



**Gemensamt meddelande om återgivningen
av nya typer av varumärken**

Gemensamt meddelande om återgivningen av nya typer av varumärken

1. Inledning

Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2436 av den 16 december 2015 för tillnärmning av medlemsstaternas varumärkeslagstiftning (nedan kallat *det nya varumärkesdirektivet*) innehåller bestämmelser som tillnärmar medlemsstaternas varumärkeslagstiftning ytterligare när det gäller såväl materiella frågor som förfarandefrågor. Samtidigt återspeglar det nya varumärkesdirektivet bestämmelserna i förordningen om EU-varumärken i de flesta materiella frågor, och i direktivet fastställs en liknande förfaranderam. Medlemsstaterna måste införliva det nya varumärkesdirektivet genom att anpassa sina nationella lagar till innehållet i direktivet inom de tidsfrister som anges i artikel 54.1 i det nya varumärkesdirektivet.

En av de viktigaste ändringarna i de nya rättsakterna är att kravet på grafisk återgivning har avlägsnats från definitionen av såväl EU-varumärken som nationella varumärken. Därigenom blir det möjligt att godta nya typer av varumärken som lämnas in i format som tidigare inte tilläts enligt nationella eller regionala system. Vidare kommer vissa typer av varumärken som redan godtas att kunna återges på ett enklare och mer exakt sätt. Dessa nya typer av varumärken och krav för återgivning har införts genom artikel 3 i genomförandeförordningen till förordningen om EU-varumärken. Det nya varumärkesdirektivet innehåller emellertid varken utförliga definitioner av olika typer av varumärken eller särskilda krav för återgivning. Därför föreligger det en risk för att olika typer av varumärken godtas av olika myndigheter, som kan tillämpa olika definitioner och ställa olika krav för återgivning.

Denna risk undviks på effektivaste sätt genom att samma normer antas frivilligt av medlemsstaternas centrala myndigheter för industriell äganderätt och Benelux byrå för immateriell äganderätt (nedan gemensamt kallade *medlemsstaternas centrala immaterialrättsmyndigheter*) samt Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO). Om de inte gör detta uppstår en diskrepans som inte kan övervinnas genom vanliga konvergensåtgärder på grund av de rättsliga hinder som sådana skillnader i lagstiftningen skapar. Medlemsstaterna bör därför diskutera gemensamma tillvägagångssätt innan de vidtar lagstiftningsåtgärder så att de harmoniseringssträvanden som ligger till grund för direktivet stöds och en harmoniserad lagstiftning kan åstadkommas.

För att underlätta införlivandet och för att öka den harmonisering som följer av det nya varumärkesdirektivet strävar EUIPO och medlemsstaternas centrala immaterialrättsmyndigheter efter en harmoniserad och enhetlig tillämpning av bestämmelserna i förordningen om EU-varumärken och varumärkesdirektivet inom hela det europeiska nätverket för immaterialrätt.

Detta meddelande respekterar EU:s och EU-medlemsstaternas kompetenser och ansvarsområden fullt ut och tar hänsyn till att införlivandet är en pågående process samt att medlemsstaterna har kommit olika långt i utformningen och tillämpningen av sin nationella lagstiftning. Detta dokument tjänar därför endast som en sammanställning för att informera om den enighet som har nåtts mellan medlemsstaternas centrala immaterialrättsmyndigheter och har inga rättsligt bindande följder för medlemsstaternas nationella lagstiftningsförfaranden. Det ska inte heller läsas eller tolkas som att det innehåller särskilda åtaganden från medlemsstaternas sida som skulle begränsa deras frihet att fatta egna beslut inom ramen för bestämmelserna i det nya varumärkesdirektivet.

Detta gemensamma meddelande kommer att uppdateras regelbundet så att det återspeglar medlemsstaternas aktuella ståndpunkter, både före och efter införlivandet av det nya varumärkesdirektivet i den nationella lagstiftningen.

2. Syftet med det gemensamma meddelandet

Med hänsyn tagen till att genomförandet befinner sig på ett tidigt stadium och kan bli föremål för samråd och godkännande på nationell nivå ger detta dokument en bild av det tillvägagångssätt som har valts eller som kan komma att väljas av EUIPO och medlemsstaternas centrala immaterialrättsmyndigheter när det gäller definitioner och krav för återgivning av de nya typer av varumärken som har uppkommit till följd av avskaffandet av kravet på grafisk återgivning.

Det ger strukturerad och transparent information om de olika varumärkestyperna och deras definitioner och återgivningssätt för respektive myndighet, för att underlätta anpassningen under lagstiftningsprocessens förberedande fas. Detta kommer att bidra till att det nya varumärkesdirektivet kan införlivas på ett så harmoniserat sätt som möjligt, i syfte att förbättra rättssäkerheten, förutsägbarheten och tillgängligheten för användarna.

3. Dokumentets struktur

I detta dokument behandlas följande två materiella frågor:

- (i) Hur de olika typerna av varumärken definieras och hur de ska återges.
- (ii) Vilka elektroniska filformat som godtas för icke-traditionella varumärken.

I dokumentet anges därför tillvägagångssättet och graden av genomförande för respektive del för sig. I avsnitt 4.1 anges hur de olika typerna av varumärken för närvarande definieras och hur de för närvarande ska återges, medan avsnitt 4.2 innehåller information om vilka elektroniska filformat som godtas för icke-traditionella varumärken. I avsnitt 5 ges en översikt över hur långt man har kommit med genomförandet i medlemsstaterna när det gäller vilka olika typer av varumärken som erkänns, vilka definitioner som tillämpas och vilka filformat som godtas.

4. Tillvägagångssätt

4.1. Definitioner och återgivning av de olika typerna av varumärken

I tabellen nedan sammanfattas hur respektive varumärkestyp definieras och hur det ska återges – där utgångspunkten är de definitioner och återgivningssätt som anges i artikel 3 i genomförandeförordningen. De fyra sista typerna av varumärken som anges i tabellen är de icke-traditionella varumärkena (ljud, rörelsemärke, multimedia och hologram).

Tabell 1: Definitioner och återgivningssätt för varumärken enligt artikel 3 i genomförandeförordningen

Typ av varumärke	Definition	Återgivningssätt
Ordmärke	Ett varumärke som uteslutande består av ord eller bokstäver, siffror, andra vanliga typografiska tecken eller en kombination av dessa.	Varumärket ska återges med en avbildning av varumärket med standardtext och standardlayout, utan någon grafisk utformning eller någon färg.
Figurmärke	Ett varumärke med speciell stiliserad text eller layout, eller speciell grafisk utformning eller färg, däribland varumärken som består endast av figurelement eller av en kombination av orddelar och figurdelar.	Varumärket ska återges genom en avbildning av varumärket som visar alla dess delar och, i tillämpliga fall, dess färger.

3-d-märke	Ett varumärke som består av eller omfattar en tredimensionell form, däribland behållare, förpackningar, produkten i sig eller deras utseende.	Varumärket ska återges genom antingen en grafisk avbildning av formen, inklusive datorgenererade bilder eller en fotografisk återgivning. En grafisk eller fotografisk avbildning får innehålla olika vyer.
Positionsmärke	Ett varumärke som består av det speciella sätt på vilket varumärket är placerat eller fäst på produkten.	Varumärket ska återges genom en avbildning som på lämpligt sätt anger märkets position och dess storlek eller proportioner i förhållande till de berörda varorna. De delar som inte är föremål för registrering ska avskiljas visuellt, företrädesvis med brutna eller streckade linjer. Återgivningen får åtföljas av en beskrivning av hur märket är fäst på varorna.
Ornamentmärke	Ett varumärke som uteslutande består av ett antal element som upprepas regelbundet.	Varumärket ska återges genom en avbildning som visar hur mönstret upprepas. Återgivningen får åtföljas av en beskrivning med närmare uppgifter om hur elementen upprepas regelbundet.
Färgmärke	Ett varumärke som består av i) endast en färg utan konturer eller ii) en kombination av färger utan konturer.	Märket ska återges genom i) en avbildning av färgen och uppgifter om färgen med en hänvisning till allmänt erkända färgkoder eller ii) en avbildning som visar den systematiska sammansättningen av färgkombinationen på ett enhetligt och på förhand bestämt sätt och uppgifter om dessa färger med en hänvisning till allmänt erkända färgkoder. En beskrivning som anger den systematiska sammansättningen av färgerna får även läggas till.
Ljudmärke	Ett varumärke som uteslutande består av ljud eller en kombination av ljud.	Varumärket ska återges genom en ljudfil som återger ljudet eller genom en exakt beskrivning av ljudet i notskrift.
Rörelsemärke	Ett varumärke som består av eller omfattar en rörelse eller en ändring av delarnas position i varumärket.	Varumärket ska återges genom en videofil eller en serie stillbilder som visar rörelsen eller ändringen i positionerna. Om stillbilder används, kan de vara nummerade eller åtföljas av en beskrivning som förklarar sekvensen.
Multimediemärke	Ett varumärke som består av eller omfattar en kombination av bilder och ljud.	Varumärket ska återges genom en audiovisuell fil som innehåller kombinationen av bilden och ljudet.
Hologrammärke	Ett varumärke som består av delar med holografiska egenskaper.	Märket ska återges genom att man lämnar in en videofil eller en grafisk eller fotografisk avbildning som innehåller de vyer som är nödvändiga för att man i tillräcklig utsträckning ska kunna identifiera den holografiska effekten i sin helhet.
Annat	Ett varumärke som inte hör till någon av de typer som anges ovan.	Varumärket ska återges i valfri lämplig form med användning av allmänt tillgänglig teknik, så länge det kan återges i registret på ett tydligt, exakt, komplett, lättillgängligt, begripligt, varaktigt och objektiva sätt så att de behöriga myndigheterna och allmänheten tydligt och klart kan avgöra vad som är föremål för det skydd som beviljats

		innehavaren. Återgivningen får åtföljas av en beskrivning.
--	--	--

4.2. Elektroniska filformat som godtas för icke-traditionella varumärken

Medlemsstaternas centrala immaterialrättsmyndigheter planerar att godta de elektroniska filformat som anges i tabell 2 nedan för inlämning. I tabellen anges vilka filformat man planerar att godta för respektive typ av icke-traditionellt varumärke.

Detta tillvägagångssätt, som kan kallas för monofomat-metoden, bygger på principerna om lägre inbyggda kostnader och underhållskostnader och bättre driftskompatibilitet mellan system vid sökning, exempelvis i TMView.

Tabell 2: Elektroniska filformat som man planerar att godta för icke-traditionella varumärken – monofomat-metoden

Typ av varumärke	Elektroniskt filformat
Ljudmärke	JPEG
	MP3
Rörelsemärke	JPEG
	MP4
Multimediamärke	MP4
Hologrammärke	JPEG
	MP4

Att monofomat-metoden godtas utesluter inte att andra filformat godtas för registrering av dessa typer av märken. Sådana ytterligare elektroniska format anges i tabell 6 i detta dokument.

5. Graden av genomförande

I tabellerna 3 till 6 nedan ges en översikt över myndigheternas nuvarande planer vad gäller erkännande av olika typer av varumärken, definitionerna av dessa och de elektroniska filformat som godtas.

Tabell 3: Typer av varumärken som kommer att godtas

I denna tabell anges de typer av varumärken som kommer att erkännas av medlemsstaternas centrala immaterialrättsmyndigheter. Kolumnen ”Ytterligare typer” avser ytterligare specifika typer av märken som uttryckligen erkänns av medlemsstaternas centrala immaterialrättsmyndigheter. Kolumnen ”Annat” avser varumärken som inte hör till någon av de andra typer som anges i tabellen, i enlighet med artikel 3.4 i genomförandeförordningen, förutsatt att de uppfyller de obligatoriska kraven.

Erkännande av de olika varumärkestyperna													
Myndighet	Datum för genomförande	Medlemsstatens centrala immaterialrättsmyndighet kommer att <u>erkänna</u> följande typer av varumärken:											
		Ord	Figur	3-d	Position	Ornament	Färg	Ljud	Rörelse	Multimedie	Hologram	Ytterligare typer	Annat
AT		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
BG		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	X ⁽¹⁾	*
BX		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
CY		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
CZ		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
DE		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	X ⁽³⁾	*
DK		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
EE		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
ES		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
EUIPO		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
FI		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	X ⁽¹⁾	*
FR		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
GR		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
HR		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
HU		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	X ⁽²⁾	*
IE		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
IT		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
LV		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
LT		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
MT		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	☑	*
PL		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	X ⁽¹⁾	*
PT		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	X ⁽¹⁾	*
RO		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
SE		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
SI		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
SK		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
UK		*	*	*	☑	☑	*	*	☑	☑	☑	N/A	*

*	Medlemsstatens centrala immaterialrättsmyndighet kommer att erkänna denna typ av varumärke.
☑	Denna typ av varumärke anges inte uttryckligen i den lagstiftning som har antagits av medlemsstatens centrala immaterialrättsmyndighet, men den kommer att kunna lämnas in som "annat".
N/A	Uppgift saknas.

⁽¹⁾= Någon annan typ av varumärke som dyker upp i framtiden till följd av den tekniska utvecklingen, förutsatt att varumärket uppfyller de obligatoriska kraven.

⁽²⁾= Sloganer och ljussignaler som har särskiljningsförmåga.

⁽³⁾= Spårmärken märks också

Tabell 4: Definitioner av de olika typerna av varumärken

Tillämpning av de definitioner som anges i artikel 3 i utkastet till genomförandeförordning											
Myndighet	Datum för genomförande	Medlemsstatens centrala immaterialrättsmyndighet kommer att <u>tillämpa de definitioner</u> som anges i artikel 3 i utkastet till genomförandeförordning för följande typer av varumärken (Tabell 1)::									
		Ord	Figur	3-d	Position	Ornament	Färg	Ljud	Rörelse	Multimedie	Hologram
AT		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
BG		*		*	*	*	*	*	*	*	*
BX		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
CY		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
CZ		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
DE		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
DK		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
EE		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ES		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
EUIPO		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
FI		*	*	*	*	*	*		*	*	*
FR		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
GR		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
HR		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
HU		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
IE		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
IT		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
LV		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
LT		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
MT		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
PL		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
PT		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
RO		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
SE		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
SI		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
SK		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
UK(*)		N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

*	Medlemsstatens centrala immaterialrättsmyndighet kommer att erkänna denna typ av varumärke.
N/A	Uppgift saknas.

(*) = I Förenade kungariket betraktas varumärkestyper som ett stöd för administrationen och definitioner av olika typer är därför inte ett mål i sig.

Tabell 5: Elektroniska filformat som godtas för icke-traditionella varumärken

Tillämpning av monoformat-metoden för icke-traditionella varumärken					
Myndighet	Datum för genomförande	Medlemsstatens centrala immaterialrättsmyndighet kommer att <u>godta de elektroniska filformat som omfattas av monoformat-metoden</u> enligt tabell 2 för följande varumärkestyper:			
		Ljud	Rörelse	Multimedie	Hologram
AT(*)		*	*	*	*
BG		*	*	*	*
BX		*	*	*	*
CY		*	*	*	*
CZ		*	*	*	*
DE		*	*	*	*
DK		*	*	*	*
EE		*	*	*	*
ES		*	*	*	*
EUIPO		*	*	*	*
FI		*	*	*	*
FR		*	*	*	*
GR		*	*	*	*
HR		*	*	*	*
HU(*)		*	*	*	*
IE		*	*	*	*
IT		*	*	*	*
LV(*)		*	*	*	*
LT		*	*	*	*
MT		*	*	*	*
PL		*	*	*	*
PT		*	*	*	*
RO		*	*	*	*
SE		*	*	*	*
SI		*	*	*	*
SK		*	*	*	*
UK		*	*	*	*

(*) = Kommer att godta de föreslagna formaten men kommer även att godta ytterligare format. Dessa ytterligare format anges i tabell 6 nedan.

Tabell 6: Ytterligare elektroniska filformat som godtas

Ytterligare elektroniska filformat som godtas för respektive icke-traditionellt varumärke		
Typ av varumärke	Format	Godtas av (myndighet)
Ljudmärke	PNG	HU, LV, ES
	TIF, TIFF	HU, LV, ES
	WAV	AT, HU, LV, RO
	WMA	LV
	M4A	LV
	BMP	LV, ES
	GIF	ES, RO
	OGG	PT

	MPEG	RO
Rörelsemärke	M4A	HU
	MPG, MPEG	HU, LV
	PNG	HU, LV, ES
	TIF, TIFF	HU, LV, ES
	WMV	LV
	MKV	LV
	MOV	LV
	M4V	LV
	AVI	LV
	BMP	LV, ES
	OGG	PT
	GIF	ES, RO
	Multimediemärke	M4A
MPG, MPEG		HU, LV
MOV		LV
JPG		LV
AVI		LV
WMV		LV
MKV		LV
OGG		PT
M4V		LV
Hologrammärke	M4A	HU
	MPG, MPEG	HU
	PNG	HU, LV, ES
	TIF, TIFF	HU, LV, ES
	BMP	LV, ES
	OGG	PT
	GIF	ES, RO

Att de elektroniska filformat som anges i tabellerna 5 och 6 godtas av medlemsstaternas centrala immaterialrättsmyndigheter hindrar inte myndigheterna från att godta andra format i framtiden, exempelvis till följd av den tekniska utvecklingen.

En komplett översikt över de elektroniska filformat som respektive myndighet godtar för de olika varumärkena ges [här](#).