

# Съединени дела С-344/10 Р и С-345/10 Р

**Freixenet SA**

**срещу**

**Служба за хармонизация във вътрешния пазар  
(марки, дизайни и модели) (СХВП)**

„Жалби — Заявки за регистрация на марки на Общността, представляващи бяла бутилка от матирано стъкло, както и матовочерна бутилка от матирано стъкло — Отказ да се регистрират марките — Липса на отличителен характер“

Решение на Съда (трети състав) от 20 октомври 2011 г. . . . . I - 10207

Резюме на решението

*Марка на Общността — Определение и придобиване на марка на Общността — Абсолютни основания за отказ — Марки, лишени от отличителен характер — Марка, състояща се от специфичния външен вид на повърхността на опаковката на стока, представляваща течност*

*(член 7, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94 на Съвета)*

I - 10205

Критериите за преценка на отличителния характер на триизмерните марки, състоящи се от външния вид на самата стока, не се различават от приложимите към останалите категории марки.

При прилагането на тези критерии следва все пак да се отчита фактът, че средният потребител невинаги възприема по един и същ начин триизмерна марка, състояща се от външния вид на самата стока, и словна или фигуративна марка, която представлява знак, независещ от начина, по който изглеждат обозначените с нея стоки. Всъщност средните потребители нямат навик да предполагат какъв е произходът на стоките, изхождайки от тяхната форма или формата на тяхната опаковка, в отсъствие на какъвто и да било графичен или текстов елемент, и в резултат може да се окаже по-трудно да се установи отличителният характер по отношение на такава триизмерна марка, отколкото по отношение на словна или фигуративна марка.

При тези обстоятелства единствено марка, която се различава значително от правилата или обичаите в сектора и поради това може да изпълнява основната си функция — да посочва произхода, не е лишена от отличителен характер по смисъла на член 7, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94 относно марката на Общността.

Тази съдебна практика, развита във връзка с триизмерните марки, представляващи външния вид на самата стока или опаковката на стоките, включително течности, опаковани в търговския оборот поради самото естество на стоката, също се прилага, когато заявената за регистрация марка е „друга“ марка, състояща се от специфичния външен вид на повърхността на опаковката на стока, представляваща течност. В действителност и в такива случаи марката не представлява и знак, независим от външния вид на необходимата опаковка на стоките, които обозначава.

(вж. точки 45—48)