

كتيب الاستخدام

التميز - علامات تصويرية تحتوي على كلمات وصفية -
غير مميزة

المعهد الوطني للمواصفات و الملكية الصناعية - تونس

ملاحظة إلى مكتب الملكية الصناعية:

تم إعداد هذا الكتيب وفقاً للتواصل المشترك بين المعهد الوطني للمواصفات و الملكية الصناعية و المكتب الأوروبي للملكية الفكرية الناتج عن الاستخدام المشترك للعلامة التجارية التي طورها شبكة الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية والتي تهدف لتقديم المشورة فيما يخص إجراءات اختبار كيفية فحص العلامات التصويرية التي تحتوي على كلمات وصفية / غير مميزة والتي تجتاز الحد الأدنى للرفض لاحتواء العنصر التصويري على علامة مميزة.

و إن ملائمة و اعتماد كتيب الاستخدام على المستوى الوطني لمن شأنه تمكين استخدامه بشكل عام بغرض تعزيز الشفافية والسلامة القانونية والقدرة على التنبؤ وذلك لمصلحة الفاحصين والمستخدمين على حدٍ سواء.

1. الخلفية:

يتعلق هذا الاستخدام بإمكانية اجتياز علامة تصويرية، تحتوي على كلمات وصفية / غير مميزة، للحد الأدنى للاختبار لاحتواء العنصر التصويري على علامة مميزة بشكل كاف.

يتم العمل بهذا الاستخدام بشكل عام من خلال كتيب الاستخدام بغرض تعزيز الشفافية، و السلامة القانونية ، واستشراف استفادة الممتحنين والمستخدمين على حد سواء.

تُعد المشكلات التالية خارجة عن نطاق المشروع:

- المشكلات اللغوية: لأغراض هذا المشروع، اعتبر أن العناصر اللفظية وصفية / غير مميزة بالكامل في لغتك.
- تفسير البيانات: لا يؤثر هذا الاستخدام على قبول أو تفسير البيانات بواسطة مكاتب الملكية الفكرية.
- استخدام العلامة التجارية (بما في ذلك العلامات المميزة وكيفية استخدام العلامة في التجارة).

2. الاستخدام:

يلخص النص التالي الرسائل المهمة والبيانات الأساسية لمبادئ كتيب الاستخدام.

لتحديد توفر التميز لوجود الميزات التصويرية في العلامة، لابد من أخذ المعايير التالية بعين الاعتبار:

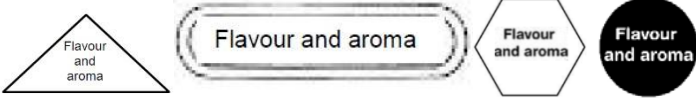
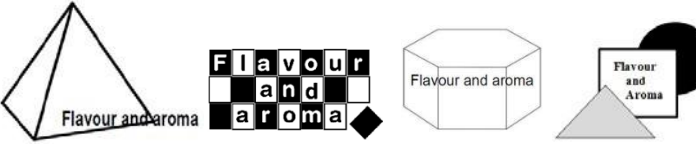


ملاحظة الإشارات التي تحتوي على عبارة "النكهة والرائحة" تهدف إلى حماية القهوة في المستوى 30، بينما الإشارات التي تحتوي على عبارة "سردين طازج" و"سردين" تهدف إلى حماية السردين في المستوى 29، بينما الإشارة التي تحتوي على عبارة "افعلها بنفسك" تهدف إلى حماية مجموعات من القطع معدة للتجميع في الأثاث في المستوى 20، بينما الإشارات التي تحتوي على عبارة "خدمات مكافحة الحشرات" تهدف إلى حماية خدمات مكافحة الحشرات في المستوى 37، بينما الإشارات التي تحتوي على عبارة "خدمات المشورة القانونية" تهدف إلى حماية الخدمات القانونية في المستوى 45.

فيما يخص العناصر اللفظية في العلامة

| المعايير | التصميم والخط |
|-----------|---|
| الاستخدام | <ul style="list-style-type: none"> • بشكل عام، لا يمكن تسجيل العناصر اللفظية الوصفية / غير المميزة التي تظهر في التصميم الأساسي/المعياري، أو تصميمات الحروف أو أسلوب الكتابة اليدوية، سواء كانت بمؤثرات خطية (خط سميك أو مائل) أو لا. • أمثلة غير مميزة: <p>FrEsh SaRdine Froch, Sardine Fresh Sardine Flavour and aroma Flavour and aroma</p> <ul style="list-style-type: none"> • عندما تكون التصميمات المعيارية مشتملة على عناصر ذات تصميم جرافيكي كجزء من الكتابة الحرفية، فإنها تلك العناصر تحتاج إلى تأثير كاف على العلامة ككل لتصبح مميزة. عندما تكون تلك العناصر كافية لتشثيت انتباه المستهلك عن المعنى الوصفي للعنصر اللفظي أو تفرض احتمالية تكوين انطباع دائم عن العلامة، فإن العلامة تصبح قابلة للتسجيل. • أمثلة مميزة: <p>DIY FLAVOUR AND AROMA flavour and aroma</p> |

| المعايير | الاندماج مع الألوان: |
|-----------|--|
| الاستخدام | <ul style="list-style-type: none"> • لن تكون "الإضافة" البحتة للون واحد إلى عنصر لفظي وصفي/ غير مميز، سواء للحروف نفسها أو كخلفية، كافية لإعطاء العلامة طابعاً مميزاً. • يشجع استخدام الألوان في التجارة ولن يُعد كشارة منشأ. ورغم ذلك، لا يمكن استبعاد أن ترتيب معين للألوان، وهو أمر غير معتاد ويمكن للمستهلك ذي الصلة تذكره بسهولة، قد يجعل العلامة مميزة. <p><u>أمثلة غير مميزة:</u></p>  |
| المعايير | الاندماج مع علامات الترقيم ورموز أخرى: |
| الاستخدام | <ul style="list-style-type: none"> • في العموم، لا تساهم إضافة علامات الترقيم أو رموز أخرى شائع استخدامها في التجارة في إضافة طابع مميز للعلامة التي تحتوي على عناصر لفظية وصفية / غير مميزة. <p><u>أمثلة غير مميزة:</u></p>  |
| المعايير | مكان العناصر اللفظية (على الجانبين، أو مقلوبة رأساً على عقب، الخ): |
| الاستخدام | <ul style="list-style-type: none"> • في العموم، لا تعد حقيقة أن العناصر اللفظية مرتبة رأسياً، أو مقلوبة رأساً على عقب، أو في خط واحد أو أكثر، كافية لتعطي الإشارة درجة التميز الأدنى اللازمة للتسجيل. <p><u>أمثلة غير مميزة:</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> • ورغم ذلك، بإمكان تموضع العناصر اللفظية إضافة طابع مميز للعلامة إذا كان الترتيب ذا طابع يجعل المستهلك المتوسط يركز عليها بدلاً من فهم الرسالة الوصفية على الفور. <p><u>أمثلة مميزة:</u></p>  |

فيما يخص العناصر التصويرية في العلامة

| المعايير | استخدام الأشكال الهندسية البسيطة: |
|------------------|--|
| <p>الاستخدام</p> | <ul style="list-style-type: none"> لا يمكن قبول العناصر اللفظية الوصفية أو غير المميزة المندمجة مع الأشكال الهندسية البسيطة مثل النقاط، والخطوط، والمقاطع الخطية، والدوائر، والمثلثات، والمربعات، والمستطيلات، والمتوازيات، والأشكال رباعية وخماسية الأضلاع، والمعينات المنحرفة، والقواطع الناقصة، وخصوصًا عند استخدام الأشكال المذكورة أعلاه كإطار أو حد. <p><u>أمثلة غير مميزة:</u></p>  <ul style="list-style-type: none"> ومن جانب آخر، فإن الأشكال الهندسية بإمكانها إضافة طابع مميز لإشارة عندما يكون عرضها وشكلها أو اندماجها مع عناصر أخرى انطباعًا عامًا يكون مميزًا بصورة كافية. <p><u>أمثلة مميزة:</u></p>  |
| <p>المعايير</p> | <p>مكان وتناسب (حجم) العنصر الرمزي فيما يخص العنصر اللفظي:</p> <ul style="list-style-type: none"> في العموم، عندما يُضاف عنصر تصويري مميز بحد ذاته إلى عنصر لفظي وصفي و/أو غير مميز، تصبح العلامة قابلة للتسجيل، شريطة أن يكون العنصر التصويري مفهومًا بوضوح في العلامة نظرًا لحجمه ومكانه. <p><u>أمثلة غير مميزة:</u></p>  <p><u>أمثلة مميزة:</u></p>  |
| <p>المعايير</p> | <p>سواء كان العنصر التصويري عرض لبضائع و/أو خدمات أو مرتبط بها بصورة مباشرة.</p> <p>➤ يُعد العنصر التصويري وصفيًا و/أو مجردًا من الطابع المميز إذا:</p> |

- كان تصويرًا واقعيًا للبضائع والخدمات.
- يحتوي على تصوير رمزي/منمق للبضائع والخدمات بصورة لا تشذ كثيرًا عن العرض المفهوم للبضائع والخدمات المقصودة.

أمثلة غير مميزة:

 Fresh Sardine

 Sardines

 From the sea to your plate

أمثلة مميزة:

 Fresh Sardine

 Fresh Sardine

➤ العنصر التصويري الذي لا يعرض البضائع والخدمات ويرتبط بصورة مباشرة بسماتها لا يجعل العلامة مميزة.

أمثلة غير مميزة:

 PEST CONTROL SERVICES

أمثلة مميزة:

 PEST CONTROL SERVICES

سواء كان العنصر التصويري شائع استخدامه في التجارة المتعلقة بالبضائع و/أو الخدمات المقصودة.

المعايير

- في العموم، لا تضيف العناصر التصويرية الشائع استخدامها أو المعتادة في التجارة فيما يخص البضائع و/أو الخدمات المقصودة طابعاً مميزاً للعلامة ككل.

الاستخدام

أمثلة غير مميزة:

 FRESH SARDINE

 QUALITY Flavour and aroma

 LEGAL ADVICE SERVICES

| كيف يؤثر اندماج المعايير على التميز؟ | |
|--|-----------|
| <p>• في العموم، لا يضيف اندماج عناصر رمزية وعناصر لفظية، والتي تُعد خالية من أي طابع مميز في حد ذاتها، أي طابع مميز للعلامة.</p> <p>• وبغض النظر، فإن اندماج مثل تلك العناصر ككل قد يُفهم كشارة أصيلة بسبب عرض وتكوين الإشارة. وهكذا سيكون الحال عندما يؤدي الاندماج إلى انطباع عام بعيد بصورة كافية عن الرسالة الوصفية / غير المميزة التي يوحي بها العنصر اللفظي.</p> <p>أمثلة: يجب أن تكون الإشارة ذات حد أدنى من التميز لتصبح قابلة للتسجيل. الغرض من هذا المقياس هو توضيح الحد الأدنى. الأمثلة المبينة أدناه من اليسار إلى اليمين تحتوي على عناصر ذات تأثير متزايد على تميز العلامات، مما يؤدي إلى كون العناصر إما غير مميزة في مجملها (العمود الأحمر) أو مميزة في عمومها (العمود الأخضر).</p> <p>يقتصر نطاق الحماية على التكوين العام للعلامة.</p> | الاستخدام |

| غير مميزة | مميزة |
|--|--|
| <p>1. Flavour and aroma</p> <p>Flavour and Aroma</p> <p>Flavour and AroMa</p> | <p>FAO.A</p> <p>Flavour and Aroma</p> |
| <p>2. Flavour and aroma</p> <p>Flavour and aroma</p> <p>Flavour and aroma</p> | <p>Flavour and Aroma</p> <p>Flavour and Aroma</p> <p>Flavour and Aroma</p> |
| <p>3. Fresh sardine</p> <p>Fresh sardine</p> <p>Fresh Sardine</p> <p>FRESH SARDINE</p> | <p>resh Sardine</p> <p>Fresh sardine</p> <p>FRESH SARDINE</p> |



الاستخدام:

التميز - علامات تصويرية تحتوي على كلمات وصفية - غير مميزة

| | |
|---------|---|
| 10..... | 1. مقدمة |
| 10..... | 2. نطاق المشروع |
| 11..... | 3. الاستخدام: |
| 11..... | 3.1 الكلمات الوصفية/ غير المميزة |
| 12..... | 3.2 ما هو الحد الأدنى للتمييز لاجتياز التقييم؟ |
| 12..... | A. فيما يخص العناصر اللفظية في العلامة: |
| 12..... | A.1 التصميم والخط |
| 15..... | A.2 الاندماج مع الألوان: |
| 16..... | A.3 الاندماج مع علامات الترقيم ورموز أخرى: |
| 16..... | A.4 مكان العناصر اللفظية (على الجانبين، أو مقلوبة رأسًا على عقب، الخ): |
| 18..... | B. فيما يخص العناصر التصويرية في العلامة: |
| 18..... | B.1 استخدام الأشكال الهندسية البسيطة: |
| 20..... | B.2 مكان وتناسب (حجم) العنصر التصويري فيما يخص العنصر اللفظي: |
| 21..... | B.3 سواء كان العنصر التصويري عرض لبضائع و/أو خدمات أو مرتبط بها بصورة مباشرة.. |
| 25..... | B.4 العنصر التصويري شائع استخدامه في التجارة المتعلقة بالبضائع و/أو الخدمات المقصودة. |
| 27..... | C. كيف يؤثر اندماج المعايير المذكورة أعلاه على التمييز؟ |

1. مقدمة

يُعد هذا المستند مرجعًا بالنسبة لمكاتب الملكية الفكرية، وجميعيات المستخدمين، والمتقدمين والممثلين في الممارسة، ويحدد اجتياز العلامة التصويرية التي تحتوي على كلمات وصفية/ غير مميزة للحد الأدنى بسبب مساهمة العنصر التصويري في إضافة طابع مميز بشكل عام على العلامة. سيكون هذا المستند متاحًا بشكل كبير وسهل الحصول عليه، على أن يكون واضحًا وشاملاً في شرحه للمبادئ التي تقوم عليها أفضل الممارسات. ستطبع هذه المبادئ بصورة عامة، وتستهدف تغطية الأغلبية للحالات. يجب تقييم التميز على أساس كل حالة فردية، مع وجود مبادئ متفق عليها تعمل كقواعد إرشادية لضمان اتفاق المكاتب المختلفة على منتج موحد وواضح.

2. نطاق المشروع

وفقا للفصل 21 من القانون عدد 36 - 2001 المؤرخ في 17 افريل 2001 و المتعلق بحماية علامات الصنع و التجارة و الخدمات فان تسجيل العلامة يمنح لصاحبها حق الملكية على هذه العلامة بالنسبة للمنتجات و الخدمات التي حددها عند تقديم مطلب التسجيل .

و بالتالي فانه يجوز منع تسجيل العلامة الغير قادرة على تمييز البضائع و/أو الخدمات المرغوب في تسجيلها لأنها تتعارض مع المصلحة العامة.

يحدد الفصل 3 من القانون المذكور الصفة المميزة للشارة، والتي من شأنها أن تكون علامة بالنظر إلى المنتجات أو الخدمات التي تدل عليها تلك الشارة.

ولا تشكل الشارات أو التسميات التالية صفة مميزة :

أ) الشارات أو التسميات المستعملة في اللغة المتداولة أو المهنية بصفة ضرورية خصيصا للدلالة نوعيا أو بصفة عادية على المنتج أو الخدمة.

ب) الشارات أو التسميات التي يمكن استعمالها للدلالة على ميزة من ميزات المنتج أو الخدمة وخاصة النوع والجودة والكمية والغرض والقيمة والمصدر الجغرافي والفترة الزمنية التي تم فيها إنتاج السلع أو تقديم الخدمة.

ج) الشارات التي تتكون خصيصا من شكل تفرضه طبيعة أو وظيفة المنتج أو التي تمنح هذا المنتج قيمته الجوهرية. غير أنه يمكن للشارات والتسميات أن تكتسب الصفة المميزة بالاستعمال باستثناء الشارات المذكورة بالنقطة (ج) من الفقرة الثانية من هذا الفصل.

ينص نطاق المشروع على:

يتعلق هذا الاستخدام بإمكانية اجتياز علامة تصويرية ، تحتوي على كلمات وصفية / غير مميزة، للحد الأدنى للاختبار لاشتغال العنصر التصويري على علامة مميزة بدرجة كافية.

تُعد المشكلات التالية خارجة عن نطاق المشروع:

- المشكلات اللغوية: لأغراض هذا المشروع، اعتبر أن العناصر اللفظية وصفية / غير مميزة بالكامل في لغتك.
- تفسير البيانات:
- استخدام العلامة التجارية (بما في ذلك العلامات المميزة وكيفية استخدام العلامة في التجارة).

لتحديد تحقق التميز لوجود الميزات التصويرية في العلامة، لابد من أخذ المعايير التالية بعين الاعتبار:

➤ فيما يخص العناصر اللفظية في العلامة:

- التصميم والخط
- الاندماج مع الألوان:
- الاندماج مع علامات الترقيم ورموز أخرى:
- مكان العناصر اللفظية (على الجانبين، أو مقلوبة رأساً على عقب، الخ):

➤ فيما يخص العناصر التصويرية في العلامة:

- استخدام الأشكال الهندسية البسيطة:
- مكان وتناسب (حجم) العنصر التصويري فيما يخص العنصر اللفظي:
- سواء كان العنصر التصويري عرض لبضائع و/أو خدمات أو مرتبط بها بصورة مباشرة.
- سواء كان العنصر التصويري شائع استخدامه في التجارة المتعلقة بالبضائع و/أو الخدمات المقصودة.

➤ فيما يخص العناصر اللفظية و التصويرية في العلامة:

- كيف يؤثر اندماج المعايير على التميز؟

3. الاستخدام:

3.1 الكلمات الوصفية/غير المميزة.

لأغراض المشروع ، تعتبر العناصر اللفظية للعلامة وصفية / غير مميزة تماماً ، والهدف الرئيسي هو تحقيق مقارنة حول مسألة متى يجب إضافة عنصر تصويري لجعل العلامة ككل مميزة بما فيه الكفاية ، وبالتالي تمكينها من أداء وظيفتها الأساسية وقبولها للتسجيل بالاستناد على أسباب الرفض المطلقة.

يجب أن تكون العلامة التجارية قادرة على لعب دورها كعنصر أساسي، أي ضمان هوية المستهلك أو المنتج النهائي للمستخدم التجاري أو المنتج النهائي ، وذلك بتمكينه من تمييز هذا المنتج دون أي تضليل في اقتناء المنتج أو خدمة من أولئك الذين لديهم مصدر آخر ، وبالتالي عدم التأثير على اختيار المستهلك .

يتمثل المطلب الذي لا ينفصل عن قدرة العلامة على ممارسة وظيفتها الأساسية في ضمان إمكانية استخدام العلامات التجارية أو العلامات الوصفية لخصائص المنتجات أو الخدمات التي يُطلب التسجيل فيها مجاناً من قبل جميع المشغلين الاقتصاديين الذين يقدمون هذه المنتجات و / أو الخدمات ، وبالتالي منع العلامات أو المؤشرات المذكورة من أن تكون محفوظة لشركة واحدة بسبب تسجيلها كعلامة تجارية

يجب تقييم الطابع المميز ، أولاً، فيما يتعلق بالسلع أو الخدمات التي يُطلب التسجيل من أجلها ، وثانياً فيما يتعلق بتصور الجمهور المعني لها. في حين أن كل سبب من أسباب رفض التسجيل المذكور في الفصل 3 (أ) مستقل عن الآخر ويتطلب فحصاً منفصلاً، إلا أنه يوجد تداخل واضح في مجالات تطبيق الأسباب المحددة في النقاط (ب) و (ج).

وعليه ، فإن العلامة الوصفية تخلو بالضرورة من أي طابع مميزة ، على الرغم من أن العلامة قد تكون خالية من الطابع المميزة لأسباب غير الطابع الوصفي.

3.2 ما هو الحد الأدنى للتمييز لاجتياز التقييم؟

قد تحتوي العلامة الرمزية على كلمات وصفية/غير مميزة ولكن تجتاز الحد الأدنى للتقييم إذا كانت هناك عناصر أخرى في العلامة قد تمنح العلامة طابعاً مميزاً ككل.

برغم ذلك، فإن تميز العلامة التجارية التي تحتوي على عناصر لفظية وصفية/غير مميزة لا يمكن أن يعتمد على عناصر رمزية ليس لها طابع مميز بحد ذاتها أو حتى بحد أدنى، ما لم يكن الاندماج الناتج مميزاً ككل.

لأغراض تحديد الطابع المميز للعناصر الرمزية في الإشارة، يجب تحقيق المعايير التالية:

A. فيما يخص العناصر اللفظية في العلامة:

1.A. التصميم والخط

➤ بشكل عام، لا يمكن تسجيل العناصر اللفظية الوصفية / غير المميزة التي تظهر في التصميم الأساسي/المعياري، أو تصميمات الحروف أو أسلوب الكتابة اليدوية، سواء كانت بمؤثرات خطية (خط سميك أو مائل) أو لا.

➤ عندما تكون التصميمات المعيارية مشتملة على عناصر ذات تصميم جرافيكي كجزء من الكتابة الحرفية، فإنها تلك العناصر تحتاج إلى تأثير كاف على العلامة ككل لتصبح مميزة. عندما تكون تلك العناصر كافية لتشثيت انتباه المستهلك عن المعنى الوصفي للعنصر اللفظي أو تفرض احتمالية تكوين انطباع دائم عن العلامة، فإن العلامة تصبح قابلة للتسجيل.

| غير مميز | | |
|--|--|--|
| تفكير | إشارة | بضائع/خدمات |
| تصميمات أساسية، بمؤثرات خطوط (خط سميك أو مائل) أو بدون | <p>Flavour and aroma</p> <p>Flavour and aroma</p> <p><i>Flavour and aroma</i></p> <p>Flavour and aroma</p> <p>Flavour and aroma</p> <p>FLAVOUR AND AROMA</p> <p>Flavour and aroma</p> | الصف 30: قهوة |
| اختلافات طفيفة (كلمة بخط سميك) | <p>Flavour and aroma</p> <p><i>Flavour and aroma</i></p> | الصف 30: قهوة |
| تصميمات بخط اليد وأسلوب الكتابة اليدوية | <p><i>Flavour and aroma</i></p> <p><i>Flavour and aroma</i></p> <p><i>Flavour and aroma</i></p> <p><i>Flavour and Aroma</i></p> <p><i>Fresh Sardine</i></p> <p><i>Flavour and Aroma</i></p> | <p>الصف 30: قهوة</p> <p>الصف 30: قهوة</p> <p>الصف 29: سردين</p> <p>الصف 30: قهوة</p> |

| | | |
|---------------------------------|--|---|
| الصف 29: سردين | <i>Fresh Sardine</i> | |
| الصف 29: سردين | FreshSARDINE | خط صغير + حروف كبيرة |
| الصف 29: سردين | Freshsardine | تصميمات قياسية + حروف مائلة |
| الصف 29: سردين | FrEsh SaRdine | حروف داخلية كبيرة لا تؤثر على معنى العنصر اللفظي |
| الصف 30: قهوة الصف 29: سردين | Flavour and Aroma Fresh Sardine | تصميمات لها طابع غريب ولكن طبيعية بشكل كبير |

| مميز | | |
|--|--------------------------|--|
| تفكير | إشارة | بضائع/خدمات |
| حروف مكتوبة يدويًا مميزة إلى الحد الذي يجعلها غير مفهومة، بمعنى أن لا يكون لها أي معنى وصفي. | <i>flavour and aroma</i> | الصف 30: قهوة |
| تصميم بدرجة كافية من النمطية مع إمكانية فهم العلامات الفردية بأكثر من طريقة. تُعد عبارة "افعلها بنفسك" <i>DIY</i> عنصرًا لفظيًا مرتبط بالمنتجات المرغوب في حمايتها. | DIY | الصف 20: مجموعات من القطع للتجميع في الأثاث. |
| تصميم جرافيكي مع صعوبة فهم بعض الحروف. | FLAVOUR AND AROMA | الصف 30: قهوة |

2.A. الاندماج مع الألوان:

➤ يجب الأخذ بعين الاعتبار أنه، بينما تكون الألوان قادرة على نقل مجموعة محددة من الأفكار، وإثارة المشاعر، فإنها تمتلك قدرة بسيطة على توصيل معلومة محددة، وخصوصًا لأنها شائعة الاستخدام، بسبب قدرتها على جذب المستهلك، وذلك من أجل الدعاية والتسويق للبضائع أو الخدمات، بدون رسالة محددة

➤ أن "باستثناء بعض الحالات، فإن الألوان لا تمتلك طابعًا مميزًا". (الفقرة رقم 39).

➤ لن تكون "الإضافة" البحتة للون واحد إلى عنصر لفظي وصفي/ غير مميز، سواء للحروف نفسها أو كخلفية، كافية لإعطاء العلامة طابعًا مميزًا.

➤ يشجع استخدام الألوان في التجارة ولن يُعد كشارة أصيلة. وبرغم ذلك، لا يمكن استبعاد أن ترتيب معين للألوان، وهو أمر غير معتاد ويمكن للمستهلك ذي الصلة تذكره بسهولة، قد يجعل العلامة مميزة.

أمثلة:

| غير مميز | | |
|--|---|---------------|
| تفكير | إشارة | بضائع/خدمات |
| إضافة لون واحد إلى تصميم أساسي/ عادي (حروف ملونة). |  | الصف 30: قهوة |
| إضافة لون واحد إلى تصميم أساسي/ عادي (خلفية ملونة أو إطار ملون). |  | الصف 30: قهوة |
| |  | الصف 30: قهوة |
| إضافة لون واحد إلى تصميم أساسي/ عادي (إطار عام ملون). |  | الصف 30: قهوة |

| | | |
|---------------|---|--|
| الصف 30: قهوة |  | إضافة لون واحد إلى تصميم أساسي / عادي (تدرج لوني). |
| الصف 30: قهوة |  | في هذا المثال، فإن استخدام الكثير من الألوان المختلفة في الحروف قد يجذب انتباه المستهلك، ولكن لن يساعده في تمييز البضائع و / أو الخدمات عن الأخرى، تمامًا كما لا يُفهم ترتيب محدد للألوان من قبل المستهلك ولا يتذكره الأخير. |

3.A. الاندماج مع علامات الترقيم ورموز أخرى:

➤ في العموم، لا تساهم إضافة علامات الترقيم أو رموز أخرى يشيع استخدامها في التجارة في إضافة طابع مميز للعلامة التي تحتوي على عناصر لفظية وصفية / غير مميزة.

أمثلة:

| غير مميز | | |
|--|----------------------------|---------------|
| تفكير | إشارة | بضائع / خدمات |
| إضافة أقواس لا تضيف طابع مميز إلى الإشارة. | “Flavour and aroma” | الصف 30: قهوة |

4.A. مكان العناصر اللفظية (على الجانبين، أو مقلوبة رأسًا على عقب، الخ):

➤ بإمكان طريقة وضع العناصر اللفظية أن تضيف طابعًا مميزًا للإشارة عندما تكون قادرة على التأثير على فهم المستهلك لمعنى عناصر الكلمة المذكورة. بعبارة أخرى، يجب أن يكون الترتيب ذا طبيعة تجعل المستهلك العادي يركز على البضائع و / أو الخدمات بدلًا من فهم الرسالة الوصفية على الفور. في العموم، لا تعد حقيقة أن العناصر اللفظية مرتبة رأسًا، أو مقلوبة رأسًا على عقب، أو في خط واحد أو أكثر، كافية لتعطي الإشارة درجة التميز الأدنى اللازمة للتسجيل.

| غير مميز | | |
|---|-------------------|---------------|
| تفكير | إشارة | بضائع/خدمات |
| نص في سطرين أو أكثر يُقرأ من اليسار إلى اليمين. | Flavour and Aroma | الصف 30: قهوة |
| النص كله مقلوب رأسًا على عقب. | Flavour and Aroma | الصف 30: قهوة |
| النص كله رأسي. | Flavour and Aroma | الصف 30: قهوة |

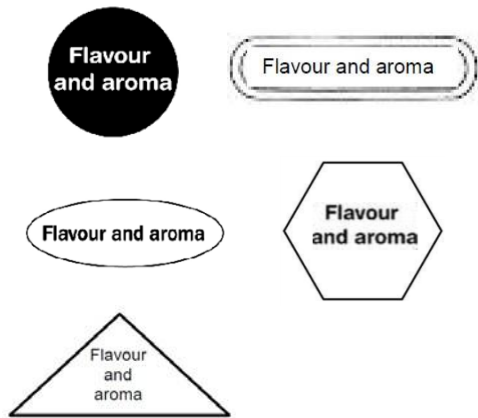
| مميز | | |
|---|-------------------|---------------|
| تفكير | إشارة | بضائع/خدمات |
| النص معروض بطريقة أصلية. الشكل الخاص قادر على التأثير على فهم المستهلك للعناصر اللفظية. | Flavour and Aroma | الصف 30: قهوة |

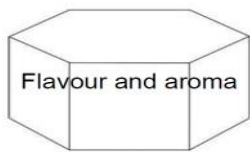
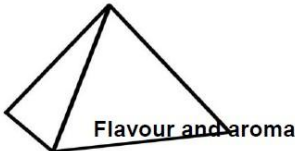
B. فيما يخص العناصر التصويرية في العلامة:

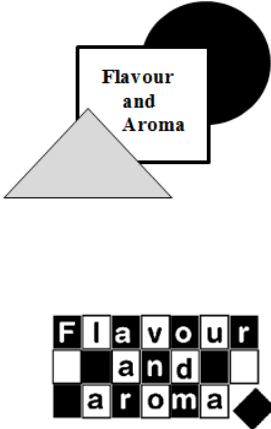
1.B. استخدام الأشكال الهندسية البسيطة:

- لا يمكن قبول العناصر اللفظية الوصفية أو غير المميزة المندمجة مع الأشكال الهندسية البسيطة مثل النقاط، والخطوط، والمقاطع الخطية، والدوائر، والمثلثات، والمربعات، والمستطيلات، والمتوازيات، والأشكال رباعية وخماسية الأضلاع، والمعينات المنحرفة، والقواطع الناقصة، وخصوصًا عند استخدام الأشكال المذكورة أهلاه كإطار أو حدود.
- هذا لأن الشكل الهندسي الذي يعمل أساسًا من أدل تحديد أو تمييز أو إحاطة العنصر اللفظي لن يكون ذا تأثير كاف على العلامة ككل لجعلها مميزة.
- ومن جانب آخر، فإن الأشكال الهندسية بإمكانها إضافة طابع مميز لإشارة عندما يكون عرضها وشكلها أو اندماجها مع عناصر أخرى انطباعًا عامًا يكون مميزًا بصورة كافية.

أمثلة:

| غير مميز | | |
|---|---|---------------|
| تفكير | إشارة | بضائع/خدمات |
| أمثلة على الأشكال الهندسية البسيطة المستخدمة كإطار أو حدود والتي لا تعد مقبولة. |  | الصف 30: قهوة |

| مميز | | |
|--|--|----------------------|
| تفكير | إشارة | بضائع/خدمات |
| <p>أمثلة التكوين الخاص للعناصر اللفظية غير المميزة ذات الطابع الهندسي البسيط والتي تجعل العلامة مقبولة في المجمل بسبب الترتيب الخاص لكيفية تداخل الكلمات مع الأشكال الهندسية البسيطة بالإضافة إلى الحجم الكبير نسبيًا للأشكال مقارنةً بالكلمات لكي يصبح الشكل غير قادر على تمييز أو تحديد أو الإحاطة بالكلمات، ولكن يخلق انطباعًا عامًا بأن الشكل مميز بصورة كافية. كما يفترض أن العناصر التصويرية لا تعبر عن التعبئة.</p> |   | <p>الصف 30: قهوة</p> |


| | | |
|---------------|---|--|
| الصف 30: قهوة |  | أمثلة على الاندماجات الخاصة للأشكال الهندسية مع الكلمات الوصفية والتي تجعل العلامات مميزة ككل. |
|---------------|---|--|

2.B. مكان وتناسب (حجم) العنصر التصويري فيما يخص العنصر اللفظي:

➤ في العموم، عندما يُضاف عنصر تصويري مميز بحد ذاته إلى عنصر لفظي وصفي و/أو غير مميز، تصبح العلامة قابلة للتسجيل، شريطة أن يكون العنصر التصويري مفهومًا بوضوح في الإشارة نظرًا لحجمه ومكانه.

أمثلة:

| غير مميز | | |
|--|----------------------|----------------|
| تفكير | إشارة | بضائع/خدمات |
| العنصر الأحمر الذي يظهر على حرف (i) يفهمه المستهلك بالكاد. | <i>Fresh Sardine</i> | الصف 29: سردين |
| العنصر الرمزي صغير جدًا لدرجة أنه لا يمكن فهمه. | Flavour and aroma | الصف 30: قهوة |

| مميز | | |
|--|--|---------------|
| تفكير | إشارة | بضائع/خدمات |
| العنصر التصويري مميز بحد ذاته وكبير بدرجة كافية ليكون مميزاً في العلامة ككل. |  Flavour and aroma | الصف 30: قهوة |

3.B. سواء كان العنصر التصويري عرض لبضائع و/أو خدمات أو مرتبط بها بصورة مباشرة..

كقاعدة عامة، يبقى اندماج العناصر، التي تصف صفات البضائع والخدمات المرغوب في تسجيلها، بدون تقديم أي تغييرات غير معتادة، وصفي ولا يساهم إلا في تعبير العلامة التي تحتوي على إشارات ودلائل تعمل على وصف صفات البضائع والخدمات المذكورة .

برغم ذلك، قد لا يكون هذا الاندماج وصفيًا، شريطة أن يخلق انطباعًا بعيدًا كفاية عن الانطباع الذي يخلقه الاندماج البسيط لهذه العناصر والذي تكون نتيجته أكبر من مجموع أجزائه .

➤ يحتوي العنصر التصويري في بعض الحالات على إشارة للبضائع والخدمات المقصودة. من حيث المبدأ، يُعد العنصر التصويري وصفيًا و/أو خال من الطابع المميز إذا:

- كان تصويرًا واقعيًا للبضائع والخدمات
- يحتوي على تصوير نمطي للبضائع والخدمات بصورة لا تشذ كثيرًا عن العرض المفهوم للبضائع والخدمات ;

في حالات أخرى قد لا يكون العنصر التصويري معبرًا عن البضائع والخدمات، ولكن يبقى على صلة مباشرة مع صفات البضائع و/أو الخدمات. في هذه الحالة تُعد الإشارة غير مميزة، ما لم تكن نمطية بشكلٍ كافٍ.

أمثلة:

في الأمثلة التالية، فإن العلامات الناتجة عن اندماج عنصر تصويري غير مميز/وصفي وعنصر لفظي غير مميز/وصفي لا يخلق انطباعاً أكبر من مجموع أجزائه.

سواء كانت العناصر التصويرية و/أو اللفظية تُعد وصفية أو غير مميزة، فإن النتيجة تظل واحدة.

| غير مميز | | |
|---|--|-----------------------|
| تفكير | إشارة | بضائع/خدمات |
| <p>عنصر تصويري وصفي + عنصر لفظي وصفي. يعرض العنصر التصويري صورة سردين، ومن ثم فإنه يعرض صورة حقيقية واقعية لأحد المنتجات. لا يمنح تصميم العناصر اللفظية (الأساسي/المعياري)، ولا التكوين الكلي للعلامة، ولا أي عناصر أخرى العلامة الحد الأدنى اللازم لخلق طابع مميز.</p> |  Fresh Sardine | <p>الصف 29: سردين</p> |


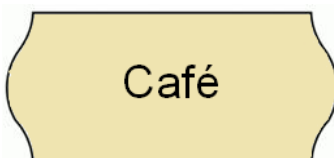
| | | |
|-----------------------|--|---|
| <p>الصف 29: سردين</p> |  <p>From the sea to your plate</p> | <p>عنصر تصويري وصفي + عنصر لفظي غير مميز.</p> <p>يعرض العنصر التصويري صورة سردين، ومن ثم فإنه يعرض صورة حقيقية واقعية لأحد المنتجات. لا يمنح تصميم العناصر اللفظية (الأساسي/المعياري)، ولا التكوين الكلي للعلامة، ولا أي عناصر أخرى العلامة الحد الأدنى اللازم لخلق طابع مميز.</p> |
| <p>الصف 29: سردين</p> |  <p>From the sea to your plate</p> | <p>عنصر تصويري غير وصفي + عنصر لفظي غير مميز.</p> <p>يعرض العنصر التصويري صورة عبوة سردين نمطية شائع استخدامها كتعبئة للسردين، ومن ثم فإن العنصر يحتوي على صورة نمطية للبضائع التي لا تبتعد كثيرًا عن التصوير المعتاد للبضائع المذكورة. لا يمنح تصميم العناصر اللفظية (الأساسي/المعياري)، ولا التكوين الكلي للعلامة، ولا أي عناصر أخرى العلامة الحد الأدنى اللازم لخلق طابع مميز.</p> |

| | | |
|---------------------------------------|--|---|
| <p>الصف 29: سردين</p> |  | <p>عنصر تصويري غير مميز + عنصر لفظي وصفي.</p> <p>يعرض العنصر التصويري صورة عبوة سردين نمطية شائع استخدامها كتعبئة للسردين، ومن ثم فإن العنصر يحتوي على صورة نمطية للبضائع التي لا تبتعد كثيرًا عن التصوير المعتاد للبضائع المذكورة. لا يمنح تصميم العناصر اللفظية (الأساسي/المعياري)، ولا التكوين الكلي للعلامة، ولا أي عناصر أخرى العلامة الحد الأدنى اللازم لخلق طابع مميز.</p> |
| <p>الصف 37: خدمات مكافحة الحشرات.</p> |  | <p>لا يكون العنصر التصويري معبرًا عن البضائع والخدمات، ولكن يبقى على صلة مباشرة مع صفات البضائع و/أو الخدمات. الإشارة غير نمطية بشكل كافٍ.</p> |

| مميز | | |
|---|---|-----------------------------------|
| تفكير | إشارة | بضائع/خدمات |
| استثناء: اندماج/تكوين خاص (تميز عام لعنصرين وصفين/غير مميزين سوياً). باستخدام السردين كما في حرفي (F) و(i)، فإن الإشارة تخلق انطباعاً كافٍ ليكون بعيداً عن الانطباع الذي تخلقه العناصر التصويرية واللفظية غير المميزة/الوصفية أكثر من مجموع أجزائها. |  | الصف 29: سردين |
| عنصر تصويري مميز + عنصر لفظي وصفي. يحتوي العنصر الرمزي على صورة سمكة عظمية تسير على قدميها، ومن ثم فإن هناك صورة صورة رمزية/نمطية للبضائع بعيدة كلياً عن العرض المعتاد للبضائع المذكورة. |  | الصف 29: سردين |
| يرتبط العنصر التصويري مباشرة بصفات الخدمات، ولكن الإشارة نمطية بشكل كافٍ. |  | المستوى 37: خدمات مكافحة الحشرات. |

4.B. العنصر التصويري شائع استخدامه في التجارة المتعلقة بالبضائع و/أو الخدمات المقصودة..

➤ في العموم، لا تضيف العناصر التصويرية الشائع استخدامها أو المعتادة في التجارة فيما يخص البضائع و/أو الخدمات المقصودة طابع مميز للعلامة ككل.

| غير مميز | | |
|---|--|-----------------------------|
| تفكير | إشارة | بضائع/خدمات |
| <p>يفهم العامة العلامة المذكورة كإشارة واضحة ومباشرة للجودة وليس كإشارة لمنشأ البضائع.</p> <p>العناصر الرمزية خالية من أي صفات بارزة، أو غير معتادة، أو أصلية، ويمكن فهمها ببساطة كعلامة معروفة لا يراها المستهلك العادي مميزة.</p> |  | الصف 30: قهوة |
| <p>علامات السعر الملونة شائعة الاستخدام في التجارة لكل أنواع البضائع، والاندماج مع العناصر اللفظية الوصفية لا يجعل العلامة مميزة بشكل كافٍ.</p> |  | الصف 29: سردين |
| <p>علامات الأسعار شائعة الاستخدام في التجارة لكل أنواع البضائع.</p> |  | الصف 30: قهوة |
| <p>"مقاييس العدالة" شائعة الاستخدام في التجارة للخدمات القانونية.</p> | <p>LEGAL ADVICE SERVICES</p>  | الصف 45: الخدمات القانونية. |

C. كيف يؤثر اندماج المعايير المذكورة أعلاه على التميز؟.

➤ في العموم، لا يضيف اندماج عناصر تصويرية وعناصر لفظية، والتي تُعد خالية من أي طابع مميز في حد ذاتها، أي طابع مميز للعلامة.

➤ وبغض النظر، فإن اندماج مثل تلك العناصر ككل قد يُفهم كشارة أصيلة بسبب عرض وتكوين الإشارة. وهكذا سيكون الحال عندما يؤدي الاندماج إلى انطباع عام بعيد بصورة كافية عن الرسالة الوصفية / غير المميزة التي يوحي بها العنصر اللفظي.

يحتوي الجدول التالي على مختارات من الأمثلة كلها تشتمل على اندماجات للمعايير الفردية التي تم تقييمها في الأجزاء السابقة لكتيب الاستخدام. الاندماجات المبينة تحت العمود الأحمر هي تلك التي لا تساهم في إعطاء طابع متميز، وذلك بموجب طبيعتهم البسيطة و/أو المعتادة. على النقيض، فإن الاندماجات المبينة تحت العمود الأخضر تُعد مميزة.

أمثلة:

يجب أن تكون الإشارة ذات حد أدنى من التميز لتصبح قابلة للتسجيل. الغرض من هذا المقياس هو توضيح الحد الأدنى. الأمثلة المبينة أدناه من اليسار إلى اليمين تحتوي على عناصر ذات تأثير متزايد على تميز العلامات، مما يؤدي إلى كون العناصر إما غير مميزة في مجملها (العمود الأخضر) (تبحث الإشارات التي تحتوي على عبارة "نكهة ورائحة" إلى حماية للقهوة صنف المنتجات 30 والإشارات التي تحتوي على عبارة "سردين طازج" تبحث عن حماية للسردين من الصنف 29).

| Nondistinctives | Distinctives |
|---|--|
| <p>Flavour and Aroma <i>Flavour and aroma</i> <i>Flavour and aroma</i> <i>Flavour and Aroma</i></p> <p>.1</p> | <p>F A R A O A</p> <p>F!avOur and ArOma</p> <p>Flavour and Aroma</p> |
| <p><i>Flavour and aroma</i> Flavour and aroma Ca fé Flavour and aroma</p> <p>.2</p> | <p>Flavour and Aroma Flavour and Aroma Flavour and Aroma</p> |
| <p>Fresh Sardine FRESH SARDINE Fresh sardine Fresh sardine</p> <p>.3</p> | <p>Fresh sardine resh Sardine FRESH SARDINE</p> |

السطر الأول:

من اليسار إلى اليمين، يضم المثال الأول تصميم أساسي/معياري مع كلمة مكتوبة بخط سميك وتموضع للعناصر اللفظية. في الحالة التالية تساهم إضافة اللون الأحمر إلى تطور الوضع بعض الشيء، ولكن الاندماج (بين التصميم المعياري وتموضع العناصر اللفظية واستخدام لون واحد) لا يعطي العلامة طابعاً مميزاً. في المثال الثالث تضيف إضافة عدد من الألوان شيئاً جديداً ولكن لا يعطي عرضها وتكوينها انطباعاً عاماً بعيداً بشكل كاف عن الانطباع الناتج عن الاندماج البسيط بين تلك العناصر، بجانب أن المستهلكين غير قادرين على تذكر الكثير من الألوان وتتابعها. يضم المثال الرابع تصميم أساسي/معياري، وتموضع/حجم العناصر اللفظية ولونين، ولكن ما يزال الشكل غير مميز.

يمكن فهم اندماج العناصر التصويرية في المثالين المميزين على الجانب الأيمن ككل كشارة للمنشأ بسبب عرض وتكوين الإشارة، مما يعطي انطباعاً بصرياً بعيداً بشكل كاف عن الرسالة الوصفية/غير المميزة التي تخلقها العناصر اللفظية.

السطر الثاني:

من اليسار إلى اليمين، يضم أول مثالين في هذه المجموعة أشكال هندسية بسيطة مستخدمة كأطر (مستطيل وشكل بيضاوي بالترتيب) مع تصميم أساسي/معياري، يتبعهما تصميم أساسي/معياري مع شكل دائري، ولون وتموضع العناصر اللفظية. يضم المثال التالي ترتيباً غريباً للعناصر اللفظية في التصميم الأساسي/المعياري مع المستطيل ذي الزاوية واللون. لا يخلق أي من تلك الأمثلة الثلاثة انطباعاً عاماً بعيداً بشكل كاف عن الانطباع الذي يخلقه الاندماج البسيط لتلك العناصر.

في العمود على الجانب الأيمن، تعطي الاندماجات غير الاعتبارية للأشكال مع اندماجات الألوان وتموضع العناصر اللفظية انطباعاً بصرياً بعيداً بشكل كاف عن الرسالة الوصفية/غير المميزة التي يعطيها العنصر اللفظي. ومن ثم، فإن اندماج مثل تلك العناصر ككل قد يُفهم كشارة منشأ بسبب عرض وتكوين الإشارة.

السطر الثالث:

من اليسار إلى اليمين، تبدأ مجموعة الأمثلة بتصوير حقيقي واقعي للبضائع مع تصميمين أساسيين ومؤثرات في الخطوط، ثم إضافة لتموضع العناصر اللفظية واللون، ثم إضافة تالية للشكل الهندسي إلى الاندماج، وينتهي كل ذلك بتصميم نمطي بعض الشيء ولكن طبيعي إلى حد كبير. لا تعطي أي من تلك الأمثلة طابعًا بصريًا بعيدًا بشكل كافٍ عن الرسالة الوصفية / غير المميزة. ونتيجة لذلك، فإن تلك العلامات ستكون مفهومة كشارات منشأ.

على الجانب الأيمن من الخط، يعطي عرض وتكوين العلامات، ثم بعد ذلك وجود عنصر تصويري متعارف عليه كعنصر مميز في حد ذاته العلامات الحد الأدنى للطابع المميز.

كُتُبُ الاسْتِخْدامِ