

**ZAJEDNIČKA KOMUNIKACIJA**

**RAZLIKOVNOST —  
FIGURATIVNI ŽIGOVI KOJI SADRŽE  
OPISNE/NERAZLIKOVNE RIJEČI**

**2. LISTOPADA, 2015.**

## 1 KONTEKST

Uredi za intelektualno vlasništvo Mreže EU-a za intelektualno vlasništvo nastavljaju suradnju u kontekstu Programa konvergencije. Utvrđena je zajednička praksa u odnosu na slučajeve u kojima figurativni žig, koji sadrži samo opisne/nerazlikovne riječi zadovoljava uvjete ispitivanja apsolutnih razloga jer figurativni element ima dostatan razlikovni karakter.

Zajednička praksa objavljuje se Zajedničkom komunikacijom u svrhu daljnjeg povećavanja transparentnosti, pravne sigurnosti i predvidljivosti za dobrobit ispitivača i korisnika.

Sljedeća su pitanja izvan opsega ovog projekta:

- Jezična pitanja: za potrebe projekta pretpostavlja se da su verbalni elementi potpuno opisni/nerazlikovni na vašem jeziku.
- Tumačenje izjava o odricanju od prava (disclaimera): Zajednička praksa ne utječe na prihvaćanje ili tumačenje izjava o odricanju od prava (disclaimera) od strane ureda za intelektualno vlasništvo.
- Upotreba žiga (uključujući stečenu razlikovnost i način stvarnog korištenja žiga u trgovačkom prometu).

## 2 ZAJEDNIČKA PRAKSA



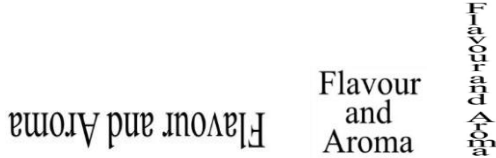
Sljedeći tekst sažima ključne poruke i bitne izjave o načelima zajedničke prakse. Potpuni tekst nalazi se na kraju ove publikacije.

Za određivanje prihvatljivog praga razlikovnosti s obzirom na figurativne karakteristike 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 **srdele** u razredu 29., znak koji sadrži „DIY” traži zaštitu za **komplete dijelova za sastavljanje 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 ODNOSU NA VERBALNE ELEMENTE ŽIGA

Kriterij	Tipografski oblici i font
Zajednička praksa	<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 efektima (masna slova, kurziv) ili bez njih – ne mogu se registrirati.</li> </ul> <p><u>Primjeri nerazlikovnih znakova:</u></p> <p><b>Fresh Sardine</b>   <i>Fresh Sardine</i>   FrEsh SaRdine</p> <p><i>Flavour and aroma</i>   <i>Flavour and aroma</i>   <i>Flavour and aroma</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukoliko standardni tipografski oblici uključuju elemente grafičkog dizajna koji su dio stilizacije, ti elementi trebaju biti dovoljno upečatljivi u odnosu na žig kao cjelinu da bi ga učinili razlikovnim. Kada su ti elementi dovoljni da odvuku pažnju potrošača s opisnog značenja verbalnog elementa ili da na njega ostave snažan dojam, žig se može registrirati.</li> </ul>

	<p><u>Primjeri razlikovnih znakova:</u></p> 
<p><b>Kriterij</b></p> <p><b>Zajednička praksa</b></p>	<p><i>Kombinacije s bojom</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Samo „dodavanje” jedne boje opisnom/nerazlikovnom verbalnom elementu, bilo slovima ili pozadini, neće biti dovoljno da žigu da razlikovni karakter.</li> <li>• Upotreba boja uobičajena je u trgovini i neće se smatrati oznakom porijekla. Ipak, ne može se isključiti mogućnost da određeni raspored boja, koji je neobičan i lako pamtljiv za potrošača učini žig razlikovnim.</li> </ul> <p><u>Primjeri nerazlikovnih znakova:</u></p> 
<p><b>Kriterij</b></p> <p><b>Zajednička praksa</b></p>	<p><i>Kombinacije s interpunkcijskim znakovima i drugim simbolima</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Općenito, dodavanje interpunkcijskih znakova i drugih simbola koji se uobičajeno koriste u trgovini ne daje razlikovni karakter znaku koji se sastoji od opisnih/nerazlikovnih verbalnih elemenata.</li> </ul> <p><u>Primjeri nerazlikovnih znakova:</u></p> <p>“Flavour and aroma” <b>FreshSardine</b>.™</p>
<p><b>Kriterij</b></p> <p><b>Zajednička praksa</b></p>	<p><i>Položaj verbalnih elemenata (postrance, naopako itd.)</i></p> <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 koji je potreban za registraciju.</li> </ul> <p><u>Primjeri nerazlikovnih znakova:</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ipak, način na koji su verbalni elementi postavljeni može dati razlikovni karakter znaku kada su raspoređeni na način da zaokupe pažnju prosječnog potrošača u tolikoj mjeri da on neće odmah percipirati opisnu poruku.</li> </ul>

Primjeri razlikovnih znakova:

And  
r  
Flavour  
m  
a

F d  
l n  
a v a  
o m  
r u  
A r

**U ODNOSU NA FIGURATIVNE ELEMENTE ŽIGA**

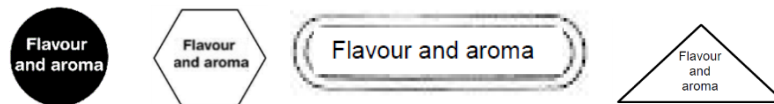
**Kriterij**

*Upotreba jednostavnih geometrijskih oblika*

**Zajednička praksa**

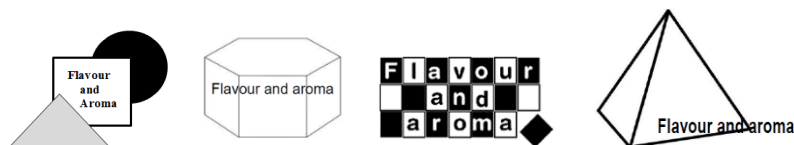
- Opisni ili nerazlikovni verbalni elementi u kombinaciji s jednostavnim geometrijskim oblicima kao što su točke, crte, linearni segmenti, krugovi, trokuti, kvadrati, pravokutnici, paralelogrami, peterokuti, šesterokuti, trapezi i elipse vjerojatno neće biti prihvatljivi, posebno kada se prethodno navedeni oblici koriste kao okvir ili obrub.

Primjeri nerazlikovnih znakova:



- S druge strane, geometrijski oblici mogu dati razlikovnost znaku kada njihov prikaz, konfiguracija ili kombinacija s drugim elementima stvara opći dojam koji je dovoljno razlikovan.

Primjeri razlikovnih znakova:



**Kriterij**

*Položaj i proporcija (veličina) figurativnog elementa u odnosu na verbalni element*

**Zajednička praksa**












- 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 je spomenuti figurativni element jasno vidljiv u znaku zbog svoje veličine i položaja.

Primjeri nerazlikovnih znakova:

**Flavour and aroma** *Fresh Sardine*

Primjer razlikovnog znaka:



<p><b>Kriterij</b></p> <p><b>Zajednička praksa</b></p>	<p><i>Figurativni element je prikaz proizvoda i/ili usluga ili je direktno povezan s proizvodima i/ili uslugama</i></p> <p>➤ Smatra se da je figurativni element opisan i/ili da nema razlikovni karakter kada:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- se radi o „vjernom” ili „stvarnom” prikazu proizvoda i usluga,</li> <li>- se sastoji od simboličnog/stiliziranog prikaza proizvoda i usluga koji ne odstupa značajno od uobičajenog prikaza navedenih proizvoda i usluga.</li> </ul> <p><u>Primjeri nerazlikovnih znakova:</u></p> <p>  </p> <p><u>Primjeri razlikovnih znakova:</u></p> <p> </p> <p>➤ Figurativni element koji ne predstavlja proizvode i usluge, ali je u izravnoj vezi sa svojstvima proizvoda i usluga neće učiniti znak razlikovnim, osim u slučaju kada je dovoljno stiliziran.</p> <p><u>Primjer nerazlikovnog znaka:</u></p> <p></p> <p><u>Primjer razlikovnog znaka:</u></p> <p></p>
<p><b>Kriterij</b></p> <p><b>Zajednička praksa</b></p>	<p><i>Figurativni element se uobičajeno koristi u trgovini u vezi s proizvodima i/ili uslugama za koje je prijavljen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Figurativni elementi koji se uobičajeno koriste u trgovini u vezi s proizvodima ili uslugama za koje je zatražena registracija u pravilu ne daju razlikovni karakter znaku u cjelini.</li> </ul> <p><u>Primjeri nerazlikovnih znakova:</u></p> <p>   </p>

**U ODNOSU NA VERBALNE I FIGURATIVNE ELEMENTE ŽIGA**

**Zajednička praksa**

*Kako kombinacije kriterija utječu na razlikovnost*

- Općenito, kombinacija figurativnih elemenata i verbalnih elemenata koji pojedinačno nemaju razlikovni karakter neće rezultirati razlikovnim žigom.
- Ipak, razmatra li se kombinacija takvih elemenata kao cjelina, može biti percipirana kao oznaka porijekla, ako to proizlazi iz načina prikaza i kompozicije znaka. To je moguće u slučaju kada ta kombinacija stvara sveukupni dojam koji je dovoljno odmaknut od opisne/nerazlikovne poruke koju prenosi verbalni element.

**Primjeri:** Znak mora posjedovati minimalnu razinu razlikovnosti kako bi bio prikladan za registraciju. Svrha ljestvice jest ilustrirati gdje se taj prag nalazi. Primjeri u nastavku, s lijeva na desno, sadrže elemente s rastućim učinkom na razlikovnost žigova. Rezultat su žigovi 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>	

Treba naglasiti da podnositelj zahtjeva neće dobiti isključiva prava na opisne/nerazlikovne riječi u slučaju kada upravo figurativni element čini razlikovnim žig u cjelini. Opseg zaštite ograničen je na sveukupnu kompoziciju žiga. Za utjecaj opsega zaštite žigova koji se sastoje od nerazlikovnih/slabih komponenti potrebno je pogledati [Načela zajedničke prakse pod CP5. Relativni razlozi – vjerojatnost dovođenja u zabludu \(utjecaj nerazlikovnih/slabih elemenata\)](#).

### **3 PROVEDBA**

Kao što je to bio slučaj s prethodnim zajedničkim praksama, ova zajednička praksa stupit će na snagu u roku od tri mjeseca od datuma objave ove zajedničke komunikacije.

Dodatne pojedinosti o provedbi ove zajedničke prakse dostupne su u tablici u nastavku. Provedbeni uredi mogu objaviti dodatne informacije na svojim internetskim stranicama.

#### **[Popis provedbenih ureda](#)**



**ZAJEDNIČKA PRAKSA**

**RAZLIKOVNOST —  
FIGURATIVNI ŽIGOVI KOJI SADRŽE  
OPISNE/NERAZLIKOVNE RIJEČI**

2. LISTOPADA, 2015.



## KAZALO

<b>1</b>	<b>KONTEKST PROGRAMA.....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>KONTEKST PROJEKTA.....</b>	<b>1</b>
<b>3</b>	<b>CILJ OVOG DOKUMENTA.....</b>	<b>2</b>
<b>4</b>	<b>OPSEG PROJEKTA.....</b>	<b>2</b>
<b>5</b>	<b>ZAJEDNIČKA PRAKSA.....</b>	<b>3</b>
5.1	Opisne/nerazlikovne riječi. ....	3
5.2	Figurativni pragovi za zadovoljavanje uvjeta pri ispitivanju apsolutnih razloga? .....	4
<b>A</b>	<b>U odnosu na verbalne elemente žiga.....</b>	<b>5</b>
A.1	Tipografski oblici i font.....	5
A.2	Kombinacije s bojom .....	7
A.3	Kombinacije s interpunkcijskim znakovima i drugim simbolima.....	8
A.4	Položaj verbalnih elemenata (postrance, naopako itd.) .....	9
<b>B</b>	<b>U odnosu na figurativne elemente žiga .....</b>	<b>10</b>
B.1	Upotreba jednostavnih geometrijskih oblika.....	10
B.2	Položaj i proporcija (veličina) figurativnog elementa u odnosu na verbalni element .....	11
B.3	Figurativni element prikazuje proizvode i/ili usluge ili je direktno povezan s proizvodima i/ili uslugama .....	12
B.4	Figurativni element uobičajeno se koristi u trgovini u vezi s proizvodima i/ili uslugama za koje je prijavljen.....	15
<b>C</b>	<b>Kako kombinacije prethodno navedenih kriterija utječu na razlikovnost? .....</b>	<b>16</b>

## 1 KONTEKST PROGRAMA

Unatoč porastu aktivnosti u području dizajna i žigova širom svijeta posljednjih godina, potrebno je uložiti još mnogo truda na usklađivanje prakse svjetskih ureda. Na području Europe, još je dalek put do usuglašavanja između ureda za intelektualno vlasništvo država članica Europske unije. To je jedan od glavnih izazova u sklopu EUIPO-ve strateškog plana.

Iz tog razloga uspostavljen je Program konvergencije u lipnju, 2011. Program je odraz nastojanja nacionalnih ureda, BOIP-a, EUIPO-a i korisnika da unaprijede urede za intelektualno vlasništvo Europske unije progresivnim stvaranjem europske interoperabilne i kooperativne mreže koja doprinosi snažnijem okruženju intelektualnog vlasništva u Europi.

Vizija ovog programa jest „**Uspostava i promicanje jasnoće, pravne sigurnosti, kvalitete i primjenjivosti kako za podnositelja prijave tako i za ured**“. Ovaj će cilj biti postignut kroz suradnju na području harmonizacije praksi i donijet će značajne koristi kako korisnicima tako i uredima za intelektualno vlasništvo.

**U prvoj je fazi pokrenuto sljedećih pet projekata u sklopu programa konvergencije:**

- **CP 1. Usklađivanje prakse klasifikacije**
- **CP 2. Konvergencija naslova razreda klasifikacije**
- **CP 3. Razlikovnost – figurativni žigovi koji sadrže opisne/nerazlikovne riječi**
- **CP 4. Opseg zaštite žigova isključivo u crnoj i bijeloj boji i/ili nijansama sive**
- **CP 5. Relativni razlozi – vjerojatnost dovođenja u zabludu (učinak nerazlikovnih/slabih elemenata)**

**Ovaj se dokument fokusira na novu zajedničku praksu u okviru trećeg projekta: CP 3. Razlikovnost – figurativni žigovi koji sadrže opisne/nerazlikovne riječi.**

## 2 KONTEKST PROJEKTA

Na početku projekta postojale su zamjetne **razlike** između ureda za intelektualno vlasništvo država članica Europske unije u pogledu ispitivanja složenih žigova koji sadrže figurativne elemente i čisto opisne/nerazlikovne riječi. Različite prakse i tumačenja dovode do različitih ishoda, potkopavajući time pravnu sigurnosti i predvidivost u slučajevima kada figurativne karakteristike čine žig dovoljno razlikovnim, i tako mu omogućuju da zadovolji apsolutne razloge za ispitivanje.

Posljedično tomu, uredi su uvidjeli da postoji potreba za harmonizacijom te da bi zajednička praksa bila korisna i za korisnike i za urede.

Svrha projekta jest uskladiti praksu u pogledu figurativnih žigova koji sadrže **samo opisne/nerazlikovne riječi, a zadovoljavaju apsolutne razloge za ispitivanje jer figurativni element ima dovoljan razlikovni karakter.**

Četiri su ključna očekivana rezultata ovog projekta i svaki od njih odgovara na različito pitanje:

- 1) **Zajednička praksa i zajednički pristup** koji će biti definirani u dokumentu i prevedeni na sve jezike Europske unije.
- 2) Zajednička **komunikacijska strategija** te prakse.
- 3) **Akcijski plan za provedbu** zajedničke prakse.
- 4) Analiza potreba za upućivanjem na **dosadašnju praksu**.

Ovaj je dokument prvi od ta četiri ključna rezultata.

Ključne rezultate projekta izrađuju i dogovaraju uredi za intelektualno vlasništvo koji sudjeluju u projektu, uzimajući u obzir primjedbe udruga korisnika.

Prvi sastanak radne skupine održan je u veljači 2012. u Alicanteu kako bi se odredile opće smjernice, opseg i metodologija projekta. Naknadni su sastanci održani u listopadu, 2012., lipnju i listopadu 2013., a potom u veljači, travnju, lipnju i prosincu, 2014., te u veljači 2015. Tijekom tih sastanaka, Skupina za radni paket, odgovorna za stvaranje zajedničke prakse, temeljito je raspravljala o ciljevima projekata i postigla dogovor o načelima zajedničke prakse.

### 3 CILJ OVOG DOKUMENTA

Ovaj je dokument referentni dokument za uredi za intelektualno vlasništvo, udruženja korisnika, podnositelje prijave i zastupnike u pogledu zajedničke prakse kojom se određuje kada figurativni žig, koji sadrži samo opisne/nerazlikovne riječi, zadovoljava apsolutne razloge za ispitivanje jer figurativni element daje žigu kao cjelini dovoljan razlikovni karakter. On će biti lako dostupan široj javnosti i pružat će **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 ovisno o pojedinom slučaju, pri čemu zajednička načela služe kao smjernice kojima bi se osiguralo da različiti uredi postupaju jednako i dolaze do sličnih, predvidljivih ishoda.

### 4 OPSEG PROJEKTA

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

*„Ustaljena je sudska praksa da žigovno pravo čini bitan element u sustavu nenarušenog tržišnog natjecanja 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 koji je registriran kao žig tijekom neograničenog razdoblja.*

*Mogućnost registracije 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 članku 3. stavku 1. točkama (b) i (c) <sup>(1)</sup> kako se **znakovi koji su opisni i nemaju razlikovni karakter**, 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 registrirati ili, ako su registrirani, mogu se proglasiti ništavim**.

Različiti temelji za odbijanje moraju biti tumačeni u svjetlu **javnog interesa** koji je 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 koji ne omogućava razlikovanje proizvoda i/ili usluga za koje se traži registracija od onih koji pripadaju drugim poduzetnicima.

---

<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.g. o žigu Zajednice.

**Opseg projekta** je sljedeći:

„Cilj ovog projekta jest utvrditi zajedničku praksu u odnosu na slučajeve u kojima **figurativni žig**, koji sadrži **samo opisne/nerazlikovne riječi**, zadovoljava **apsolutne razloge za ispitivanje** jer figurativni element ima **dovoljan razlikovni karakter**.”

Sljedeća su pitanja izvan opsega projekta:

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

Za određivanje prihvatljivog praga razlikovnosti s obzirom na figurativne elemente žiga, razmatraju se sljedeći kriteriji:

- U odnosu na **verbalne** elemente žiga:
  - Tipografski oblici i font
  - Kombinacije s bojom
  - Kombinacije s interpunkcijskim znakovima i drugim simbolima
  - Položaj verbalnih elemenata (postrance, naopako itd.)
- U odnosu na **figurativne** elemente žiga:
  - Upotreba jednostavnih geometrijskih oblika
  - Položaj i proporcija (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 je prijavljen
- U pogledu i verbalnih i figurativnih elemenata u žigu:
  - Kako kombinacije kriterija utječu na razlikovnosti

## 5 ZAJEDNIČKA PRAKSA

### 5.1 Opisne/nerazlikovne riječi

Za potrebe projekta, verbalni elementi u žigu smatraju se u potpunosti opisnima/nerazlikovnima, budući da je glavna svrha usklađivanje prakse u slučajevima kada dodatak figurativnog elementa čini žig u cjelini dovoljno razlikovnim i tako mu omogućava obavljanje svoje funkcije i ispunjavanje uvjeta pri ispitivanju apsolutnih razloga.

Sukladno utvrđenoj sudskoj praksi, kako bi žig posjedovao razlikovni karakter u smislu članka 3. stavka 1. točke (b) Direktive, on mora moći izvršavati svoju **bitnu funkciju**, odnosno **jamčiti identitet komercijalnog porijekla** označenih proizvoda i/ili usluga **potrošaču ili krajnjem korisniku**, omogućivši mu na taj način, bez ikakve mogućnosti dovođenja u zabludu, **razlikovanje tih proizvoda ili usluga od drugih na tržištu** te ponavljanje tog iskustva, ako se ono pokaže pozitivnim, ili suprotno, ako se pokaže negativnim (vidjeti C-39/97, *Canon*, t. 28. i T-79/00, *LITE*, t. 26.).

Neodvojivo od mogućnosti žiga da **obavlja svoju bitnu funkciju**, Sud smatra da je od općeg interesa u skladu s člankom 3. stavkom 1. točke (c) Direktive osigurati da se **opisni znakovi ili oznake koje se odnose na karakteristike** proizvoda ili usluga za koje se traži registracija mogu **slobodno koristiti u trgovačkom prometu**, sprečavajući monopol nad njima koji bi proizašao iz njihove registracije (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 odnosu na proizvode ili usluge za koje je zatražena registracija, i kao drugo, u odnosu na percepciju relevantne javnosti (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 odbijanje naveden u članku 3. stavku 1. neovisan o drugima i zahtijeva zasebno ispitivanje, ipak postoji jasno **preklapanje** područja primjene svakog temelja za odbijanje 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** karakteristike proizvoda i usluga u smislu članka 3. stavka 1. točke (c) Direktive nužno **nema nikakav razlikovni karakter** u odnosu na te proizvode ili usluge u smislu članka 3. stavka 1. točke (b) Direktive. Žig **ipak može biti nerazlikovan 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 žig koji je opisan nužno nema nikakav razlikovni karakter, premda žig može biti nerazlikovan zbog drugih razloga osim opisnosti.

## 5.2 Figurativni pragovi za zadovoljavanje uvjeta pri ispitivanju apsolutnih razloga?

Unatoč tome što figurativni žig sadržava samo opisne/nerazlikovne riječi, još uvijek može zadovoljiti apsolutne razloge za ispitivanje, ako postoje drugi elementi žiga koji ga čine razlikovnim u cjelini <sup>(2)</sup>.

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

Ovo je načelo potvrdio Europski sud u svojoj Presudi C-37/03 P, *BioID*. U toj presudi Sud navodi da grafički elementi u žigu „ne mogu omogućiti relevantnoj javnosti da razlikuje, bez mogućnosti zablude, proizvode ili usluge za koje je zatražena registracija od drugih koji imaju drugo porijeklo,” te stoga „ti grafički elementi nisu sposobni obavljati 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 ne pridonose razlikovnom karakteru žiga. Ti elementi ne posjeduju nikakvo svojstvo, u smislu maštovitosti ili načina na koji su kombinirani, čime bi omogućili tom žigu da obavlja svoju bitnu funkciju u odnosu na proizvode i usluge za koje je zatražena registracija” (t. 74.).

Za potrebe određivanja razlikovnog karaktera kojeg figurativni elementi pružaju znaku, dogovoreni su sljedeći kriteriji:

---

<sup>(2)</sup> Za utjecaj opsega zaštite kada se žig sastoji od nerazlikovnih/slabilh komponenti pogledajte Načela zajedničke prakse pod [CP5 – Relativni razlozi – vjerojatnost dovođenja u zabludu \(učinak nerazlikovnih/slabilh komponenti\)](#).

## A U odnosu na verbalne elemente žiga

### A.1 Tipografski oblici i font



- Općenito, opisni/nerazlikovni verbalni elementi koji se pojavljuju u osnovnom/standardnom tipografskom obliku, stiliziranim (lettering) ili rukopisnim tipografskim oblicima – s efektima ili bez njih (masna slova, kurziv) – ne mogu se registrirati.
- Kada standardni tipografski oblici uključuju elemente grafičkog dizajna koji su dio stilizacije, ti elementi trebaju biti dovoljno upečatljivi u odnosu na žig kao cjelinu da bi ga učinili razlikovnim. Kada su ti elementi dovoljni da odvuku pažnju potrošača s opisnog značenja verbalnog elementa ili da na njega ostave snažan dojam, žig se može registrirati.

### Primjeri

Nerazlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
Osnovni tipografski oblici, s efektima ili bez njih (masna slova, kurziv).	Flavour and aroma <b>Flavour and aroma</b> <i>Flavour and aroma</i> Flavour and aroma Flavour and aroma FLAVOUR AND AROMA Flavour and aroma	Razred 30.: Kava.
Male varijacije fonta (tj. riječ otisnuta masnim slovima).	Flavour <b>and</b> aroma <i>Flavour and aroma</i>	Razred 30.: Kava.
Rukom pisani ili rukopisni tipografski oblici.	<i>Flavour and aroma</i> Flavour and aroma Flavour and aroma <i>Flavour and Aroma</i> <i>Fresh Sardine</i>	Razred 30.: Kava.  Razred 30.: Kava.  Razred 29.: Srdele. Temeljeno na predmetu „Bollywood macht glücklich!“, Bundespatentgericht 27 W (pat) 36/09.

	<i>Flavour and Aroma Fresh Sardine</i>	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>Velika slova unutar riječi koja ne utječu na značenje verbalnog elementa.</i>	<b>FrEsh SaRdine</b>	Razred 29.: Srdele.
<i>Tipografski oblik određenog stupnja neobičnosti, no i dalje uglavnom standardan.</i>	<b>Flavour and Aroma 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.



<b>Razlikovni</b>		
Objasnenje	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.

<p>Tipografski oblik s dovoljnim stupnjem stilizacije, s mogućnošću tumačenja pojedinačnih znakova na različite načine.</p> <p>* „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.</p>		<p>Razred 20.: Kompleti dijelova za sklapanje u namještaj.</p>
<p>Grafički dizajniran tipografski oblik, pojedina je slova teže prepoznati.</p>		<p>Razred 30.: Kava.</p>

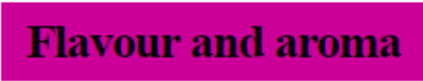



## A.2 Kombinacije s bojom

- Sukladno navodima Europskog suda u 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 priopćavanja specifične informacije, posebno zbog toga što su zbog privlačnosti uobičajene i opće korištene s ciljem oglašavanja i prodaje proizvoda ili usluga 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.).
- Samo „dodavanje” jedne boje opisnom/nerazlikovnom verbalnom elementu, bilo slovima ili pozadini, neće biti dovoljno da žigu da razlikovni karakter.
- Upotreba boja uobičajena je u trgovini i neće se smatrati oznakom porijekla. Ipak, ne može se isključiti mogućnost da određen raspored boja koji je neobičan i lako pamtljiv za potrošača učini žig razlikovnim.

## Primjeri

Nerazlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<p>Dodatak jedne boje osnovnom/normalnom tipografskom obliku (obojena slova).</p>		<p>Razred 30.: Kava.</p>
<p>Dodatak jedne boje osnovnom/normalnom tipografskom obliku (obojena pozadina ili okvir).</p>		<p>Razred 30.: Kava.</p>




		Razred 30.: Kava.
<i>Dodatak jedne boje osnovnom/normalnom tipografskom obliku (obojeni obrub).</i>		Razred 30.: Kava.
<i>Dodatak jedne boje osnovnom/normalnom tipografskom obliku (gradijent boje).</i>		Razred 30.: Kava.
<i>U ovom primjeru korištenje više različitih boja za slova može zapeti za oko potrošaču, no to neće nikako pomoći potrošaču razlikovati proizvode i/ili usluge jednog poduzetnika od drugih na tržištu jer potrošači neće niti percipirati ni zapamtiti određeni raspored boja.</i>		Razred 30.: Kava.

### A.3 Kombinacije s interpunkcijskim znakovima i drugim simbolima

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

#### Primjeri

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

#### A.4 Položaj verbalnih elemenata (postrance, naopako itd.)

- Raspored verbalnih elemenata može dati razlikovni karakter znaku kada on može utjecati na potrošačevu percepciju značenja spomenutih verbalnih elemenata. Drugim riječima, raspored mora zaokupiti pažnju prosječnog potrošača do te mjere da ne percipira odmah 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>Tekst je okrenut naopako.</i>	Flavour and Aroma	Razred 30.: Kava.
<i>Tekst je položen okomito.</i>	Flavour and Aroma	Razred 30.: Kava.

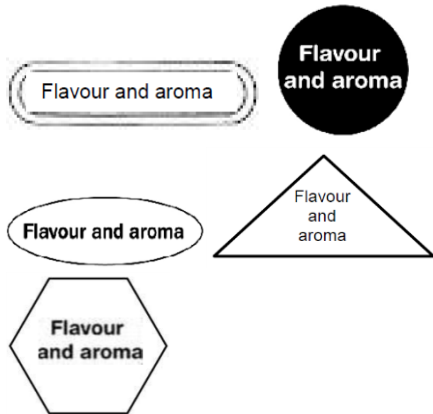
Razlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<i>Tekst je prezentiran na originalan način. Ovakav razmještaj slova može utjecati na potrošačevu percepciju verbalnih elemenata.</i>	F d l n a a v m o r u A r A n d r Flavour m a	Razred 30.: Kava.


## B U odnosu na figurativne elemente žiga

### B.1 Upotreba jednostavnih geometrijskih oblika

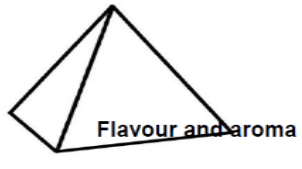
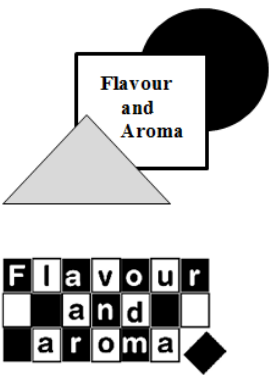
- Opisni ili nerazlikovni verbalni elementi u kombinaciji s jednostavnim geometrijskim oblicima kao što su točke, crte, linearni segmenti, krugovi, trokuti, kvadrati, pravokutnici, paralelogrami, peterokuti, šesterokuti, trapezi i elipse <sup>(3)</sup> vjerojatno neće biti prihvatljivi, posebno kada se prethodno navedeni oblici koriste kao okvir ili obrub.
- Geometrijski oblik služi tek kako bi se podcrtalo, istaknulo ili okružilo verbalni element te neće imati dovoljan učinak na žig kao cjelinu kako bi ga učinio razlikovnim.
- S druge strane, geometrijski oblici mogu dati razlikovnost znaku kada njihov prikaz, konfiguracija ili kombinacija s drugim elementima stvara opći dojam koji je dovoljno razlikovan.

#### Primjeri

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

Razlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<p><i>Primjeri određene konfiguracije nerazlikovnih verbalnih elemenata s jednostavnim geometrijskim oblikom koja čini žig prihvatljivim u cjelini zbog posebnog načina na koji se riječi preklapaju s jednostavnim geometrijskim oblicima kao i razmjerno velike razlike u proporcijama oblika i teksta, tako da se oblik ne percipira tek kao podcrtavanje, isticanje ili</i></p>		Razred 30.: Kava.

<sup>(3)</sup> Popis jednostavnih geometrijskih oblika nije konačan.


<p>okruživanje riječi, već je stvoren opći utisak koji je dovoljno razlikovan. Pretpostavlja se da figurativni elementi nisu prikazi pakiranja.</p>		
<p>Primjeri određenih kombinacija geometrijskih oblika s opisnim riječima, koje čine svaki od žigova razlikovnim kao cjelinu.</p>		<p>Razred 30.: Kava.</p>

## B.2 Položaj i proporcija (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 je spomenuti figurativni element jasno vidljiv u znaku zbog svoje veličine i položaja.

### 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>

### B.3 Figurativni element prikazuje proizvode i/ili usluge ili je direktno povezan s proizvodima i/ili uslugama

Opće je pravilo da puka kombinacija elemenata, koji su pojedinačno opisni u smislu karakteristika proizvoda i usluga za koje se traži registracija, bez uvođenja ikakvih neobičnih varijacija sama ostaje opisna i dovodi do žiga koji se sastoji isključivo od znakova i oznaka koji služe, u trgovini, za označavanje karakteristika 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 je dojam koji stvara dovoljno odmaknut od onoga što se dobiva jednostavnim kombiniranjem tih elemenata, a rezultat je više od zbira njegovih dijelova (C-265/00 Biomild, t. 40.).



- U nekim se slučajevima figurativni element sastoji od prikaza proizvoda i usluga za koje je zatražena registracija. Načelno, smatra se da je spomenuti prikaz opisan i/ili da nema razlikovni karakter kada:
  - se radi o „vjernom” ili „stvarnom” prikaz proizvoda i usluga,
  - se 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 u slučaju kada 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		
Opisno	Znak	Proizvodi/usluge
Opisni figurativni element + opisni verbalni element.  <i>Figurativni element prikazuje sliku srdele, a time vjeran prikaz proizvoda. Ni tipografski oblik (osnovni/standardni) ni položaj verbalnih elemenata, ni sveukupna kompozicija žiga ni ostali elementi, ne daju žigu potreban minimalni stupanj razlikovnosti.</i>	 <b>Fresh Sardine</b>	Razred 29.: Srdele.
Opisni figurativni element + nerazlikovni verbalni element.	 <b>From the sea to your plate</b>	Razred 29.: Srdele.

<p><i>Figurativni element prikazuje sliku srdele, a time vjeran prikaz proizvoda. Ni tipografski oblik (osnovni/standardni) ni položaj verbalnih elemenata ni sveukupna kompozicija žiga ni ostali elementi ne daju žigu potreban minimalni stupanj razlikovnog karaktera.</i></p>		
<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 ostali elementi ne daju žigu potreban minimalni stupanj razlikovnog karaktera.</i></p>	 <b>From the sea to your plate</b>	<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 ostali elementi ne daju žigu</i></p>	 <b>Sardines</b>	<p>Razred 29.: Srdele.</p>





<p>potreban minimalni stupanj razlikovnog karaktera.</p>		
<p>Figurativni element ne predstavlja usluge, no ipak ima izravnu poveznicu s karakteristikama usluga. Znak nije dovoljno stiliziran.</p>	 <b>PEST CONTROL SERVICES</b>	<p>Razred 37.: Usluge suzbijanja štetočina.</p>

Razlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<p>Iznimka: posebna kombinacija/kompozicija (sveukupna razlikovnost dva opisna/nerazlikovna elementa zajedno).</p> <p>Korištenjem srdela kao slova „F” i „I”, ovaj znak stvara dojam koji je dovoljno odmaknut od onoga što se dobiva pukim kombiniranjem tih nerazlikovnih/opisnih figurativnih i verbalnih elemenata, a to je više od zbira njegovih dijelova.</p>	 <b>resh Sardine</b>	<p>Razred 29.: Srdele.</p>
<p>Razlikovni figurativni element + opisni verbalni element.</p> <p>Figurativni element sastoji se od riblje kosti koja hoda te je stoga simboličan/stilizirani prikaz proizvoda koji značajno odstupa od uobičajenog prikaza navedenog proizvoda.</p>	 <b>Fresh Sardine</b>	<p>Razred 29.: Srdele.</p>
<p>Figurativni element ima izravnu poveznicu s karakteristikama usluga, no znak je dovoljno stiliziran.</p>	 <b>PEST CONTROL SERVICES</b>	<p>Razred 37.: Usluge suzbijanja štetočina.</p>

#### B.4 Figurativni element uobičajeno se koristi u trgovini u vezi s proizvodima i/ili uslugama za koje je prijavljen

- Figurativni elementi koji se uobičajeno koriste u trgovini u vezi s proizvodima ili uslugama za koje je zatražena registracija u pravilu ne daju razlikovni karakter znaku u cjelini.

#### Primjeri

Nerazlikovni		
Obrazloženje	Znak	Proizvodi/usluge
<p>Žig bi relevantna publika shvatila kao jasnu i izravnu naznaku kvalitete, a ne kao naznaku porijekla proizvoda.</p> <p>Figurativni elementi nemaju nikakvih upadljivih, neobičnih ili originalnih svojstava i prosječni će ih potrošač percipirati kao uobičajenu oznaku koju neće zapamtiti kao razlikovnu.</p>		Razred 30.: Kava.
<p>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.</p>		Razred 29.: Srdele. Temeljeno na predmetu T-122/01, <i>Best Buy</i> (vidjeti t. 33.).
<p>Kartice za cijenu uobičajeno se koriste u trgovini za sve vrste proizvoda.</p>		Razred 30.: Kava.
<p>„Vaga pravde” uobičajeno se koristi u trgovini za pravne usluge.</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, neće rezultirati razlikovnim žigom.
- Ipak, razmatra li se kombinacija takvih elemenata kao cjelina, može biti percipirana kao oznaka porijekla, ako to proizlazi iz načina prikaza i kompozicije znaka. To je moguće u slučaju kada ta kombinacija stvara sveukupni dojam koji je dovoljno odmaknut od opisne/nerazlikovne poruke koju prenosi verbalni element.


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

#### **Primjeri:**

Znak mora posjedovati minimalnu razinu razlikovnosti kako bi bio prikladan za registraciju. Svrha ljestvice jest ilustrirati gdje se taj prag nalazi. Primjeri u nastavku, s lijeva na desno, sadrže elemente s rastućim učinkom na razlikovnost žigova. Rezultat su žigovi koji su ili nerazlikovni kao cjelina (crveni stupac) ili razlikovni kao cjelina (zeleni stupac) <sup>(4)</sup>.

---

<sup>(4)</sup> Znakovi koji sadrže „Flavour and aroma” traže zaštitu za **kavu** u razredu 30., a znakovi koji sadrže „Fresh sardine” traže zaštitu za **srdela** u razredu 29.

Nerazlikovni	Razlikovni
<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>lavour and <b>A</b>roma</p> <p><b>F!avOur and ArOma</b></p> 
<p>2.</p> <p><b>Flavour and aroma</b> (in a rounded rectangle)</p> <p>Flavour and aroma (in a white oval)</p> <p>Flavour and aroma (in a pink circle)</p> <p>Flavour and aroma (on a grey tilted rectangle)</p>	<p>Flavour and Aroma (in a white trapezoid)</p> <p>Flavour and Aroma (in a yellow pentagon and green square)</p> <p>Flavour and Aroma (in a blue circle with a red triangle inside)</p>
<p>3.</p> <p>Fresh sardine (with fish icon)</p> <p>Fresh sardine (with fish icon)</p> <p>Fresh Sardine (with fish icon in a circle)</p> <p>FRESH SARDINE (with fish icon)</p>	<p>resh Sardine (with fish icon)</p> <p>Fresh sardine (with guitar icon)</p> <p>FRESH SARDINE (with fisherman icon)</p>

### **1. redak:**

*S lijeva na desno, prvi primjer je kombinacija osnovnog/standardnog tipografskog oblika s riječi otisnutom masnim slovima i položajem verbalnih elemenata. U sljedećem slučaju, dodavanje crvene boje može predstavljati korak naprijed, no kombinacija (tj. standardni tipografski oblik, položaj verbalnih elemenata i jedna boja) još uvijek ne čini razlikovni žig. U trećem primjeru, dodatak nekoliko boja pridonosi nešto više, no još uvijek način prikaza i kompozicija ne stvaraju ukupan utisak dovoljno daleko odmaknut od onoga kojeg stvara jednostavna kombinacija tih elemenata. Osim toga potrošači ne mogu zapamtiti previše boja i njihov redosljed. Četvrti primjer kombinira osnovni/standardni tipografski oblik, položaj/veličinu verbalnih elemenata i dvije boje, što je još uvijek nerazlikovno.*

*Na desnoj strani nalaze se dva razlikovna primjera u kojima se, kada se razmatraju kao cjelina, kombinacija figurativnih elemenata može percipirati kao oznaka porijekla zbog prezentacije i kompozicije znaka, budući da stvara vizualni dojam koji je dovoljno odmaknut od opisne/nerazlikovne poruke koju prenose verbalni elementi.*

### **2. redak:**

*S lijeva na desno, prva dva primjera u ovom slijedu kombinacije su jednostavnih geometrijskih oblika koji se koriste kao okviri (pravokutni odnosno ovalni oblik) s osnovnim/standardnim tipografskim oblikom, nakon kojih slijedi osnovni/standardni tipografski oblik kombiniran s kružnim oblikom, bojom i položajem verbalnih elemenata. Sljedeći primjer kombinacija je nepravilnog rasporeda verbalnih elemenata osnovnog/standardnog tipografskog oblika s nakošenim pravokutnikom i bojom. Niti jedan od ta tri primjera ne stvara ukupan utisak koji je dovoljno odmaknut od onoga kojeg stvara jednostavna kombinacija tih elemenata.*

*U desnom stupcu, kombinacije oblika koje nisu arbitrarne, zajedno s bojom i položajem verbalnih elemenata stvaraju vizualni dojam koji je dovoljno daleko odmaknut od opisne/nerazlikovne poruke koju prenosi verbalni element. To omogućava da se žig u cjelini percipira kao oznaka porijekla zbog načina prikaza 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, nakon čega slijedi dodatak u vidu položaja verbalnih elemenata i boje te nakon toga dodatak geometrijskog oblika kombinaciji, a završava s tipografskim oblikom koji je blago stiliziran, no i dalje uglavnom standardan. Niti jedan od tih primjera ne stvara vizualni dojam koji je dovoljno daleko odmaknut od opisne/nerazlikovne poruke koju prenosi opisna poruka. Posljedično, ti znakovi neće biti percipirani kao oznake porijekla.*

*Na desnoj strani retka, način prikaza i kompozicija žigova te sasvim desno prepoznatljivi figurativni element koji je razlikovan sam po sebi, osiguravaju žigovima potreban minimalan stupanj razlikovnog karaktera.*