



Current Situation on the Preparatory Work for the Introduction of 3D Marks in Indonesia

By:

T. Didik Taryadi

Directorate of Trademark

Directorate General of Intellectual Property

Ministry of Law and Human Rights

Dasar Hukum Perlindungan Merek di Indonesia:

- UU Merek No. 15 Tahun 2001 tidak mengatur perlindungan Merek 3 Dimensi.
- Pengaturan tentang Merek 3 Dimensi ada dalam RUU Merek yang saat ini sedang dibahas di DPR.
- Pasal 3 ayat (3) RUU Merek:

“Merek yang dilindungi terdiri atas tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, termasuk didalamnya **bentuk 3 (tiga) dimensi**, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur-unsur tersebut “
- Pasal 4 ayat (7) RUU Merek:

“ Dalam hal merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, etiket merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari Merek tersebut”.

Kondisi Saat ini:

- Dit Merek & IG, termasuk Pemeriksa Merek, belum memiliki pengalaman terkait dengan penanganan merek-merek Non-Tradisional, termasuk di dalamnya merek dalam bentuk 3 dimensi.
- Sebagian Pemeriksa Merek memiliki pengetahuan yang terbatas mengenai merek 3 dimensi. Pengetahuan tersebut diperoleh dari training-training yang pernah diikutinya.
- ASEAN Common Guideline for the Substantive Examination of Trademarks, sudah diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia, namun belum disosialisasikan. Dalam common guideline tersebut memuat pengaturan tentang merek-merek Non-Tradisional, termasuk merek 3 dimensi.
- ASEAN Common Guideline disusun bersama-sama oleh 10 negara anggota Asean, dengan contoh-contoh yang ada di masing-masing negara anggota.



Langkah-langkah persiapan terkait penanganan Merek Non-Tradisional, termasuk Merek 3 Dimensi:

- Penyusunan peraturan pelaksanaan RUU Merek.
- Penyempurnaan/Penyiapan Guideline pemeriksaan substantif merek.
- Training/Pelatihan/Sosialisasi terkait dengan Pemeriksaan Substantive merek-merek Non-Tradisional, termasuk merek 3 dimensi.

Pengaturan tentang Merek 3 Dimensi dalam Asean Common Guideline:

- Bentuk 3 dimensi adalah tanda yang dapat didaftar sebagai merek apabila tanda tersebut memiliki daya pembeda.
- Contoh: (Mypo)



Permohonan merek 3 Dimensi “Seashell Chocolate Bar” untuk produk coklat tersebut ditolak karena tidak cukup memiliki daya pembeda, bentuk kerang pada produk coklat bersifat umum.

Lanjutan....

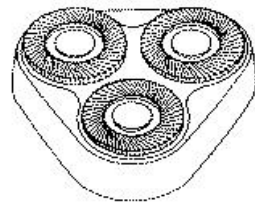
- Merek dalam bentuk 3 dimensi ditolak apabila:
 - Bentuknya bersifat umum/biasa atau berkaitan dengan sifat produknya atau merupakan keterangan produknya sendiri.
- Contoh: (Noip)



Lanjutan.....

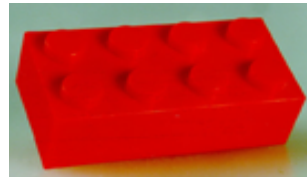
- Merek dalam bentuk 3 dimensi juga ditolak apabila:
 - Bentuknya berhubungan dengan fungsi atau efek teknis dari produknya.

Contoh: Wipo – Madrid Protocol



Lanjutan.....

- Contoh lain permohonan merek 3 dimensi yang ditolak berdasarkan adanya keterkaitan dengan fungsi produk tersebut adalah “*LEGO toy building brick*”.



- Contoh bentuk 3 dimensi lainnya yang ditolak di Vietnam karena terkait dengan fungsi dan unsur teknis dari produknya itu sendiri seperti” Kotak untuk perhiasan atau jam”



Lanjutan.....

- Contoh lain suatu kategori bentuk yang terkait dengan fungsi produknya adalah permukaan pola yang memiliki fungsi tertentu karena efek teknis.
- *Berikut ini contoh dari bentuk permukaan pola dan tidak dapat didaftar sebagai merek*



dreamstime.com

Lanjutan.....

- Contoh erek 3D terdaftar di EUIPO (*OHIM*)



- The Bang & Olufsen loudspeaker model BEOLAB 8000 didaftar karena bentuk mereknya sangat spesifik dan tidak dapat dianggap umum.
- Nestle has registered the 3D Contrex bottle as a Community Mark, alasannya adalah: botol transparan yang dipergunakan oleh contrex memiliki daya pembeda karena faktor kombinasi dimana selain bentuk tampilannya yang menarik, konsumen juga dapat dengan mudah membedakan bentuknya dari produk yang sama, sehingga benar-benar spesifik.

Penutup

- Implementasi perlindungan merek 3 dimensi masih menunggu proses penyelesaian RUU Merek di DPR.
- Perlu penyiapan peraturan pelaksanaan RUU Merek, terkait merek-merek Non-Tradisional, termasuk merek 3 dimensi.
- Perlu adanya sosialisasi Guideline pemeriksaan substantif merek ASEAN yang telah disepakati oleh semua negara anggota ASEAN untuk dipergunakan juga sebagai bahan referensi dalam pemeriksaan substantif merek.
- Perlu adanya pelatihan / Training terkait perlindungan merek 3 dimensi, dan merek-merek Non-Tradisional lainnya bagi para Pemeriksa Merek.



Terima Kasih