata. Osim toga potrošači ne mogu zapamtiti previše boja i njihov redoslijed. Četvrti primjer kombinira osnovni/standardni tipografski oblik, pozicioniranje/veličinu verbalnih elemenata i dvije boje, što još uvijek ostaje nerazlikovno.*

*Kombinacija figurativnih elemenata u dva razlikovna primjera na desnoj strani, kada se razmatraju kao cjelina, mogu biti percipirani kao oznaka porijekla zbog prezentacije i kompozicije znaka, stvarajući vizualan dojam koji je dovoljno daleko odmaknut od opisne/nerazlikovne poruke što je prenose verbalni elementi.*

## **2. redak:**

*S lijeva na desno, prva dva primjera u ovom skupu kombiniraju jednostavne geometrijske oblike što se koriste kao okviri (pravokutni odnosno ovalni oblik) s osnovnim/standardnim tipografskim oblikom, kojega slijedi osnovni/standardni tipografski oblik kombiniran s kružnim oblikom, bojom i pozicioniranjem verbalnih elemenata. Sljedeći primjer kombinira nepravilan raspored verbalnih elemenata osnovnog/standardnog tipografskog oblika s nakošenim pravokutnikom i bojom. Niti jedan od ta tri primjera ne stvara ukupan utisak koji je dovoljno daleko odmaknut od onoga što ga stvara jednostavna kombinacija tih elemenata.*

*U desnom stupcu, kombinacije oblika koje nisu arbitrarne, u kombinaciji s bojom i položajem verbalnih elemenata stvaraju vizualan dojam koji je dovoljno daleko odmaknut od opisne/nerazlikovne poruke što ju prenosi verbalni element. To omogućava žigu promatranom u cjelini da bude percipiran kao oznaka porijekla zbog prezentacije i kompozicije znaka.*

### **3. redak:**

*S lijeva na desno, ovaj skup primjera počinje s vjernim prikazom proizvoda u kombinaciji s dva osnovna tipografska oblika i tematskim fontovima, koje slijedi dodatak pozicioniranja verbalnih elemenata i boje, te kasniji dodatak geometrijskog oblika u kombinaciju, a završava s tipografskim oblikom koji je blago stiliziran, no i dalje uglavnom normalan. Niti jedan od tih primjera ne stvara vizualan dojam koji je dovoljno daleko odmaknut od opisne/nerazlikovne poruke što ju prenosi opisna poruka. Posljedično, ti žigovi neće biti percipirani kao oznake porijekla.*

*Na desnoj strani retka, prezentacija i kompozicija žigova, i sasvim desno postojanje prepoznatljivog figurativnog elementa koji je razlikovan sam po sebi, osiguravaju žigovima potreban minimalan stupanj razlikovnog karaktera.*

# Dokument o praksi