

# Dokument Praktik

Karakteristi Dallues –  
Markat figurative që përmbajnë fjalë  
përshkruese/pa karakter dallues

**Enti Shtetëror për Pronësi  
Indusriale i Republikës së  
Maqedonisë së Veriut**

***Shënim nga Enti Shtetëror për Pronësi Industriale:***

Ky Dokument Praktik është përgatitur në përputhje me Komunikimet e Përbashkëta që rezultojnë nga Praktika e Përbashkët e Markave tregtare të zhvilluara nga Rrjeti i Pronësisë Intelektuale të Bashkimit Evropian (RRPIBE) dhe që synojnë të japin udhëzime për procedurat e ekzaminimit rreth mënyrës së ekzaminimit të markave figurë që përmbajnë fjalë që janë përshkruese/pa karakter dallues dhe që kalojnë shkaqet absolute për refuzim për shkak të karakterit dallues së elementëve figurativë. Ky dokument është përshtatur sipas specifikave të Entit Shtetëror për Pronësi Industriale i Republikës së Maqedonisë së Veriut (ESHPI-së), mundëson një përmbledhje të standardeve të cilësisë së Entit për aplikimet e marra në rrugë elektronike dhe me letër.

Ky Dokument Praktik, i miratuar në nivel kombëtar, do të zbatohet që nga 14 mars 2022. Ai bëhet publik me qëllimin e rritjes mëtejshme të transparencës, sigurisë ligjore dhe parashikueshmërisë në dobi si të ekzaminuesve, ashtu dhe të përdoruesve.

## 1. INFORMACION

Kjo Praktikë lidhet me rastet kur një markë figurë, që përmban fjalë qartësisht përshkruese/pa karakter dallues, kalon ekzaminimin për shkaqe absolute sepse elementi figurativ përcakton karakter dallues të mjaftueshëm.

Kjo Praktikë bëhet publike përmes këtij Dokumenti Praktikë me qëllimin e rritjes së mëtejshme të transparencës, sigurisë ligjore dhe parashikueshmërisë në dobi si të ekzaminuesve, ashtu dhe të përdoruesve.

Çështjet e mëposhtme janë jashtë objektivit të projektit:

- Çështje gjuhësore: konsideroni në kuadër të projektit që elementi fjalë të jetë plotësisht përshkruar/pa karakter dallues në gjuhën tuaj.
- Interpretimi i përjashtimeve nga mbrojtja: praktika nuk ka ndikim te pranimit ose interpretimit të përjashtimeve nga mbrojtja nga zyrat e pronësisë intelektuale.
- Përdorimi i markës tregtare (duke përfshirë karakterin dallues të fituar dhe mënyrën se si marka përdoret realisht në treg).

## 2. PRAKTIKA

Teksti i mëposhtëm përmbledh mesazhet kyçe dhe deklaratat kryesore të parimeve të Dokumentit të Praktikës.

Për të përcaktuar nëse arrihet kufiri i dallueshmërisë për shkak të veçorive figurative në markë, konsiderohen kriteret e mëposhtme:





*\*Shënim: Shenjat që përmbajnë “Shije dhe aromë” kërkojnë mbrojtje për kafën në Klasën 30, shenjat që përmbajnë “Sardele të freskëta” dhe “Sardele” kërkojnë mbrojtje për sardelet në Klasën 29, shenja që përmban “DIY” kërkon mbrojtje për kompletet e pjesëve për montimin në mobilje në Klasën 20, shenjat që përmbajnë “Shërbimet e kontrollit të pesticideve” kërkojnë mbrojtje për shërbimet e kontrollit të pesticideve në Klasën 37 dhe shenja që përmban “Shërbime këshillimi ligjor” kërkon mbrojtje për shërbimet ligjore në Klasën 45.*






## NË LIDHJE ME ELEMENTËT FJALË NË MARKË

|                 |   |
|-----------------|---|
| <b>Kriteri</b>  | <i>Mbishkrimi dhe fonti</i>   |
| <b>Praktika</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Në përgjithësi, elementët fjalë që janë përshkruese/pa karakter dallues që shfaqen në mbishkrimin bazë/standard, mbishkrimi i stilit të shkronjave ose shkrimit të dorës, me ose pa efekte fontesh (të trasha, të pjerrëta), nuk mund të regjistrohen.<br/><u>Shembuj markash pa karakter dallues:</u></li> </ul> <p style="text-align: center;"> <b>Fresh Sardine</b>      <i>Fresh Sardine</i>      FrEsh SaRdine<br/> <i>Flavour and aroma</i>      <i>Flavour and aroma</i>      <i>Flavour and aroma</i> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aty ku mbishkrimet standarde përfshijnë elemente të paraqitjes grafike si pjesë e shkronjave, ato elemente duhet të kenë ndikim të mjaftueshëm në markë si e tërë për ta bërë atë dalluese. Kur këto elemente janë të mjaftueshme për të tërhequr vëmendjen e konsumatorit nga kuptimi përshkrues i elementit fjalë ose mund të krijojnë një përshtypje të paharrueshme të markës, marka mund të regjistrohet.<br/><u>Shembuj markash me karakter dallues:</u></li> </ul> <p style="text-align: center;"> <i>flavour and aroma</i>      FLAVOUR AND AROMA      <b>DIY</b> </p> |
| <b>Kriteri</b>  | <i>Kombinimi me ngjyrën</i>   |
| <b>Praktika</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Thjesht “shtimi” i një ngjyre të vetme te një element fjalë që është përshkrues/pa karakter dallues, qoftë te vetë shkronjat ose si sfond, nuk do të jenë të mjaftueshme për t’i dhënë markës karakter dallues.</li> <li>Përdorimi i ngjyrave është i zakonshëm në treg dhe nuk shihet si shenjë origjine. Sidoqoftë, nuk mund të përjashtohet se një organizim i caktuar i ngjyrave, që është i pazakontë dhe mund të mbahet mend lehtë nga konsumatori përkatës, mund ta bëjë markën dalluese.<br/><u>Shembuj markash pa karakter dallues:</u></li> </ul> <p style="text-align: center;"> <span style="background-color: purple; color: white; padding: 2px;">Flavour and aroma</span>      <i>Flavour and aroma</i>      <i>Flavour and aroma</i>      <i>Flavour and aroma</i> </p>  |

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>Kriteri</b>  | <i>Kombinimi me shenjat e pikësimit dhe simbolet e tjera</i>   |
| <b>Praktika</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Në përgjithësi, shtimi i shenjave të pikësimit ose i simboleve të tjera me përdorim të gjerë në treg, nuk i shton karakter dallues një shenje që përbëhet nga elemente fjalësh përshkruese/pa karakter dallues.<br/><u>Shembuj markash pa karakter dallues:</u></li> </ul> <p style="text-align: center;"> <b>“Flavour and aroma”    FreshSardine .™</b> </p>   |
| <b>Kriteri</b>  | <i>Pozicioni i elementëve fjalë (anash, me kokë poshtë etj.)</i>   |
| <b>Praktika</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Në përgjithësi, fakti se elementët fjalë janë të vendosura vertikalisht, me kokë poshtë apo në një ose më shumë rreshta, nuk mjafton për t'i dhënë shenjës shkallën minimale të karakterit dallues që është i nevojshëm për regjistrimin e saj.<br/><u>Shembuj markash pa karakter dallues:</u></li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>Flavour and Aroma</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Flavour<br/>and<br/>Aroma</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Flavour and Aroma</p> </div> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Megjithatë, mënyra në të cilën elementët fjalë janë pozicionuar mund t'i shtojë një shenje karakter dallues kur organizimi është i një natyre të tillë që konsumatori i zakonshëm fokusohet tek ajo në vend që të perceptojë menjëherë mesazhin dallues.<br/><u>Shembuj markash me karakter dallues:</u></li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>And<br/>r<br/>Flavour<br/>m<br/>a</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>F l a v o u r<br/>a n d<br/>A r o m a</p> </div> </div> |

## NË LIDHJE ME ELEMENTET FIGURATIVE NË MARKË

|                 |   |
|-----------------|---|
| <b>Kriteri</b>  | <i>Përdorimi i formave të thjeshta gjeometrike</i>  |
| <b>Praktika</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Elementët verbalë përshkrues ose pa karakter dallues të kombinuara me forma të thjeshta gjeometrike si pikat, vijat, segmentet e vijave, rrrathët, trekëndëshat, katrorët, drejtkëndëshat, paralelogramët, pesëkëndëshat, gjashtëkëndëshat, trapezët dhe elipset, nuk mund të jenë të pranueshme, në veçanti kur format e lartpërmendura përdoren si kornizë ose bordurë.</li> </ul> <p><u>Shembuj markash pa karakter dallues:</u></p> <div style="text-align: center;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nga ana tjetër, format gjeometrike mund t'i shtojnë dallueshmëri një shenje kur paraqitja, konfigurimi ose kombinimi i tyre me elemente të tjera krijon një përshtypje të përgjithshme që është mjaftueshëm e dallueshme.</li> </ul> <p><u>Shembuj markash me karakter dallues:</u></p> <div style="text-align: center;">  </div> |
| <b>Kriteri</b>  | <i>Pozicioni dhe proporcioni (madhësia) i elementit figurativ në lidhje me elementin fjalë</i>  |
| <b>Praktika</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Në përgjithësi, kur një element figurativ që është i dallueshëm në vetvete, i shtohet një elementi fjalë që është përshkrues dhe/ose pa karakter dallues, atëherë marka mund të regjistrohet, me kusht që elementi figurativ në fjalë për shkak të madhësisë dhe pozicionit të tij është qartësisht i dallueshëm në shenjë.</li> </ul> <p><u>Shembuj markash pa karakter dallues:</u></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p><u>Shembull marke me karakter dallues:</u></p> <div style="text-align: center;">  </div>   |

|                 |   |
|-----------------|---|
| <b>Kriteri</b>  | <i>Nëse elementi figurativ është përfaqësim i markës ose ka një lidhje direkte me mallrat dhe/ose shërbimet</i>   |
| <b>Praktika</b> | <p>➤ Një element figurativ konsiderohet përshkrues dhe/ose pa karakter dallues, sa herë që:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Është portretizim real i mallrave dhe shërbimeve.</li> <li>- Përbëhet nga një portretizim simbolik/i stilizuar i mallrave dhe shërbimeve dhe nuk dallohet shumë nga paraqitja e zakonshme e këtyre mallrave dhe shërbimeve.</li> </ul> <p><u>Shembuj markash pa karakter dallues:</u></p> <p></p> <p><u>Shembuj markash me karakter dallues:</u></p> <p></p> <p>➤ Një element figurativ që nuk paraqet mallrat dhe shërbimet, por ka një lidhje direkte me karakteristikat e mallrave dhe shërbimeve nuk do ta bëjë shenjën dalluese, përveçse kur ky i fundit është i stilizuar mjaftueshëm.</p> <p><u>Shembull marke pa karakter dallues:</u></p> <p></p> <p><u>Shembull marke me karakter dallues:</u></p> <p></p> |
| <b>Kriteri</b>  | <i>Nëse elementi figurativ përdoret zakonisht në treg në lidhje me mallrat dhe/ose shërbimet e aplikuara</i>  |
| <b>Praktika</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Në përgjithësi, elementët figurativë që përdoren zakonisht ose janë të zakonshme në treg në lidhje me mallrat dhe/ose shërbimet e pretenduara nuk i shtojnë karakter dallues markës në tërësi.</li> </ul> <p><u>Shembuj markash pa karakter dallues:</u></p> <p></p>   |

## NË LIDHJEME ELEMENTËT FJALË DHE ELEMENTËT FIGURATIVË NË MARKË


|                        |   |
|------------------------|---|
| <p><b>Praktika</b></p> | <p><i>Si ndikojnë kombinimet e kriterëve të karakteri dallues</i></p>   |
|                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Në përgjithësi, një kombinim i elementëve figurativë dhe elementëve fjalë, nëse konsiderohen individualisht që nuk kanë karakter dallues, nuk krijojnë një markë dalluese.</li> <li>Megjithatë, një kombinim i këtyre elementëve kur merren në konsideratë së bashku mund të perceptohen si shenjë origjine për shkak të paraqitjes dhe kompozimit të shenjës. Ky do të jetë rasti kur kombinimi rezulton në një përshtypje të përgjithshme që është mjaftueshëm larg nga mesazhi që mbart elementi fjalë që është përshkrues/pa karakter dallues.</li> </ul> <p><u>Shembuj:</u> Që një shenjë të jetë e regjistrueshme, duhet të ketë një nivel minimal dallueshmërie. Qëllimi i shkallës është të ilustrojë se ku është kufiri i nevojshëm. Shembujt poshtë nga e majta në të djathtë përmbajnë elementë me një ndikim gjithnjë e më rritje të karakterit dallues së markave, që rezultojnë në marka që ose janë pa karakter dallues në tërësinë e tyre (kolona e kuqe) ose me karakter dallues në tërësinë e tyre (kolona e gjelbër).</p> <p>Fusha e mbrojtjes është e kufizuar me kompozimin e përgjithshëm të markës.</p> |

| Non-distinctive  | Distinctive   |
|--|---|
| <p>1.</p> <p>Flavour and aroma (cursive), Flavour and Aroma (red), Flavour and aroma (rainbow), Flavour and Aroma (large blue A), Flavour and Aroma (large blue A)</p> | <p>F!avOur and ArOma (stylized letters), Flavour and Aroma (underline)</p>                                  |
| <p>2.</p> <p>Flavour and aroma (boxed), Flavour and aroma (circle), Flavour and aroma (pink circle), Flavour and aroma (grey box)</p>                                  | <p>Flavour and Aroma (trapezoid), Flavour and Aroma (yellow/green shapes), Flavour and Aroma (triangle)</p> |
| <p>3.</p> <p>Fresh sardine (fish), Fresh sardine (green), Fresh Sardine (circle), FRESH SARDINE (fish)</p>   | <p>resh Sardine (fish), Fresh sardine (guitar), FRESH SARDINE (fisherman)</p>                               |





**Praktika**



**Dallueshmëria –  
Markat figurë që përmbajnë fjalë që janë  
përshkruese/pa karakter dallues**

## Indeksi

|      |  |    |
|------|--|----|
| 1.   | QËLLIMI I KËTIJ DOKUMENTI .....  | 1  |
| 2.   | FUSHA E VEPRIMIT TË PROJEKTIT .....  | 1  |
| 3.   | PRAKTIKA E PËRBASHKËT.....   | 3  |
| 3.1  | Fjalët përshkruese/pa karakter dallues.....  | 3  |
| 3.2  | Cilat janë kufinj të e nevojshëm për të kaluar ekzaminimin për shkaqe absolute te elementëve figurativë? ..... | 4  |
| A.   | Në lidhje me elementët fjalë të markës.....  | 5  |
| A.1. | Mbishkrimi dhe fonti .....   | 5  |
| A.2. | Kombinimi me ngjyrën .....   | 9  |
| A.3. | Kombinimi me shenjat e pikësimit dhe simbolet e tjera .....  | 10 |
| A.4. | Pozicioni i elementëve fjalë (anash, me kokë poshtë etj.).....   | 11 |
| B.   | Në lidhje me elementët figurativë në markë .....   | 12 |
| B.1. | Përdorimi i formave të thjeshta gjeometrike.....   | 12 |
| B.2. | Pozicioni dhe proporcioni (madhësia) e elementit figurativ në lidhje me elementin fjalë .....                  | 15 |
| B.3. | Elementi figurativ është një përfaqësim i markës ose ka një lidhje direkte me mallrat dhe/ose shërbimet.....   | 15 |
| B.4. | Elementi figurativ përdoret zakonisht në treg në lidhje me mallrat dhe/ose shërbimet e aplikuara.....          | 20 |
| C.   | Si ndikojnë te karakteri dallues kombinimet e kritereve të mësipërme?22  |    |

## 1. QËLLIMI I KËTIJ DOKUMENTI

Ky dokument është referenca për zyrat e pronësisë intelektuale, shoqatat e përdoruesve, aplikantët dhe përfaqësuesit në lidhje me praktikën në bazë të së cilës përcaktohet kur një markë figurë që përmban fjalë që janë përshkruese/pa karakter dallues kalon ekzaminimin për shkaqe absolute sepse elementi figurativ e bën markën në tërësi me karakter dallues të mjaftueshëm.

Ai do të bëhet gjerësisht i disponueshëm dhe do të jetë lehtësisht i aksesueshëm, duke ofruar një **shpjegim të qartë dhe gjithëpërfshirës të parimeve në të cilat bazohet Praktika e re.**

Këto parime do të aplikohen përgjithësisht, dhe synojnë të mbulojnë shumicën më të madhe të rasteve. Dallueshmëria duhet të vlerësohet rast pas rasti, me parimet e përgjithshme si udhëzuese për t'u siguruar që zyrat e ndryshme mbi të njëjtat arsye të arrijnë në përfundime të ngjashme dhe të parashikueshme.

## 2. FUSHA E VEPRIMIT TË PROJEKTIT

Sipas vendimit të gjykatës në çështjen [C-104/01, Libertel](#), paragrafi 48-50:

*“Është përcaktuar në praktikën gjyqësore se të drejtat e markave tregtare përbëjnë një element thelbësor në sistemin e konkurrencës së ndershme që kërkon të themelojë dhe ruajë Traktati i KE-së.*

*Gjithashtu, sipas nenit 5(1) të Direktivës, një markë tregtare i jep zotëruesit të saj një të drejtë ekskluzive, në lidhje me disa mallra dhe shërbime që i lejojnë atij të monopolizojë shenjën e regjistruar si markë tregtare për një periudhë të pakufizuar.*

*Mundësia e regjistrimit të një marke tregtare mund të jetë e kufizuar për arsye që kanë lidhje me **interestin publik.**”*

Direktiva 2008/95/KE e Parlamentit Evropian dhe e Këshillit e datës 22 tetor 2008, për përafrimin e ligjeve të Shteteve Anëtare në lidhje me markat tregtare (“Direktiva”) përcakton në nenin e vet 3(1)(b) dhe (c)<sup>1</sup>, që **markat tregtare të cilat nuk përmbajnë karakter dallues dhe markat tregtare përshkruese**, pra ato që përbëhen ekskluzivisht nga shenja ose tregues që mund të shërbejnë, në treg, për të përcaktuar llojin, cilësinë, sasinë, qëllimin e synuar, vlerën, origjinën gjeografike, ose kohën e prodhimit të mallrave ose të dhënies së

---

<sup>1</sup>Çdo referencë ndaj neneve të “Direktivës” mund të kuptohet si referencë ndaj neneve korresponduese të Rregullores së Këshillit (KE) Nr. 207/2009 të datës 26 shkurt 2009 mbi markën tregtare të Komunitetit.

shërbimit, ose karakteristikave të tjera të mallrave ose shërbimeve, **nuk duhet të regjistrohen ose nëse janë regjistruar mund të shpallen të pavlefshme.**

Arsyet e ndryshme të refuzimit duhet të interpretohen në dritën e **interesit publik** që ka secila prej tyre (shikoni [Joined Cases C-456/01 P and C-457/01 P, Henkel](#), paragrafi 45-46, lënda [Case C-329/02 P, SAT.1](#), paragrafi 25).

Është në interes publik që të parandalohet regjistrimi i një marke që nuk mund të dallojë mallrat dhe/ose shërbimet për të cilat kërkohet regjistrimi nga ato të sipërmarrjeve të tjera.

**Fusha e veprimit të projektit thotë:**

*“Objektivi i këtij projekti është të gjejë një praktikë në lidhje me rastet kur një **markë figurë**, që përmban **fjalë qartësisht përshkruese/pa karakter dallues**, kalon ekzaminimin për **shkaqe absolute** sepse elementi figurativ ka **karakter dallues të mjaftueshëm.**”*

Çështjet e mëposhtme janë jashtë objektivit të projektit:

- *Çështje gjuhësore: konsideroni në kuadër të projektit që elementët fjalë të jenë plotësisht përshkruese/pa karakter dallues në gjuhën tuaj.*
- *Interpretimi i përjashtimeve nga mbrojtja.*
- *Përdorimi i markës tregtare (duke përfshirë karakterin dallues të fituar dhe mënyrën se si marka përdoret realisht në treg).*

Për të përcaktuar nëse arrihet kufiri i dallueshmërisë për shkak të veçorive figurative në markë, konsiderohen kriteret e mëposhtme:

- Në lidhje me elementët **fjalë** në markë:
  - Mbishkrimi dhe fonti
  - Kombinimi me ngjyrën
  - Kombinimi me shenjat e pikësimit dhe simbolet e tjera
  - Pozicioni i elementëve fjalë (anash, me kokë poshtë etj.)
- Në lidhje me elementet **figurative** në markë:
  - Përdorimi i formave të thjeshta gjeometrike
  - Pozicioni dhe proporcioni (madhësia) i elementit figurativ në lidhje me elementin fjalë
  - Nëse elementi figurativ është paraqitje ose ka lidhje direkte me mallrat dhe/ose shërbimet

- Nëse elementi figurativ përdoret zakonisht në treg në lidhje me mallrat dhe/ose shërbimet e aplikuara.
- Në lidhje me elementët fjalë **dhe** elementët figurativë në markë:
  - Si ndikojnë kombinimet e këtyre kritereve te karakteri dallues.

### 3. PRAKTIKA E PËRBASHKËT

#### 3.1 Fjalët përshkruese/pa karakter dallues

Për qëllimin e projektit, elementët fjalë në markë konsiderohen se janë plotësisht përshkruese/pa karakter dallues, sepse qëllimi kryesor është konvergimi i mënyrës së veprimit kur shtimi i një elementi figurativ e bën markën në tërësi mjaft dalluese, duke i mundësuar kështu markës që të kryejë funksionin e vet thelbësor dhe të kalojë ekzaminimin për shkaqe absolute.

Në përputhje me praktikën gjyqësore, që një markë tregtare të ketë karakter dallues për qëllimin e nenit 3(1)(b) të Direktivës, ajo duhet të jetë e aftë të plotësojë funksionin e vet thelbësor, konkretisht t'i **garantojë identitetin e origjinës tregtare** të mallrave dhe/ose shërbimeve të markës **konsumatorit ose përdoruesit përfundimtar** duke i dhënë mundësinë atij, pa shkaktuar konfuzion, të **dallojë mallrat ose shërbimet nga të tjerët që kanë një origjinë tjetër**, për të përsëritur kështu përvojën, nëse rezulton pozitive, ose për ta shmangur atë, nëse rezulton negative (shikoni [C-39/97, Canon](#), paragrafi 28 dhe [T-79/00, LITE](#), paragrafi 26).

Aftësia e markës tregtare për të **kryer funksionin e vet thelbësor**, e përcaktuar nga gjykata në nenin 3(1)(c) të Direktivës, është ai i garantimit që shenjat **përshkruese ose treguese në lidhje me karakteristikat** e mallrave ose shërbimeve për të cilat kërkohet regjistrimi, mund të **përdoren lirshëm nga të gjithë** tregtuesit që ofrojnë mallra dhe/ose shërbime të tilla, duke parandaluar që këto shenja dhe tregues të rezervohen vetëm për një sipërmarrje sepse janë regjistruar si marka tregtare (shikoni [C-299/99 Philips](#), paragrafi 30, [C-329/02 P, SAT.1](#), paragrafi 30, Rastet e kombinuara [C-90/11 dhe C-91/11, Alfred Strigl](#), paragrafi 31, [C-53/01 P, Linde](#), paragrafi 73 dhe [C-104/01, Libertel](#), paragrafi 52, [C-363/99 Koninklijke KPN Nederland NV](#), paragrafi 54, [Joined Cases C-108/97 and C-109/97 Windsurfing Chiemsee](#), paragrafi 25).

Karakterit dallues duhet të vlerësohet, fillimisht duke iu referuar mallrave ose shërbimeve për të cilat kërkohet regjistrimi dhe së dyti, duke iu referuar perceptimit të publikut përkatës (shikoni [C-53/01 P, Linde](#), paragrafi 41, [C-363/99 Koninklijke KPN Nederland NV](#), paragrafi

34, raste të bashkuara Joined [Cases C- 468/01 P to C-472/01 P, Procter & Gamble](#), paragrafi 33).

Megjithëse secila nga arsyet për refuzim të listuara në nenin 3(1) është e pavarur nga të tjerat dhe kërkon ekzaminim të veçantë, ka megjithatë një **mbivendosje** të qartë mes objektivit të secilës prej shkaqeve për refuzim të përcaktuar në nenin 3(1)(b) dhe (c) (shikoni Joined Cases C-90/11 dhe C-91/11, *Alfred Strigl*, paragrafi 20, [C-53/01 P, Linde](#), paragrafi 67, rasti [C-363/99 Koninklijke KPN Nederland NV](#), paragrafi 85, lënda [C-329/02 P, SAT.1](#), paragrafi 25).

Është e përcaktuar në praktikën gjyqësore se një shenjë që është **përshkruese** e karakteristikave të mallrave ose shërbimeve për qëllimin e nenit 3(1)(c) të Direktivës, për këtë arsye detyrimisht **nuk përmban karakter dallues** në lidhje me ato mallra ose shërbime brenda kuptimit të nenit 3(1)(b) të Direktivës. Një markë **megjithatë mund të mos ketë karakter dallues në lidhje me mallrat ose shërbimet për arsye të ndryshme nga fakti se mund të jetë përshkruese** (shikoni [C-265/00, Biomild](#), paragrafi 19, lënda [C-363/99 Koninklijke KPN Nederland NV](#), paragrafi 86, dhe lënda [Case C-51/10 P, Agencja Wydawnicza Technopol v OHIM](#), paragrafi 33).

Si rrjedhim, një markë tregtare përshkruese nuk ka karakter dallues, edhe pse kjo e fundit mund të mos ketë karakter dallues për arsye të tjera nga fakti që mund të jetë përshkruese.

### 3.2 Cilat janë kufinj të nevojshëm për të kaluar ekzaminimin për shkaqe absolute të elementëve figurativë?

Pavarësisht se përmban fjalë qartësisht përshkruese/pa karakter dallues, një markë figurë mund ta kalojë ekzaminimin për shkaqe absolute nëse ka elemente të tjera në markë që e bëjnë markën dalluese në tërësi.

Megjithatë, dallueshmëria e një marke tregtare që përmban elementë fjalë që janë përshkruese/pa karakter dallues nuk mund të mbështetet në elemente figurative që nuk kanë karakter dallues në tërësinë e tyre ose janë minimaliste, përveçse kur kombinimi përfundimtar i së tërës është dallues.

Ky parim është konfirmuar nga Gjykata Evropiane në vendimin e saj [C-37/03 P, BioID](#). Në këtë vendim, gjykata përcakton se elementet grafike në markë mund të “mos i krijojnë mundësinë publikut përkatës të dallojë, pa shkaktuar konfuzion, për produktet ose shërbimet që mbulohen nga aplikimi për markë tregtare nga markat e tjerat që kanë origjinë tjetër”, dhe

prandaj “ato elemente grafike nuk janë në gjendje të plotësojnë funksionin thelbësor të një marke tregtare në lidhje me mallrat dhe shërbimet përkatëse” (paragrafi 72). Si p.sh., në rast të veçantë “elementet figurativë dhe grafikë janë aq minimaliste sa nuk i japin në tërësi markës tregtare për të cilën po aplikohet një karakter dallues. Këto elemente nuk kanë asnjë veçori, në veçanti në terma të krijuar (gjetje) ose në lidhje me mënyrën në të cilën janë kombinuar, duke i lejuar asaj marke që të plotësojë funksionin thelbësor në lidhje me markat dhe shërbimet e mbuluara nga aplikimi për markë tregtare” (paragrafi 74).

Për qëllimin e përcaktimit të karakterit dallues që jepet nga elementët figurativë në shenjë, janë rënë dakord kriteret e mëposhtme:

## **A. Në lidhje me elementët fjalë të markës**

### **A.1. Mbishkrimi dhe fonti**

- Në përgjithësi, elementët fjalë që janë përshkruese/pa karakter dallues që shfaqen në mbishkrimin bazë/standard, mbishkrimi i stilit të shkronjave ose shkrimit të dorës, me ose pa efekte fontesh (të trasha, të pjerrëta), nuk mund të regjistrohen.
- Aty ku mbishkrimet standarde përfshijnë elemente të paraqitjes grafike si pjesë e shkronjave, ato elemente duhet të kenë ndikim të mjaftueshëm në markën si një e tërë për ta bërë atë dalluese. Marka mund të regjistrohet kur këto elemente janë të mjaftueshme për të tërhequr vëmendjen e konsumatorit nga kuptimi përshkrues i elementit fjalë ose mund të krijojnë një përshtypje të paharrueshme të markës.




## Shembuj

| Jodallues  |  |                   |
|--|--|-------------------|
| Arsyetimi  | Shenja   | Mallrat/shërbimet |
| <i>Mbishkrimet bazë, me ose pa efekte fontesh (të trasha, të pjerrëta)</i> | <p><b>Flavour and aroma</b></p> <p><b>Flavour and aroma</b></p> <p><i>Flavour and aroma</i></p> <p><b>Flavour and aroma</b></p> <p><small>Flavour and aroma</small></p> <p>FLAVOUR AND AROMA</p> <p><b>Flavour and aroma</b></p> | Klasa 30: Kafe    |
| <i>Variacionet e lehta të fonteve (p.sh. fjalë me shkronja të trasha)</i>  | <p><b>Flavour and aroma</b></p> <p><i>Flavour and aroma</i></p>  | Klasa 30: Kafe    |



|  |   |  |
|--|---|--|
| <p>Shkronja të shkruara me shkrim dore dhe stile të ndryshme të shkrimit të dorës</p>                        | <p><i>Flavour and aroma</i><br/> <i>Flavour and aroma</i><br/> <i>Flavour and aroma</i><br/> <i>Flavour and Aroma</i></p> <p><i>Fresh Sardine</i></p> <p><i>Flavour and Aroma</i><br/> <i>Fresh Sardine</i></p> | <p>Klasa 30: Kafe</p> <p>Klasa 29: Sardele</p> <p>Bazuar në rastet “Bollywood macht glücklich!”, Bundespatentgericht 27 W (pat) 36/09.</p> <p>Klasa 30: Kafe</p> <p>Klasa 29: Sardele</p> <p>Bazuar në lëndën T-464/08, <i>Superleggera</i> (shikoni paragrafin 33-34)</p> |
| <p>Shkronjë e vogël + shkronja të mëdha</p>  | <p><b>FreshSARDINE</b></p>  | <p>Klasa 29: Sardele</p>   |
| <p>Mbishkrim standard + shkronja të pjerrëta</p>   | <p><b>Freshsardine</b></p>  | <p>Klasa 29: Sardele</p>   |
| <p>Përdorimi i shkronjave të mëdha në brendësi të fjalës e cila nuk ndikon në kuptimin e elementit fjalë</p> | <p><b>FrEsh SaRdine</b></p>   | <p>Klasa 29: Sardele</p>   |

|   |  |   |
|---|--|---|
| <p><i>Mbishkrimi me një veçori të caktuar, por që mbetet kryesisht normal</i></p> | <h1>Flavour and Aroma<br/>Fresh Sardine</h1> | <p>Klasa 30: Kafe</p> <p>Klasa 29: Sardele</p> <p>Bazuar në lëndën “jogosonline”, aplikimi për markë tregtare portugeze N° 406731, refuzuar nga INPI.</p> |
|---|--|---|


| <b>Dalluese</b>   |  |  |
|---|--|--|
| Arsyetimi   | Shenja   | Mallra/shërbime  |
| <p><i>Shkronja të shkruara me shkrim dore që është janë stilizuar deri në atë nivel që janë të palexueshme, pra nuk mund të nxirret kuptim përshkrues.</i></p>  |  | <p>Klasa 30: Kafe</p>                                      |
| <p><i>Mbishkrim me shkallë të mjaftueshme stilizimi, me mundësinë e interpretimit të karaktereve individuale në mënyra të ndryshme.</i></p> <p><i>* “DIY” nënkupton “Do it yourself” (Bëje vetë) dhe konsiderohet si element fjalë jodallues në lidhje me mallrat për të cilat kërkohet mbrojtje.</i></p> |   | <p>Klasa 20: Kompletet e pjesëve për montim në mobilie</p> |
| <p><i>Mbishkrim me paraqitje grafike, ku disa shkronja janë më të vështira për t'u dalluar.</i></p>   |  | <p>Klasa 30: Kafe</p>                                      |

## A.2. Kombinimi me ngjyrën

- Sipas asaj që është përcaktuar nga Gjykata e Drejtësisë në vendimin [C-104/01, Libertel](#), “duhet pasur parasysh se, megjithëse ngjyrat janë të afta të transmetojnë ide të caktuara shoqëruese, dhe të nxisin ndjenja, ato kanë kapacitet të ulët për të komunikuar informacione specifike, veçanërisht duke qenë se ato janë të zakonshme dhe të përdorura gjerësisht, për shkak të tërheqjes së tyre, për të reklamuar dhe tregtuar mallra ose shërbime, pa ndonjë mesazh specifik” (paragrafi 40).
- Gjykata e Drejtësisë në vendimin paraprak [C-49/02, ‘Heidelberger’](#), deklaron më tej se “Përveç rasteve të jashtëzakonshme, ngjyrat fillimisht nuk kanë karakter dallues” (paragrafi 39).
- Thjesht “shtimi” i një ngjyre të vetme te një element fjalë që është përshkruese/pa karakter dallues, qoftë te vetë shkronjat ose si sfond, nuk do të jenë të mjaftueshme për t’i dhënë markës karakter dallues.
- Përdorimi i ngjyrave është i zakonshëm në treg dhe nuk shihet si shenjë dalluese e origjinës tregtare. Por, nuk mund të përjashtohet se një organizim i caktuar i ngjyrave, që është i pazakontë dhe që mund të mbahet mend lehtë nga konsumatori përkatës, mund ta bëjë markën dalluese.

### Shembuj

| Jodallues  |                          |                 |
|--|--------------------------|-----------------|
| Arsyetimi  | Shenja                   | Mallra/shërbime |
| <i>Shtimi i një ngjyre të vetme në një mbishkrim bazë/normal (shkronja me ngjyra).</i> | <b>Flavour and aroma</b> | Klasa 30: Kafe  |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p><i>Shtimi i një ngjyre të vetme në një mbishkrim bazë/normal (sfond ose kornizë me ngjyra).</i></p>  |   | <p>Klasa 30: Kafe</p> <p>Klasa 30: Kafe</p> |
| <p><i>Shtimi i një ngjyre të vetme në një mbishkrim bazë/normal (strukturë me ngjyra).</i></p>  |   | <p>Klasa 30: Kafe</p>                       |
| <p><i>Shtimi i një ngjyre të vetme në një mbishkrim bazë/normal (ngjyrë me gradient).</i></p>   |   | <p>Klasa 30: Kafe</p>                       |
| <p><i>Në këtë shembull, aplikimi i shumë ngjyrave të ndryshme në shkronja mund të tërheqë syrin e klientit, por nuk bën asgjë për ta ndihmuar këtë të fundit të dallojë mallrat dhe/ose shërbimet e një sipërmarrjeje nga të tjerat, sepse organizimi i caktuar i ngjyrave nuk do të perceptohet dhe as do të mbahet mend nga konsumatorët.</i></p> |  | <p>Klasa 30: Kafe</p>                       |

### A.3. Kombinimi me shenjat e pikësimit dhe simbolet e tjera

- Në përgjithësi, shtimi i shenjave të pikësimit ose i simboleve të tjera me përdorim të gjerë në treg, nuk i shton karakter dallues një shenje që përbëhet nga elemente fjalësh përshkruese/pa karakter dallues.

## Shembuj

| Jodallues  |                                     |   |
|--|-------------------------------------|---|
| Arsyetimi  | Shenja                              | Mallra/shërbime   |
| <i>Shtimi i një pike ose një shenje marke tregtare nuk i shton karakter dallues shenjës.</i> | <b>FreshSardine</b> . <sup>TM</sup> | Klasa 29: Sardele<br>Bazuar në<br>lëndën <a href="#">C-37/03</a><br><a href="#">P, BioID</a> .<br>(shikoni paragrafin<br>72-74) |
| <i>Shtimi i thonjëzave nuk i shton karakter dallues shenjës.</i>                             | <b>“Flavour and aroma”</b>          | Klasa 30: Kafe  |

### A.4. Pozicioni i elementëve fjalë (anash, me kokë poshtë etj.)

- Mënyra në të cilën elementët fjalë janë pozicionuar mund t'i shtojë një shenje karakter dallues kur është në gjendje të ndikojë në perceptimin e konsumatorit në kuptimine elementeve të asaj fjale. Me fjalë të tjera, organizimi duhet të jetë i një natyre të tillë që konsumatori i zakonshëm të fokusohet në të dhe jo te perceptimi i menjëhershëm i mesazhit përshkruar. Në përgjithësi, fakti se elementët fjalë janë të vendosura vertikalisht, me kokë poshtë apo në një, dy ose më shumë rreshta, nuk mjafton për t'i dhënë shenjës shkallën minimale të karakterit dallues që është i nevojshëm për regjistrimin.

## Shembuj

| Jodallues   |                         |                 |
|---|-------------------------|-----------------|
| Arsyetimi   | Shenja                  | Mallra/shërbime |
| <i>Tekst në dy ose më shumë rreshta i lexuar nga e majta në të djathtë.</i> | Flavour<br>and<br>Aroma | Klasa 30: Kafe  |
| <i>I gjithë teksti është me kokë poshtë.</i>                                | Flavour and Aroma       | Klasa 30: Kafe  |
| <i>I gjithë teksti është vertikal.</i>                                      | Flavour<br>and<br>Aroma | Klasa 30: Kafe  |

| Dalluese   |  |                 |
|--|--|-----------------|
| Arsyetimi  | Shenja   | Mallra/shërbime |
| <i>Teksti paraqitet në mënyrë origjinale. Konfigurimi është në gjendje të ndikojë në perceptimin e elementëve fjalë nga klienti.</i> | F d<br>l n<br>a a<br>v m<br>o<br>r u<br>A r<br>A n d<br>r<br>F l a v o u r<br>m<br>a | Klasa 30: Kafe  |

## B. Në lidhje me elementët figurativë në markë

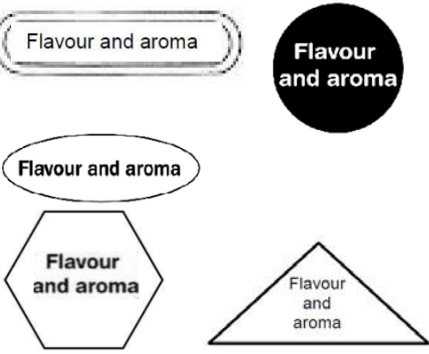
### B.1. Përdorimi i formave të thjeshta gjeometrike

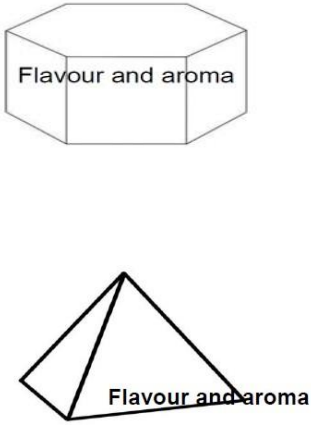
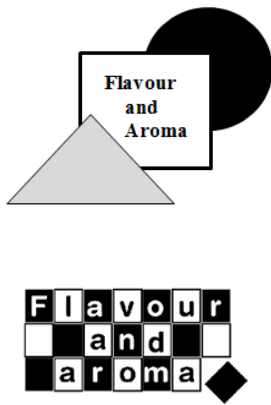
- Përshkrimi i elementeve verbale që janë pa karakter dallues të kombinuara me forma të thjeshta gjeometrike si pikat, vijat, segmentet e vijave, rrathët, trekëndëshat, katrorët, drejtkëndëshat, paralelogramet, pesëkëndëshat, gjashtëkëndëshat, trapezet

dhe elipset [lista e formave të thjeshta gjeometrike nuk është gjithëpërfshirëse] nuk ka të ngjarë të jenë të pranueshme, në veçanti kur format e lartpërmendura përdoren si kornizë ose bordurë.

- Kjo ndodh sepse një formë gjeometrike që shërben thjesht për të nënvizuar, theksuar ose rrethuar elementin fjalë nuk do të ketë ndikim të mjaftueshëm në markë në tërësi për ta bërë dalluese.
- Nga ana tjetër, format gjeometrike mund t'i shtojnë karakter dallues një shenje kur paraqitja, konfigurimi ose kombinimi i tyre me elemente të tjera krijon një përshtypje të përgjithshme që është mjaftueshëm e dallueshme.

### Shembuj

| Jodallues   |   |                        |
|---|---|------------------------|
| Arsyetimi   | Shenja  | Mallra/shërbime        |
| <p><i>Shembuj të formave të thjeshta gjeometrike që përdoren si <u>kornizë ose bordurë</u>, nuk konsiderohen të pranueshme.</i></p> |  <p>The image shows five different geometric shapes arranged in a grid-like pattern. Each shape contains the text 'Flavour and aroma'. The shapes are: a rounded rectangle, an oval, a hexagon, a circle, and a triangle.</p> | <p>Klasa 30: Kafe.</p> |



| Dalluese   |  |                       |
|--|--|-----------------------|
| Arsyetimi  | Shenja   | Mallra/shërbime       |
| <p><i>Shembujt e një konfigurimi të veçantë të elementeve fjalë që janë përshkruese/pa karakter dallues me një formë të thjeshtë gjeometrike e cila e bën markën të pranueshme në tërësinë e saj për shkak të një organizimi të veçantë të mënyrës se si mbivendosen fjalët me forma të thjeshta gjeometrike si dhe madhësive relativisht të mëdha të formave në krahasim me fjalët në mënyrë që forma mos të shihet më si nënvizim, e cila thekson apo rrethon fjalët, por që krijon një përshtypje të përgjithshme që është mjaft dalluese. Supozohet se elementët figurativë nuk janë paraqitje të paketimit.</i></p> |    | <p>Klasa 30: Kafe</p> |
| <p><i>Shembuj të kombinimeve të caktuara të formave gjeometrike me fjalë që janë përshkruese, e bëjnë secilën prej markave dalluese në tërësi.</i></p>   |  | <p>Klasa 30: Kafe</p> |




## B.2. Pozicioni dhe proporcioni (madhësia) e elementit figurativ në lidhje me elementin fjalë

- Në përgjithësi, kur një element figurativ që është i dallueshëm në vetvete, i shtohet një elementi fjalë që është përshkrues dhe/ose pa karakter dallues, atëherë marka mund të regjistrohet, me kusht që elementi figurativ në fjalë të jetë, për shkak të madhësisë dhe pozicionit të tij, qartësisht i dallueshëm në shenjë.

### Shembuj

| Jodallues   |  |                    |
|---|--|--------------------|
| Arsyetimi   | Shenja   | Mallra/shërbime    |
| <i>Elementi i kuq që shfaqet mbi germën “i” dallohet me vështirësi.</i> |   | Klasa 29: Sardele. |
| <i>Elementi figurativ është aq i vogël sa nuk mund të dallohet.</i>     |  | Klasa 30: Kafe.    |

| Dalluese   |  |                 |
|--|--|-----------------|
| Arsyetimi  | Shenja   | Mallra/shërbime |
| <i>Elementi figurativ është i dallueshëm në vetvete dhe mjaft i madh për t’u dalluar në markë si i tërë.</i> |  <b>Flavour and aroma</b> | Klasa 30: Kafe. |

## B.3. Elementi figurativ është një përfaqësim i markës ose ka një lidhje direkte me mallrat dhe/ose shërbimet

Si rregull i përgjithshëm, kombinimi i thjeshtë i elementëve, secili prej të cilëve është përshkrues i karakteristikave të mallrave dhe shërbimeve në lidhje me të cilat kërkohet të kryhet regjistrimi, pa paraqitur variacione të pazakonta, mbetet në vetvete përshkruese dhe nuk mund të rezultojë përveçse një markë që përbëhet ekskluzivisht nga shenja dhe tregues

që mund të shërbejnë në treg, për të treguar karakteristikat e mallrave dhe shërbimeve në fjalë (shih sipas analogjisë [C-265/00, \*Biomild\*](#), paragrafi 39 dhe [C-408/08 P, \*Color Edition\*](#), paragrafi 61).

Megjithatë, një kombinim i tillë mund të mos jetë përshkruar, me kusht që të krijojë një përshtypje që është mjaftueshëm larg nga kombinimi i thjeshtë i këtyre elementeve me rezultat që është më shumë se shuma e pjesëve të tyre ([C-265/00, \*Biomild\*](#), paragrafi 40).



- Në disa raste elementi figurativ përbëhet nga një paraqitje e mallrave dhe e shërbimeve të pretenduara. Në parim, kjo paraqitje konsiderohet përshkruese dhe/ose pa karakter dallues, sa herë që:
  - Është portretizim real i mallrave dhe shërbimeve.
  - Përbëhet nga një portretizim simbolik/i stilizuar i mallrave dhe shërbimeve dhe nuk dallohet shumë nga paraqitja e zakonshme e këtyre të fundit.



Në raste të tjera elementi figurativ mund të mos përshkruaj mallrat dhe shërbimet, por mund të ketë gjithsesi një lidhje direkte me karakteristikat e mallrave dhe/ose shërbimeve. Në raste të tilla, shenja do të konsiderohet pa karakter dallues, përveçse kur është e stilizuar mjaftueshëm.


## **Shembuj**


Në shembujt e mëposhtëm, markat që rezultojnë nga kombinimi i një elementi figurativ jodallues/përshkues dhe një elementi fjalë pa karakter dallues/përshkues, nuk krijojnë një përshtypje që është më shumë se shuma e pjesëve të saj.



Qoftë kur elementet figurative dhe/ose fjalë konsiderohen përshkruese ose pa karakter dallues, rezultati do të jetë i njëjtë.

| <b>Jodallues</b>  |   |                        |
|---|---|------------------------|
| <b>Arsyetimi</b>  | <b>Shenja</b>   | <b>Mallra/shërbime</b> |
| <p>Elementi figurativ përshkrues + elementi fjalë që është përshkrues.</p> <p><i>Elementi figurativ paraqet figurën e një sardeleje dhe prandaj përbën një portretizim real të mallrave. As mbishkrimi (bazë/standard), pozicioni i elementëve fjalë, kompozimi i përgjithshëm i markës apo ndonjë element tjetër, nuk i japin markës shkallën minimale të kërkuar të karakterit dallues.</i></p>             |  <b>Fresh Sardine</b>                | Klasa 29: Sardele      |
| <p>Elementi figurativ përshkrues + elementi fjalë që është pa karakter dallues.</p> <p><i>Elementi figurativ paraqet figurën e një sardeleje dhe prandaj përbën një portretizim real të mallrave. As mbishkrimi (bazë/standard), pozicioni i elementëve fjalë, kompozimi i përgjithshëm i markës dhe as ndonjë element tjetër, nuk i japin markës shkallën minimale të kërkuar të karakterit dallues.</i></p> |  <b>From the sea to your plate</b> | Klasa 29: Sardele      |

|   |  |                          |
|---|--|--------------------------|
| <p>Elementi figurativ jodallues + elementi fjalë që është pa karakter dallues.</p> <p><i>Elementi figurativ paraqet një kuti të zakonshme sardelesh, që përdoret zakonisht në treg si paketim për sardelet, prandaj përbëhet nga një portretizim simbolik/i stilizuar i mallrave që nuk dallojnë shumë nga një paraqitje e zakonshme e këtyre mallrave. As mbishkrimi (bazë/standard), pozicioni i elementëve fjalë, kompozimi i përgjithshëm i markës as ndonjë element tjetër, nuk i japin markës shkallën minimale të kërkuar të karakterit dallues.</i></p> |  <p><b>From the sea to your plate</b></p> | <p>Klasa 29: Sardele</p> |
| <p>Element figurativ jodallues + element fjalë që janë përshkruese.</p> <p><i>Elementi figurativ paraqet një kuti të zakonshme sardelesh, që përdoret zakonisht në treg si paketim për sardelet, prandaj përbëhet nga një portretizim simbolik/i stilizuar i mallrave që nuk dallojnë shumë nga një paraqitje e zakonshme e këtyre mallrave. As mbishkrimi (bazë/standard), pozicioni i elementëve fjalë, kompozimi i përgjithshëm i markës as ndonjë element tjetër, nuk u japin markës shkallën minimale të kërkuar të karakterit dallues.</i></p>            |  <p><b>Sardines</b></p>                 | <p>Klasa 29: Sardele</p> |

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p><i>Elementi figurativ nuk i paraqet shërbimet, por gjithsesi ka një lidhje direkte me karakteristikat e shërbimeve. Shenja nuk është e stilizuar mjaftueshëm.</i></p> |  | <p>Klasa 37:<br/>Shërbimet e kontrollit të <b>pesticideve</b></p> |
|--|--|---|





| Dalluese   |  |                          |
|--|--|--------------------------|
| Arsyetimi  | Shenja   | Mallra/shërbime          |
| <p><i>Përfashtim: një kombinim/kompozim i veçantë (dallimi i përgjithshëm i të dy elementeve që janë përshkruese/pa karakter dallues së bashku).</i></p> <p><i>Duke përdorur sardelet si shkronjat “F” dhe “I” kjo shenjë krijon një përshtypje që është mjaftueshëm larg nga ajo që perceptohet nga kombinimi i thjeshtë i elementëve që janë pa karakter dallues/përshkruese të figurës dhe fjalë, duke qenë më shumë se shuma e pjesëve të saj.</i></p> |  | <p>Klasa 29: Sardele</p> |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p><i>Elementi figurativ dallues + elementi fjalë që është përshkrues.</i></p> <p><i>Elementi figurativ përbëhet nga një skelet peshku që ecën, pra është një portretizim simbolik/i stilizuar i mallrave që dallohet në mënyrë të konsiderueshme nga një paraqitje e zakonshme e këtyre mallrave.</i></p> |  | <p>Klasa 29: Sardele</p>                                   |
| <p><i>Elementi figurativ ka një lidhje direkte me karakteristikat e shërbimeve, por shenja është e stilizuar mjaftueshëm.</i></p>  |  | <p>Klasa 37:<br/>Shërbimet e kontrollit të pesticideve</p> |

#### **B.4. Elementi figurativ përdoret zakonisht në treg në lidhje me mallrat dhe/ose shërbimet e aplikuar**

- Në përgjithësi, elementët figurativë që përdoren zakonisht ose janë të zakonshme në treg në lidhje me mallrat dhe/ose shërbimet e pretenduara nuk i shtojnë karakter dallues markës në tërësi.

## Shembuj

| Jodallues   |  |  |
|---|--|--|
| Arsyetimi   | Shenja   | Mallra/shërbime  |
| <p>Marka e pretenduar do të kuptohet nga publiku përkatës si tregues i qartë dhe direkt i cilësisë dhe jo si tregues i origjinës së mallrave.</p> <p>Elementët figurativë nuk përmbajnë veçori dalluese, të pazakonta ose origjinale dhe shihen thjesht si një etiketë e zakonshme që nuk do të konsiderohet si dalluese nga konsumatori mesatar.</p> |                                | Klasa 30: Kafe   |
| <p>Etiketat me ngjyra të çmimeve që përdoren zakonisht në treg për të gjitha llojet e mallrave dhe kombinimi i tyre me elementëfjalë përshkruese nuk mjafton për ta bërë markën dalluese.</p>   |                              | Klasa 29: Sardele<br>Bazuar në rastet <a href="#">T- 122/01, Best Buy</a> (shikoni paragrafin 33). |
| <p>Etiketat e çmimeve që përdoren zakonisht në treg për të gjitha llojet e mallrave.</p>  |                               | Klasa 30: Kafe   |
| <p>“Peshoret e drejtësisë” përdoren zakonisht në treg për shërbimet ligjore.</p>  | <p>LEGAL ADVICE SERVICES</p>  | Klasa 45:<br>Shërbime ligjore  |

### C. Si ndikojnë te karakteri dallues kombinimet e kritereve të mësipërme?

- Në përgjithësi, një kombinim i elementëve figurativë dhe elementëve fjalë, që konsiderohen individualisht pa karakter dallues, nuk krijojnë një markë dalluese.
- Megjithatë, një kombinim i këtyre elementëve kur konsiderohet si i tërë mund të perceptohet si shenjë origjine për shkak të paraqitjes dhe kompozimit të shenjës. Kështu ndodh kur kombinimi rezulton në një përshtypje të përgjithshme që është mjaftueshëm larg nga mesazhi që transmetohet nga elementi fjalë që është përshkrues/pa karakter dallues.

Tabela e mëposhtme paraqet një përzgjedhje të shembujve që përmbajnë të gjitha kombinimet e kritereve individuale të vlerësuara në paragrafët e mëparshëm të dokumentit të Praktikës. Kombinimet e paraqitura në kolonën e kuqe janë ato që, për shkak të thjeshtësisë dhe/ose natyrës së zakonshme, nuk çojnë në gjetje të karakterit dallues. Në kontrast, kombinimet e paraqitura në kolonën e gjelbër konsiderohen dalluese.

#### **Shembuj:**

Që një shenjë të jetë e regjistrueshme, ajo duhet të ketë një nivel minimal dallueshmërie. Qëllimi i shkallës është të ilustrojë se ku është kufiri i nevojshëm. Shembujt poshtë nga e majta në të djathtë përmbajnë elemente me një ndikim gjithnjë e në rritje të karakterit dallues së markave, që rezulton në marka që ose janë pa karakter dallues në tërësinë e tyre (kolona e kuqe) ose dalluese në tërësinë e tyre (kolona e gjelbër) [Shenjat që përmbajnë “Shije dhe aromë” kërkojnë mbrojtje për kafën në Klasën 30 dhe shenjat që përmbajnë “Sardele e freskët” kërkojnë mbrojtje për sardelet në Klasën 29.]



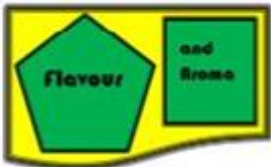

# Non-distinctive




# Distinctive

1. *Flavour and aroma*   *Flavour and Aroma*   *Flavour and aroma*   Flavour and **A**roma

**F**lavour and **A**roma  
*Flavour and Aroma*  


2. **Flavour and aroma**   *Flavour and aroma*   Flavour and aroma   Fla  
vour and aroma

Flavour and Aroma      

3.  Fresh sardine   **Fresh sardine**    Fresh Sardine   **FRESH SARDINE** 

 Fresh Sardine    Fresh sardine  


### **Rreshti 1:**

*Nga e majta në të djathtë, shembulli i parë kombinon mbishkrimin bazë/standard me një fjalë në shkronja të trasha dhe pozicionimin e elementëve fjalë. Në rastin e mëposhtëm, shtimi i ngjyrës së kuqe mund ta çojë një hap më tej, por kombinimi (pra, mbishkrimi standard, pozicionimi i elementëve fjalë dhe një ngjyrë) sërish nuk krijon një markë me karakter dallues. Në shembullin e tretë, shtimi i një numri ngjyrashe përforcon markën, por sërish paraqitja dhe kompozimi i tij nuk krijojnë një përshtypje të përgjithshme që të jetë mjaftueshëm larg nga ajo që perceptohet nga kombinimi i thjeshtë i këtyre elementeve, përveç kësaj konsumatorët nuk janë në gjendje të mbajnë mend shumë ngjyra dhe sekuencat e tyre. Shembulli i katërt kombinon mbishkrimin bazë/standard, pozicionimin/madhësinë e elementëve fjalë dhe dy ngjyra, që përsëri nuk kanë karakter dallues.*

*Kombinimi i elementeve figurative në dy shembujts me karakter dallues në anën e djathtë kur konsiderohen si një e tërë mund të perceptohet si shenjë që tregonshenjën origjinë për shkak të paraqitjes dhe kompozimit të përgjithshëm të saj, duke krijuar një përshtypje vizuale që është mjaft larg nga mesazhi që përçojnë elementët fjalë që është përshkrues/pa karakter dallues.*

### **Rreshti 2:**

*Nga e majta në të djathtë, dy shembujt e parë në këtë set kombinojnë forma të thjeshta gjeometrike të përdorura si korniza (përkatësisht drejtkëndëshe dhe ovale) me mbishkrim bazë/standard, të ndjekura nga mbishkrimi bazë/standard i kombinuar me një formë rrethore, ngjyrë dhe pozicionim të elementëve fjalë. Shembulli i mëposhtëm kombinon organizimin e çrregullt të elementëve bazë/standarde fjalë të mbishkrimit me një drejtkëndësh me ngjyrë. Asnjë nga këta tre shembuj nuk krijojnë një përshtypje të përgjithshme që është mjaftueshëm larg nga ajo që perceptohet nga kombinimi i thjeshtë i këtyre elementëve.*

*Në kolonën e djathtë, kombinimet joarbitrare të formave në kombinim me ngjyrën dhe pozicionin e elementëve fjalë krijojnë një përshtypje vizuale që është mjaftueshëm larg nga mesazhi që transmeton elementi fjalë që është përshkrues/jodallues. Kjo i jep mundësinë markës në tërësi të perceptohet si shenjë origjine për shkak të paraqitjes dhe kompozimit të saj.*

### **Rreshti 3:**

*Nga e majta në të djathtë, ky set shembujsh fillon me një portretizim real të mallrave të kombinuar me dy mbishkrime bazë dhe efekte fontesh, ndjekur nga shtimi i pozicionimit të elementëve fjalë dhe ngjyrave, dhe shtimi më pas në kombinim e formës gjeometrike dhe përfundimi me mbishkrimin disi të stilizuar, por që përsëri mbetet kryesisht normal. Asnjë prej këtyre shembujve nuk krijon një përshtypje vizuale që është mjaftueshëm larg nga mesazhi i transmetuar që është përshkrues/jodallues. Si rezultat, këto marka nuk do të perceptohen si shenja origjin.*

*Në anën e djathtë të vijës, paraqitja dhe kompozimi i markave, dhe në anën e djathtë në fund paraqitja e një elementi figurativ me karakter dallues i cili është i dallueshëm në vetvete, u jep markave shkallën minimale të kërkuar të karakterit dallues.*

# Dokument praktik