

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETO
TEISĖS FAKULTETO
VERSLO TEISĖS KATEDRA

SIMONA STANKUTĖ
NEAKIVAIZDINIŲ STUDIJŲ VERSLO TEISĖS PROGRAMA (62401S105)

**NESAŽININGOS KONKURENCIJOS ATVEJAI, PASIREIŠKIANČYS
SAVAVALIŠKU NAUDOJIMU ŽYMENS, KURIS YRA TAPATUS AR PANAŠUS Į
KITO ŪKIO SUBJEKTO REGISTRUOTĄ PREKĖS ŽENKLĄ AR NEREGISTRUOTĄ
PLAČIAI ŽINOMĄ PREKĖS ŽENKLĄ: TEORIJA IR PRAKTIKA**

Magistro baigiamasis darbas

Darbo vadovas –
Asist. Ana Voločova

Konsultantas –
Doc. dr. Daivis Švirinas

Vilnius, 2008

TURINYS

Ivadas	3
1. Nesąžiningos konkurencijos samprata	7
1.1. Nesąžiningos konkurencijos samprata pagal 1883 m. Paryžiaus konvenciją dėl pramoninės nuosavybės saugojimo.	7
1.2. Nesąžiningos konkurencijos samprata Lietuvos Respublikos teisėje	10
2. Savavališkas kito asmens prekės ženklo naudojimas kaip administracinės teisės pažeidimas	12
2.1. Pramoninė nuosavybė kaip teisės pažeidimo objektas.....	12
2.2. Savavališkas žymens, kuris tapatus ar panašus į kito asmens prekės ženklą, naudojimas kaip veika.....	16
2.2.1 Savavališkas naudojimas	19
2.2.2 Žymens ir prekės ženklo tapatumo ir panašumo nustatymo kriterijai	21
2.2.3 Klaidinimo teisinė kategorija	23
2.2.4 Plačiai žinomi ženklai.....	25
2.2.5 „Dilution“ ir „Free riding“ teorijų apžvalga	28
2.3. Priežastinis ryšys ir padariniai	31
2.4. Subjekto specifika	33
2.5. Kaltės nustatymas.....	35
3. Gynybos būdai	37
3.1. Direktyvos 2004/48/EB dėl intelektualinės nuosavybės teisių gynimo svarbiausios nuostatos.	37
3.2. Teisių gynimas pagal LR Konkurencijos įstatymą	38
3.2.1 Uždraudimas naudoti žymenį savo komercinėje veikloje	40
3.2.2 Žalos atlyginimas dėl neteisėto prekės ženklo naudojimo	43
Išvados	45
Literatūros sąrašas	48
Santrauka	52

IVADAS

Temos aktualumas ir problematika

Vienas pagrindinių Europos Bendrijos uždavinių – tinkamas konkurencijos funkcionavimas bendrojoje rinkoje. Siekiama, kad konkurencija nebūtų dirbtinai iškraipoma. Sąžiningos ūkininkavimo tvarkos užtikrinimas kartu yra ir kiekvienos valstybės nacionalinė vertybė.

Tačiau nesąžiningai konkuruojančių asmenų šiandieniniame verslo pasaulyje nemažėja. Veikiau atvirksčiai, nesąžininga konkurencija įgyja vis daugiau naujų savo pasireiškimo formų. Viena jų - savavališkas naudojimas žymens, kuris yra tapatus ar panašus į registruotą kito asmens prekės ženklą ar neregistruotą, bet plačiai žinomą prekės ženklą.

Šiandienos verslo pasaulyje pastebimai vis didesnę reikšmę įgyja intelektinės nuosavybės teisės objektai, o jų tarpe ir prekės ženklai. Ir tai yra suprantama, nes prekės ženklas šiais laikais jau ne tik identifikuoja prekių kilmę, bet kartu ir nustato įmonės ir vartotojo santykį, kuris yra grindžiamas pasitikėjimu. Konkurentams neteisėtai naudojant tapatų ar labai panašų prekės ženklą, atsiranda vartotojų nepasitikėjimas tuo prekės ženklu, nes neužtikrinama reikiama produkto kokybė. Be to, ūkio subjektai, savavališkai naudojantys kito asmens prekės ženklą, ne tik gauna nepagrįstą naudą, klaidina vartotojus, bet ir tokiu savo elgesiu iškraipo konkurenciją. Būtent konkurencija ir yra pagrindinė priežastis, dėl kurios kyla konfliktai dėl prekių ženklų.

Siekiant užtikrinti sąžiningą konkuravimą intelektinės nuosavybės teisės srityje, jos objektams, jų tarpe ir prekių ženklu, buvo suteikta teisinė apsauga. Asmuo, įregistravęs prekės ženklą, įgyja nuosavybės teisę į jį, taigi taip jam suteikiama teisė uždrausti naudoti tapatų ar panašų prekės ženklą kitiems asmenims. Būtina pabrėžti, kad lygiai taip pat saugomi ir plačiai žinomi prekės ženklai, nepaisant ar jie yra registruoti, ar ne. Vis dėlto, tokių atvejų, kuomet savavališkai naudojama kito asmens tapatū ar labai panašiu prekės ženklu ar net plačiai žinomu prekės ženklu, pasitaiko gana dažnai. Jau yra susiformavusi ir teismų praktika tokiose bylose.

Šiame darbe būtent ir bus analizuojama viena iš mažiausiai tyrinėtų nesąžiningos konkurencijos formų – savavališkas naudojimas žymens, kuris yra tapatus ar panašus į registruotą kito asmens prekės ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekės ženklą. Šio tyrimo aktualumas gali būti apibrėžtas keliais pagrindiniais aspektais:

Pirma, savavališkas naudojimas žymens, kuris yra tapatus ar panašus į registruotą kito asmens prekės ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekės ženklą, kaip viena iš nesąžiningos konkurencijos formų, Lietuvos teisinėje literatūroje yra praktiškai nenagrinėta, nors teismai jau

susiduria su tokio tipo bylomis. Todėl šis magistrinis darbas bus naudingas užpildant specializuotos teisinės literatūros spragas.

Antra, tinkamas suvokimas, kas yra nesąžininga konkurencija prekės ženklų srityje, naudingas sąžiningai veikiančiam ūkio subjektams. Susipažinę su įvairiomis nesąžiningos konkurencijos formomis, prekių ženklų savininkai, galės efektyviau įgyvendinti ir ginti savo teises.

Problemos ištyrimo lygis

Siekiant išsamios ir objektyvios magistro darbo analizės, bus nagrinėjami įvairūs literatūros šaltiniai, tiek iš konkurencijos teisės, tiek iš intelektinės nuosavybės teisės. Bus remiamasi tarptautiniais, Europos Sąjungos bei nacionaliniais teisės aktais, periodine literatūra, teismų praktika. Nesąžiningos konkurencijos institutas yra itin svarbus, tačiau mokslinės literatūros šia tema akivaizdžiai trūksta. Savavališkas kito asmens prekės ženklo naudojimas kaip teisės pažeidimas, nėra pakankamai ištirtas. Šio darbo tema nėra daug mokslinės literatūros, o taip pat ir teismų praktikos. Atsižvelgiant į literatūros lietuvių kalba trūkumą, rašant darbą bus remiamasi užsienio autorių darbais. Paminėtini šie konkurencijos teisės tyrinėtojai: P. Schechter, W. De Vrey Rogier, J. Thomas McCarthy.

Mokslinė problema

Lietuvoje teisėtų prekės ženklų savininkų bandymai ginti savo prekės ženklą nuo nesąžiningų konkurento veiksmų yra dar labai nedrąsūs. Dažnai ūkio subjektai nesuvokia, kad savavališkas žymens naudojimas, kuris yra tapatus ar panašus į jų prekės ženklą, nėra savitiksliis draudimas. Nuo nesąžiningų konkurento veiksmų nukenčia ne tik sąžiningi ūkio subjektai, bet tokiais pažeidėjo veiksmais taip pat yra iškraipoma konkurencija bei klaidinami vartotojai. Savavališkas žymens naudojimas, kuris tapatus ar panašus į kito asmens prekės ženklą, nors ir įtvirtintas LR Konkurencijos įstatyme, kaip nesąžiningos konkurencijos veiksmas, vis dėlto nėra išnagrinėtas kaip administracinės teisės pažeidimas. Tai ir sudaro magistro darbo problemą. Atlikus minėto pažeidimo išsamią analizę, ūkio subjektams būtų lengviau nustatyti, kada pažeidžiamos jų išimtinės teisės į prekės ženklą ir efektyviau jas ginti.

Tyrimo objektas

Siekiant kuo išsamesnės temos analizės, šiame darbe bus nagrinėjami tik tie nesąžiningos konkurencijos atvejai, kurie pasireiškia neteisėtu panaudojimu žymens, kuris yra tapatus ar panašus į kito asmens registruotą prekės ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą ženklą. Tad magistro darbo objektą galime apibrėžti, kaip socialinius-ekonominius ir teisinius santykius, kurie susiklosto ūkio subjektams savavališkai panaudojus tapatų ar panašų kito asmens registruotą ženklą ar plačiai žinomą neregistruotą prekės ženklą savo komercinėje - ūkinėje veikloje. Tarpusavio santykiai dažnai būna prieštaringi. Asmuo sąžiningai įgyvendindamas savo teises tokio paties elgesio tikisi ir iš kitų santykio dalyvių. Siekiant „padaryti tuos santykius patogius žmogaus teisėms įgyvendinti, bet nepatogius agresijai prieš kito asmens teises vykdyti“¹, jie verčiami teisiniais. Sąžiningą prekės ženklo savininką gina LR Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p., draudžiantis ūkio subjektui naudoti žymenį, kuris yra tapatus ar panašus į jo prekės ženklą.

Tyrimo dalykas

Nagrinėjant santykius, susiklostančius vienam ūkio subjektui panaudojus savo komercinėje veikloje žymenį, kuris yra tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto prekės ženklą, būtina atskleisti minėtų santykių prigimtį (susiklosto ne tik socialiniai-ekonominiai, bet ir teisiniai santykiai), dalyvius (kas yra pažeidėjas, o kas nukentėjusioji šalis), objektą (pramoninės nuosavybės teisės; neiškraipyta konkurencija).

Tikslas ir uždaviniai

Magistro darbo tikslas – nustatyti savavališko žymens naudojimo, kuris yra tapatus ar panašus į kito asmens registruotą prekės ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą ženklą, turinį, kas leistų pripažinti, kada ūkio subjektas konkuruoja rinkoje nesąžiningai. Siekiant užsibrėžto tikslo formuluojami šie uždaviniai:

1. Ištirti nesąžiningos konkurencijos sampratą nacionaliniu ir tarptautiniu lygmeniu.
2. Apibrėžti bendrąsias prekės ženklo charakteristikas.
3. Nustatyti savavališko prekės ženklo naudojimo, kaip teisės pažeidimo, sudėtį.
4. Aptarti prekės ženklo savininko išimtinės teises.
5. Atskleisti neteisėto prekės ženklo naudojimo pasekmes.

¹ Vaišvila. A. Teisės teorija. Vilnius: Justitia, 2004. P. 401.

6. Aptarti galimus teisės pažeidimo gynybos būdus.

Darbo metodai

Siekiant šio darbo tikslų bus naudojami:

1. *Sisteminės analizės metodas*. Remiantis šiuo metodu atskleidžiami teisės normų ryšiai, teisės normų ir kompetentingų institucijų formuojamos praktikos santykis.
2. *Lyginamasis metodas*. Remiantis šiuo metodu analizuojama nesąžiningos konkurencijos samprata tarptautiniu ir nacionaliniu lygmeniu.
3. *Dokumentų analizės metodas*. Šis metodas bus naudojamas teisės aktų ir teismų praktikos analizei.

Pagrindinės darbe naudojamos sąvokos

1. *Nesąžininga konkurencija* - bet kurie ūkio subjekto veiksmai, prieštaraujantys ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, kai tokie veiksmai gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti.
2. *Prekės ženklas* – bet koks žymuo, kurio paskirtis – atskirti vieno asmens prekes arba paslaugas nuo kito asmens prekių arba paslaugų ir kurį galima pavaizduoti grafiškai.
3. *Žymuo* – komercinis simbolis, kurį galima panaudoti siekiant pagerinti prekių ar paslaugų žinomumą ir išskirtinumą rinkoje bei jų kokybę.
4. *Plačiai žinomas prekės ženklas* – prekės ženklas, pasižymintis ypatingu išskirtinumu, žinomumu ir aukšta reputacija.

Hipotezė

Kiekvienas žymens, kuris tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto registruotą prekės ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekės ženklą, naudojimo atvejis laikytinas nesąžiningos konkurencijos veiksmu.

Darbo struktūra

Darbą sudaro įvadas, trys skyriai, kurie yra suskirstyti į poskyrius, išvados, literatūros sąrašas ir darbo santrauka lietuvių ir anglų kalbomis. Pirmasis skyrius yra labiau teorinio pobūdžio. Jame analizuojama nesąžiningos konkurencijos samprata remiantis 1883 m. Paryžiaus

konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo bei LR teisės aktais, teismų praktika. Antrame skyriuje pateikta išsami savavališko žymens naudojimo, kuris tapatus ar panašus į kito asmens registruotą prekės ženklą ar neregistruotą, bet plačiai žinomą prekės ženklą, kaip administracinės teisės pažeidimo analizė. Aptariamas kiekvienas teisės pažeidimo sudėties elementas (pažeidimo objektas, neteisėti veiksmai, subjektas, priežastinis ryšys, pasekmės bei subjekto kaltė). Trečiame skyriuje pateikiami ir aprašomi galimi gynybos būdai nuo nesąžiningų konkurentų veiksmų, kurie pasireiškia minėtu savavališku kitam asmeniui priklausančio prekės ženklo naudojimu. Išvadose reziumuojamas atliktas darbas, pateikiami apibendrinimai.

1. NESĄŽININGOS KONKURENCIJOS SAMPRATA

1.1. Nesąžiningos konkurencijos samprata pagal 1883 m. Paryžiaus konvenciją dėl pramoninės nuosavybės saugojimo.

Apibrėžti, kas yra konkurencija, šiandien tampa itin sunkiu uždaviniu tiek teisininkams, tiek ekonomistams. Yra daug įvairių šio termino prasmės aiškinimų. Įdomu tai, jog net Europos Bendrijos sutartis nepateikia konkurencijos apibrėžimo. Tačiau nors ir nėra nei vieno oficialaus ir plačiai pripažinto konkurencijos apibrėžimo, vis dėlto visuotinai sutariama, kad konkurencijos esmė yra ūkio subjektų tarpusavio kova, siekiant įgyti kuo didesnę pranašumą rinkoje, t.y. pritraukti kuo daugiau vartotojų ir gauti kuo didesnę pelną. Siekdami šio tikslo ūkio subjektai gali imtis įvairių priemonių, kurios kartais gali būti neteisėtos ir nepriimtinos ne tik konkrečiam ūkio subjektui, bet ir ekonomikai kaip visumai.

Šiandien kiekvienas ūkio subjektas turi nevaržomą laisvę pasirinkti savo veiklos sritį ir jos apimtį. Tačiau ūkinės veiklos laisvė nėra pakankama konkurencijos garantija, nes visi ūkio subjektai susiduria rinkoje vienas su kitu, ir tampa akivaizdu, kad „... ne visi konkurencijos varžybų būdai ir priemonės yra priimtini pačios ūkinės veiklos laisvės išsaugojimo požiūriu. Visų pirma visuomenės suvokiamu poreikiu tampa tokių konkurencinės kovos būdų ir priemonių uždraudimas, kuriomis siekiama pakenkti konkurentui ar nesąžiningai pasinaudoti konkurento sukurta nauda.“² Tik laisva ir neiškraipyta konkurencija yra sąlyga, leidžianti sąžiningai konkuruoti. Būtent dėl to ir atsirado tokia teisės šaka kaip nesąžiningos konkurencijos teisė, kuri nustato tam tikras taisykles, kad subjektų konkuravimas rinkoje būtų sąžiningas. „Nesąžiningos konkurencijos draudimu yra siekiama neleisti tokios praktikos arba veiksmų, prekybos ar verslo, kurie nedera su sąžiningos veiklos metodais, tai yra verslininko teisinėmis/etinėmis elgesio

² Klimas A. Pranešimas „Konkurencijos įstatymo projektas ir jo įtaka konkurencijai“. <http://www.lrinka.lt/Pranesim/Klimas.phtml>; prisijungimo laikas: 2008-04-30.

normomis.³ Paprasčiau sakant, nesąžiningos konkurencijos teisė atsako į klausimą, kaip negalima konkuruoti rinkoje. „Ūkio vystymosi istorijoje daugeliui valstybių teko patirti monopolijų ir kartelių ekonomikos pasekmes, kurios neapsiribodavo vien tik visuomenės ekonominės gerovės sumažėjimu, bet, kaip šiuo metu dažnai vertinama, buvo viena iš svarbiausių ekonominio, socialinio ir politinio vystymosi krizių priežastimi. Iš tiesų ūkio istorijai teko daug ko patirti, kol suvokimas, kad būtina apsaugoti konkurenciją, tapo ekonominės politikos ir teisės dalyku. Pasauliui žengiant į XXI amžių jau neabejojama dėl būtinybės teisinėmis priemonėmis apsaugoti konkurenciją.“⁴ Todėl kiekviena valstybė, siekdama apsaugoti sąžiningą prekybą ir konkurenciją, kuria įstatymus, įtvirtinančius teisingos prekybos principus ir praktiką. Valdžios nesikišimo ir laisvos veiklos judėjimas („laissez faire“) nuvedė visuomenę į nevaldomą ir dažnai nesąžiningą konkurenciją, todėl dauguma valstybių, siekdamas garantuoti sąžiningą ir lygiateisį konkuravimą tarp ūkio subjektų, pradėjo konkurencijos kovoms taikyti įvairius teisinius suvaržymus.⁵ Iš pradžių visas dėmesys buvo skirtas sąžiningo ūkio subjekto teisių gynimui prieš nesąžiningą konkurento elgesį, bet bėgant metams atsigręžta ir į vartotoją, jo teisėtus lūkesčius.

1883 m. Paryžiaus konvencijos Sąjungos šalys įsipareigojo garantuoti šalių – Sąjungos piliečių efektyvią apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos (Paryžiaus konvencijos 10 bis straipsnio 1 dalis). Nesąžiningos konkurencijos draudimas konvencijoje priskirtas prie pramonės nuosavybės objektų. Nesąžininga konkurencija yra labai platus institutas, apimantis bet kokius konkurencijos veiksmus, prieštaraujančius sąžiningiems pramonės ar prekybos papročiams. Didžiausia problema yra nustatyti, kas yra sąžininga, o kas ne. Dauguma valstybių šią problemą išsprendė numatydamos savo įstatymuose nuostatas, kuriose įvardijamos konkrečios veikos, kurios laikytinos draudžiamomis konkurencijos teisės kontekste. Tuo tarpu Paryžiaus konvencijos dėl pramoninės nuosavybės apsaugos 10bis straipsnis įtvirtina ir bendrojo pobūdžio taisyklę (nesąžininga konkurencija laikomas bet koks konkurencijos veiksmas, prieštaraujantis sąžiningiems pramonės ar prekybos papročiams), ir nebaigtinį (pavyzdinį) sąrašą specialiųjų atvejų, kurie taip pat bus laikomi nesąžiningos konkurencijos veiksmais. Draudžiami:

1. Visi veiksmai, dėl kurių bet kuriuo būdu gali būti supainiotos įmonės, gaminiai arba konkurento pramoninė ar prekybinė veikla.

³ Intelektinė nuosavybė kaip kokybės gerinimo šaltinis : bendroji informacija ir svarbiausi tinklapiai smulkioms ir vidutinėms įmonėms (SVĮ). Vilnius : Justitia, 2003. P. 104.

⁴ Intelektinė nuosavybė kaip kokybės gerinimo šaltinis : bendroji informacija ir svarbiausi tinklapiai smulkioms ir vidutinėms įmonėms (SVĮ). Vilnius : Justitia, 2003. P. 104.

⁵ W. de Vrey Rogier. Towards a European unfair competition law : a clash between legal families : a comparative study of English, German and Dutch law in light of existing European and international legal instruments. Leiden Boston : Martinus Nijhoff Publishers, 2006. P. 2.

2. Neteisingi teiginiai apie komercinę veiklą, kurie gali diskredituoti įmonės, gaminio reputaciją arba konkurento pramoninę ar prekybinę veiklą.
3. Nuorodos arba teiginiai, kurie komercinėje veikloje gali suklaidinti visuomenę dėl prekės rūšies, gamybos būdo, savybių, tinkamumo naudojimui arba prekių kiekio.⁶

Garantuodamos apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos, kiekviena valstybė narė pati gali spręsti, kokie veiksmai patenka į nesąžiningos konkurencijos veiksmų sąrašą (svarbu tik laikytis 10 bis straipsnio 2 ir 3 dalyse įtvirtintų nuostatų), nes „Paryžiaus konvencijos nuostata, įpareigojanti valstybes nares garantuoti apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos, neįpareigoja valstybių narių priimti specialių teisės aktų tuo tikslu.“⁷

Konvencijoje taip pat kalbama ir apie plačiai žinomų ženklų apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų. Minėtos Konvencijos 6 bis straipsnio „Plačiai žinomi ženklai“ 1 dalyje nustatyta, kad valstybės narės įsipareigoja administracijos iniciatyva arba suinteresuoto asmens prašymu atmesti arba pripažinti registraciją negaliojančia ir uždrausti naudoti prekių ženklą, jeigu ženklas atkartoja, imituoja kitą ženklą arba yra kito ženklo vertimas ir gali būti supainiotas su juo, kadangi registravimo šalies kompetentingas organas pripažįsta, kad tas ženklas toje šalyje yra jau plačiai žinomas, kaip ženklas asmens, kuris naudojami šios Konvencijos privilegijomis ir panaudoja jį tokiems pat arba panašioms gaminiams. Svarbu ir tai, jog ši nuostata yra taikoma ir tuomet, kai esminė ženklo dalis yra žinomo ženklo atkartojimas arba imitavimas.

Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo reglamentuoja nacionalinio režimo principo taikymą kiekvienos į Sąjungą įeinančios šalies juridinio ir fizinio asmens vienodas sąlygas išradimų patentų registravimui, pramoninio dizaino, prekių ženklų ir firmų vardų suteikimui. Kiekvienos į Sąjungą įeinančios šalies piliečiai kitose šalyse naudojami pramoninės nuosavybės apsaugos atžvilgiu tokiais pat privilegijomis, kurias šiuo metu suteikia arba ateityje suteiks įstatymai saviems piliečiams, nevaržant šioje konvencijoje numatytų teisių.

Iš to, kas aptarta aukščiau, galime daryti išvadą, kad Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo įpareigoja jos šalis garantuoti Sąjungos piliečių efektyvią apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos, nes neteisėtas prekės ženklo panaudojimas gali sąlygoti nesąžiningą konkurenciją arba padaryti žalą vartotojų interesams. Apsauga suteikiama tiek registruotiems prekių ženkliams, tiek ir neregistruotiems, bet plačiai žinomiems.

⁶ Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo, Žin. (1996, Nr. 75-1796).

⁷ Protection against unfair competition, WIPO, Geneva, 1994, P. 19.

1.2. Nesąžiningos konkurencijos samprata Lietuvos Respublikos teisėje

1994 m. vasario 21 d. Lietuva prisijungė prie Paryžiaus konvencijos dėl pramoninės nuosavybės apsaugos, o 1996 m. vasario 28 d. Seimas ją ratifikavo. Taigi nuo to momento minėta konvencija yra Lietuvos teisinės sistemos dalis. Paryžiaus konvencija yra vienas iš pagrindinių teisės aktų pramoninės nuosavybės apsaugos srityje, todėl nenuostabu, kad nemažai šios konvencijos nuostatų yra perkelta ir į mūsų nacionalinius teisės aktus. Atsižvelgiant į tai, kad šiuolaikinė intelektinės nuosavybės teisė yra ilgamečio teisės unifikavimo ir harmonizavimo srityje rezultatas, taip pat į tai, kad Lietuva yra Paryžiaus bei kitų konvencijų intelektinės nuosavybės srityje dalyvė, Lietuvos teisės aktai, o pirmiausia LR Prekių ženklų įstatymas turi būti taikomas ir aiškinamas tarptautinės ir Europos Sąjungos teisės kontekste. CK 1.13 straipsnio 3 dalyje nustatyta, kad tarptautinių sutarčių normos turi būti taikomos ir aiškinamos atsižvelgiant į jų tarptautinį pobūdį ir būtinumą užtikrinti vienodą jų aiškinimą bei taikymą.

Tiek LR Konstitucijoje, tiek ir LR Konkurencijos įstatyme valstybės valdymo ir savivaldos institucijoms yra numatyta pareiga užtikrinti sąžiningos konkurencijos laisvę, nes ekonominę pažangą užtikrina tik sąžininga konkurencija. Ir iš tikro „sąžininga konkurencija Vakarų valstybėse, įskaitant ir Lietuvą, tapo labai svarbia ir sektina idėja.“⁸ Ir čia iškyla klausimas, kas yra sąžininga, o kas ne? Nors sąžiningumas yra moralės, o ne teisės kategorija, vis dėlto tenka pripažinti, kad moralė lygiai taip pat kaip ir teisė yra svarbus žmogaus elgesio regulatorius, todėl reikalavimą elgtis sąžiningai kaip bendrojo pobūdžio pareigą ir pripažįsta visų valstybių teisė. Tik skirtingai nuo teisinės pareigos „... žmogus savo moralinę pareigą vykdo skatinamas vidinio įsitikinimo, kad jis su kitu ar dėl kito privalo vienaip ar kitaip elgtis.“⁹ Tiesa, sąžiningumo principo turinys kiekvienoje valstybėje suvokiamas skirtingai. LR Civiliniame kodekse yra įtvirtintas draudimas piktnaudžiauti teise, reikalavimas vadovautis teisingumo, protingumo ir sąžiningumo principais. CK 1.137 straipsnio 4 dalyje įtvirtinta bendrojo pobūdžio taisyklė – civilinių teisių įgyvendinimas negali būti naudojamas nesąžiningai ir ne pagal įstatymus riboti konkurenciją ar piktnaudžiauti dominuojančia padėtimi rinkoje, o CK 1.5 straipsnyje teigiama: „civilinių teisinių santykių subjektai, įgyvendindami savo teises bei atlikdami pareigas, privalo veikti pagal teisingumo, protingumo ir sąžiningumo reikalavimus.“¹⁰ Būtent protingumo ir sąžiningumo principų taikymas leidžia išvengti nesąžiningos šalies

⁸ Šimašius R. Apie nesąžiningą konkurenciją reklamoje. <http://www.lrinka.lt/Straipsn/Nesazrekl.phtml>; prisijungimo laikas: 2008-04-30.

⁹ Mikelėnas M. Prievolių teisė. Vilnius: Justitia, 2002. P 23.

¹⁰ Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas // Valstybės žinios. 2000, Nr. 74-2262.

piktnaudžiavimo. Tačiau šių principų teisingas pritaikymas įmanomas tik konkrečioje byloje, išsiaiškinus visas aplinkybes, šalių teises ir pareigas.

„Valstybė reguliuoja ūkinę veiklą taip, kad ji tarnautų bendrai tautos gerovei.“¹¹ Kitaip sakant, negalima nustatyti tokio teisinio reguliavimo, kuriuo ūkio subjektams būtų sudarytos nevienodos ūkininkavimo sąlygos, trukdoma plėtoti verslą, varžoma ūkinės veiklos laisvė, visuomenei naudinga iniciatyva. Taigi sąžiningumo principas iš valstybės valdymo institucijų reikalauja teisingo ūkinės veiklos reguliavimo, kuriuo tam tikro ūkio subjekto teisės ir teisėti interesai nebūtų ribojami daugiau nei tai būtina konstitucinėms vertybėms apsaugoti. Kaip jau buvo minėta, sąžiningumo pareiga egzistuoja ir ūkio subjektams, vykdančioms ūkinę veiklą. Tik čia sąvoką „sąžiningumas“ reikėtų pakeisti kitu terminu „sąžininga dalykinė praktika“, nes būtent pastarasis terminas reiškia sąžiningumą versle. Sąžininga dalykinė praktika „... reiškia laikymąsi tiek bendrųjų elgesio standartų, taikomų bet kuriam žmogui, tiek specifinių elgesio standartų, susiklosčiusių tam tikroje verslo srityje, pavyzdžiui geros praktikos taisyklių laikymąsi.“¹² Veiksmai, prieštaraujantys geriems papročiams ir sąžiningai dalykinei praktikai konkurencijos teisės prasme, yra išvardyti LR Konkurencijos įstatymo 16 straipsnyje. Tarp jų minimi tokie veiksmai kaip savavališkas naudojimas žymens, kuris yra tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto prekės ženklą, kito ūkio subjekto gaminio ar pakuotės imitavimas, klaidinančios reklamos naudojimas ir kita.

Dažnai autoriai nesąžiningą konkurenciją dalija į dvi stambias grupes.¹³ Pirmoji apima įvairius veiksmus, susijusius su vartotojų klaidinimu, o tuo tarpu antrajai grupei priskiriamos visos kitos nesąžiningos konkurencijos formos, tarp kurių dažniausiai pasitaikanti - neteisėtas prekės ženklo naudojimas ar jo pasisavinimas. LR Konkurencijos įstatymo 16 straipsnyje skelbiama, kad „ūkio subjektams draudžiama atlikti bet kuriuos veiksmus, prieštaraujančius ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, kai tokie veiksmai gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti.“¹⁴ Vadinasi Lietuvoje nesąžininga konkurencija draudžiama kaip tokia, o tai reiškia, kad įvedama bendra teisės norma draudžianti nesąžiningos konkurencijos veikas. Minėto įstatymo 16 straipsnio 1 dalyje nurodomas ir pavyzdinis draudžiamų nesąžiningos konkurencijos veikų sąrašas. Tačiau nereikia pamiršti, kad veikų sąrašas yra tik pavyzdinis, o tai suteikia teisę įstatymų leidėjui jį praplėsti nesąžiningos konkurencijos formų atsiradimo atveju. Teismas, nustatinėdamas, ar konkrečiu atveju nebuvo pažeistos konkurenciją reglamentuojančios teisės normos, neapsiriboja minėtu sąrašu (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. balandžio 25 d. nutartis, priimta civilinėje byloje UAB

¹¹ Lietuvos Respublikos Konstitucija // Valstybės žinios. 1992, Nr. 3 – 953.

¹² Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Šeštoji knyga. Prievolių teisė (I). Vilnius: Justitia, 2003. P. 197.

¹³ http://topics.law.cornell.edu/wex/Unfair_competition; prisijungimo laikas: 2008-09-01.

¹⁴ Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymas // Valstybės žinios. 1999, Nr. 30 – 856.

„Ekspedita“ v. UAB „Chemtransa“, bylos Nr. 3K-3-223/2005), o kiekvienu atveju analizuoja bylos aplinkybes ir pagal verslo etiką, įprastą rinkos dalyvių elgesį vertina, ar egzistavo nesąžininga konkurencija.

Įdomu būtų pažvelgti, kaip nesąžininga konkurencija yra suprantama Lietuvos Respublikos teismų praktikoje. Vienoje iš Lietuvos Aukščiausiojo Teismo bylų teigiama, kad nesąžininga konkurencija turėtų būti suprantama kaip „... veiksmai, kurie prieštarauja ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, kai tokie veiksmai gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti.“¹⁵ Veikla turėtų būti pakankamai reikšminga, kad neigiama įtaka trukdytų arba mažintų galimybes konkuruoti atitinkamoje rinkoje. Ir svarbiausia yra tai, jog draudžiama veikla „... turi būti nesąžininga, t.y. asmuo galėjo ar turėjo žinoti, kad tai neatitinka geros ūkinės praktikos ar normalių verslo papročių.“¹⁶

Nesąžiningumą versle būtų galima apibūdinti kaip atlikimą tokių veiksmų, kurie protingo ir patyrusio ūkio subjekto, veikiančio tam tikroje verslo aplinkoje, yra suprantami kaip nesuderinami su toje srityje nusistovėjusiais standartais ar normaliu priimtiniu komerciniu elgesiu. Žinojimas (galėjimas ar turėjimas žinoti), kad veikla neatitinka normalių verslo papročių nėra pakankama sąlyga norint pripažinti, kad ūkio subjektas elgėsi nesąžiningai.

2. SAVAVALIŠKAS KITO ASMENS PREKĖS ŽENKLO NAUDOJIMAS KAIP ADMINISTRACINĖS TEISĖS PAŽEIDIMAS

2.1. Pramoninė nuosavybė kaip teisės pažeidimo objektas

Teisės pažeidimas – tai priešinga teisei, kalta fizinių ar juridinių asmenų veika, kuria pažeidžiamos tam tikros teisinės vertybės. Teisės normų saugomos vertybės būna labai įvairios: „asmeninės (biologinės), socialinės ir kitokios vertybės (asmens ir jo teisių neliečiamumas, viešoji tvarka, politinė santvarka).“¹⁷ Savavališkas naudojimas žymens, kuris yra tapatus ar panašus į jau registruotą kito asmens prekės ženklą arba neregistruotą, bet plačiai žinomą prekės ženklą, yra ne tik prekės ženklo savininko teisių pažeidimas, bet taip pat ir konkurencijos teisės pažeidimas, už kurį įstatymai numato administracinę subjekto atsakomybę. LR Konkurencijos įstatyme konstatuojama, jog „asmenims už šio įstatymo pažeidimus taikoma Lietuvos Respublikos įstatymų nustatyta administracinė atsakomybė.“¹⁸ Civilinė atsakomybė už

¹⁵ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2002 m. balandžio 24 d. civilinėje byloje UAB „Dažai“ v UAB „Spaudos dažai“, Nr. 3K-3-581/2002.

¹⁶ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2002 m. balandžio 24 d. civilinėje byloje UAB „Dažai“ v UAB „Spaudos dažai“, Nr. 3K-3-581/2002.

¹⁷ A. Vaišvila. Teisės teorija. Vilnius: Justitia, 2004. P. 431.

¹⁸ Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymas // Valstybės žinios. 1999, Nr. 30 – 856.

savavališką kito asmens prekės ženklo naudojimą išskyla tuomet, kai dėl tokio naudojimo atsirado žalos ir siekiama jos prisiteisti. Teismai, nagrinėdami tokio pobūdžio bylas ar kitokias bylas, susijusias su nesąžininga konkurencija, visų pirma privalo išsiaiškinti, ar tikrai ūkio subjekto atlikti veiksmai atitinka Konkurencijos įstatyme numatyto teisės pažeidimo sudėtį. Savavališkas prekės ženklo naudojimas yra Konkurencijos įstatyme numatytas teisės pažeidimas, kurio sudėtis turi būti atskleista kiekvienos bylos nagrinėjimo atveju. Neatsitiktinai darbo autorius pasirinko tokią darbo struktūrą, kuri leistų apžvelgti kiekvieną nagrinėjamo teisės pažeidimo sudėties elementą. Tik visų elementų visuma leidžia konstatuoti, kad subjekto atlikti veiksmai yra teisės pažeidimas, už kurį pažeidėjas turi atsakyti. Pažeidimo analizę pradėkime nuo pirmojo elemento, būtent objekto.

Lietuvos Respublikos Konstitucijos 23 straipsnyje numatyta, kad „Nuosavybė neliečiama“. Ši norma turi būti suprantama plečiamai, o tai reiškia, kad į jos turinį patenka ne tik materialioji nuosavybė, bet ir nematerialioji. Vadinasi, Konstitucija gina ir intelektinę nuosavybę, nes būtent intelektinės nuosavybės skiriamasis bruožas yra jos nematerialumas, nors visuomenės procesuose ji dalyvauja lygiai taip pat kaip ir bet koks materialus turtas. Tiesa, tam tikra „... visuomenės dalis dar nepasirengusi suvokti, kad intelektinė nuosavybė tokia pat svarbi kaip ir materialioji, kad konstitucinis nuosavybės neliečiamumo principas taip pat taikomas ir intelektinei nuosavybei.“¹⁹ Todėl valstybė suteikia ir užtikrina teisinę intelektinės nuosavybės apsaugą. Taigi „... asmenims, pažeidusiems intelektinę nuosavybę, turi būti taikomos ne mažiau griežto poveikio priemonės negu asmenims, pažeidusiems materialiąją nuosavybę. Be to, taikant sankcijas intelektinės nuosavybės teisės pažeidėjams, reikia atsižvelgti į intelektinės nuosavybės specifiką.“²⁰

Intelektinės nuosavybės pažeidimai iš esmės būna dviejų rūšių: autorių ir gretutinių teisių pažeidimai bei pramoninės nuosavybės teisių pažeidimai. Mūsų nagrinėjamu atveju svarbūs pastarieji, tad juos ir paanalizuokime išsamiau. Pramoninės nuosavybės teisių pažeidimas - neteisėtas įmonės, organizacijos ar fizinio asmens ūkinėje, komercinėje ar kitokioje veikloje naudojamų prekių ženklų, pramoninio dizaino produktų, naudingųjų modelių, augalų veislių, firmų pavadinimų, ir kitų intelekto sukurtų produktų naudojimas komerciniams, nesąžiningos konkurencijos tikslams. Iš apibrėžimo matome, kad vienas iš pramoninės nuosavybės pažeidimų yra savavališkas kito asmens prekės ženklo naudojimas, kurį šiame darbe ir analizuojame. Kaip žinoma, kiekvienu teisės pažeidimu kėsinamasi į tam tikras teises vertybes. Tos teisinės vertybės ir yra teisės pažeidimo objektas. Į kokias teises vertybes kėsinamasi mūsų

¹⁹ Matulevičienė N. Autorių teisių apsauga išsiplėtusioje Europos Sąjungoje. [http://www.culture.lt/daile/04\(1\)/ata.htm](http://www.culture.lt/daile/04(1)/ata.htm) Prisijungimo laikas: 2008-09-03.

²⁰ Lietuvos Respublikos Konstitucinio teismo 2000 m. liepos 5 d. nutarimas „Dėl Lietuvos Respublikos Administracinių teisės pažeidimų kodekso 214-10 straipsnio 1 dalies atitikimo Lietuvos Respublikos Konstitucijai.“

nagrinėjami atveju? Pažeidimo objektas yra ne kas kita, o pati pramoninė nuosavybė. Išskyla klausimas, kodėl pramoninė nuosavybė yra vertybė, kodėl ją reikia saugoti. Atsakant į šį klausimą, būtina aptarti intelektinės nuosavybės svarbą šiuolaikiniame pasaulyje, o tik po to nuosekliai pereiti į siauresniąją jos sritį – pramoninę nuosavybę.

Terminas “intelektinė nuosavybė” šiandien vartojamas ypač dažnai. Beveik tiek pat dažnai kaip ir bet kokia kita nuosavybės ar turto rūšis. Tik skirtingai nuo materialaus turto, šiuo terminu priimta žymėti tas žmogaus sukurtas vertybes, kurių neįmanoma apčiuopti. Jos sukurtos ir mums suprantamos tik mūsų intelekto pagalba. Intelektinės nuosavybės objektai yra mokslo, meno ir literatūros kūriniai, atradimai, išradimai, pramoniniai pavyzdžiai, prekių ženklai ir kiti intelektinės veiklos produktai. Intelektinės nuosavybės teisių apsauga ir jos reikšmė ekonominei, socialinei bei kultūrinei valstybės plėtrai yra didžiulė. Siekiant atkreipti visuomenės dėmesį į intelektinės nuosavybės produktus ir jų kūrėjus, formuoti teigiamą visuomenės požiūrį į intelektinės nuosavybės teisių apsaugą, Lietuvoje jau aštunti metai balandžio 26-ąją minima Pasaulinė intelektinės nuosavybės diena. Pasaulinės intelektinės nuosavybės organizacijos (PINO) Generalinio direktoriaus Kamil Idris žodžiais “Pasaulinės intelektinės nuosavybės dieną mes aukštiname ne tik didžiulį žmogaus kūrybiškumą, bet taip pat ir intelektinės nuosavybės teises, kurios padeda kurstyti ir nukreipti kūrybą teisinga linkme. Visas kūrybos ir iš jos gimstančių rezultatų apsaugojimo procesas sudaro itin svarbią varomąją jėgą ekonominiam, kultūriniam ir socialiniam vystymuisi.”²¹ Žinios, kūrybingumas, informacija, – tai nematerialios vertybės, bet būtent šios vertybės šiais laikais yra konkurencinio pranašumo šaltinis, todėl labai logiškai skamba Kamil Idris žodžiai, kad iš kūrybos gimstantys rezultatai turi būti saugojami. Pati “intelektinė nuosavybė gali būti padalinta į dvi dalis, būtent:

1. Pramoninę nuosavybę, kuomet savininkui suteikiamos monopolinės teisės į techninius ar estetinius išradimus bei išskirtinius ženklus. Tai susiję su išradimų, dizaino, pramoninių pavyzdžių ir prekės ženklų patentais bei kilmės vietos nuorodomis ar pavadinimais.
2. Autorių teisės, kurios taip pat yra vadinamos rašytojų ar menininkų teisėmis, saugo ne tik literatūros ar meno kūrinius, bet ir muzikos kūrinius, televizijos laidas, kompiuterių programas, duomenų bazes, reklamą ir multimediją.²²

²¹ Pasaulinės intelektinės nuosavybės organizacijos (PINO) Generalinio direktoriaus p. Kamil Idris pranešimas artėjančios Pasaulinės intelektinės nuosavybės dienos proga.

<http://www.vpb.lt/index.php?c=news/naujiena.php&n=304&l=lt>; prisijungimo laikas: 2008-09-01.

²² Europos Komisijos tinklapis „Jūsų Europa“

http://ec.europa.eu/youreurope/nav/lt/business/development/intellectual-property/index_lt.html; prisijungimo laikas: 2008-06-11.

Būtent pramoninės nuosavybės apsaugai ir teisėms užtikrinti šiuo metu skiriama itin daug dėmesio. Taip yra todėl, nes jau “visuotinai pripažįstama, kad gerai funkcionuojanti pramoninės nuosavybės apsaugos sistema skatina technikos vystymąsi, mokslinius tiriamuosius darbus ir inovacijas, pritraukia investicijas.”²³ Visuomenė vis labiau domisi pramoninės nuosavybės apsauga, dažniau naudojasi įstatymų suteiktomis galimybėmis ginti savo teises į pramoninės nuosavybės objektus, tuo sudarydami sąlygas moderniai ekonomikai kurti ir konkurencingumui didinti. Tai liudija ir 2008 m. vasario mėnesį atliktas visuomenės nuomonės tyrimas dėl pramoninės nuosavybės apsaugos galimybių žinomumo.²⁴ Tyrimo tikslas – nustatyti gyventojų informuotumą apie pramoninės nuosavybės apsaugos galimybes. Lyginant su 2007 metų pradžioje atlikto tyrimo rezultatais, išaugo dalis žinančiųjų (nuo 46% iki 48%) išradimų, prekių ženklų ir pramoninio dizaino apsaugos galimybes. Taip pat pažymėtina, jog dažniau nurodė, jog žino išradimų, prekių ženklų ir dizaino apsaugos galimybes tie respondentai, kurie turi aukštąjį išsimokslinimą, yra didžiausių pajamų grupės atstovai, didžiųjų miestų gyventojai bei aukščiausio ar vidutinio lygio vadovai.

Remiantis 1883 m. tarptautine Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo, yra laikoma, kad pramoninę nuosavybę sudaro: išradimų patentai, naudingieji mokslai, pramoniniai pavyzdžiai, prekių bei paslaugų ženklai, firmų pavadinimai, kilmės šalys (geografinės nuorodos), apsauga nuo nesažiningos konkurencijos. Minėta Paryžiaus konvencija reglamentuoja nacionalinio režimo principo taikymą. Tai reiškia, kad kiekvienos į Sąjungą įeinančios šalies piliečiai kitose šalyse naudojasi pramoninės nuosavybės apsaugos atžvilgiu tokiais pat privilegijomis, kurias šiuo metu suteikia arba ateityje suteiks įstatymai saviems piliečiams.

Pagrindinės pramoninės nuosavybės teisės asmeniui suteikiamos tik atlikus tam tikras registravimo ir ekspertizės procedūras (tai galioja ir prekių ženklu, ir išradimams, ir pramonės dizainui), o intelektinės nuosavybės teisės dažniausiai atsiranda automatiškai. „Kitas pramonės nuosavybės požymis yra išimtinai nacionalinis pobūdis. Patentas ar prekės ženklo liudijimas, išduotas vienoje valstybėje, kitose valstybėse savaime negalioja.“²⁵ Pramoninės nuosavybės teisės, tokios kaip prekių ženklai, įmonių vardai, geografinės nuorodos ir kitos (išskyrus patentus), „iš esmės yra įmonių, prekių ar paslaugų skirstymo instrumentai, o ne kūrybos mechanizmai.“²⁶ Tačiau tai anaipol nesumažina pramoninės nuosavybės reikšmės ekonomikoje

²³ <http://www.pfi.lt/apie/patentai.html>; prisijungimo laikas: 2008-05-29.

²⁴ Visuomenės nuomonės tyrimas dėl pramoninės nuosavybės apsaugos galimybių žinomumo (Užsakovas: Lietuvos Respublikos valstybinis patentų biuras; Vykdytojas: „Spinter tyrimai“); www.vpb.lt/doc/Prezentacija_200802.ppt; prisijungimo laikas: 2008-09-02.

²⁵ V. Žilinskas, P. Kasperavičius, M. Kiškis. Intelektinė nuosavybė ir jos teisinė apsauga. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2007. P. 31.

²⁶ Ten pat. P.22-23.

ir versle. Pavyzdžiui, prekių ženklai šiandien įmonei reiškia ryšio su visuomene priemonę. Ekonomiškai stiprių įmonių didelę turto vertės dalį sudaro nematerialus turtas. Svarbi šio turto dalis yra prekių ženklai. Bet koks prekės ženklo susilpnėjimas prilyginamas pavojui netekti sėkmingo verslo garantijos, o būtent esamų ir būsimų klientų. Pramoninės nuosavybės teisinėje sistemoje ilgą laiką svarbiausią vietą užėmė išradimų patentai, tačiau vis dažniau atsigręžiama ir į kitą pramoninės nuosavybės objektą, būtent prekės ženklus. „Teigiama, kad teisiškai apsaugoti prekių ženklus svarbiau negu išradimus, nes kokybiškoms prekėms naudojamas žinomas prekių ženklas padidina prekių konkurencingumą ir kainą apie 15 proc. ir daugiau.“²⁷ Generalinis advokatas Jacobs savo išvadoje byloje HAG II²⁸ tvirtino, kad prekių ženklai suteikia atlygį gamintojui, kuris nuolat gamina aukštos kokybės prekes, o tai skatina ekonomikos pažangą. Jo nuomone, jei nebūtų prekių ženklų apsaugos, gamintojai nerodytų daug iniciatyvos kuriant naują produkciją ar išlaikant gaminamų produktų kokybę. Europos Teisingumo Teismas taip pat įvertino prekės ženklų svarbą kuriant neiškraipytos konkurencijos sistemą. Prekių ženklai kaip pramoninės nuosavybės objektai yra ginami įstatymo. Jiems apsauga suteikiama siekiant plėtoti rinką bei didinti konkurencingumą šalyje. Tad galime daryti išvadą, kad pramoninės nuosavybės teisės, jų tarpe ir išimtinės teisės į prekės ženklus, – dažnai svarbiausias įmonės turtas, leidžiantis sėkmingai plėtoti verslą ir didinti konkurencingumą šalyje.

2.2. Savavališkas žymens, kuris tapatus ar panašus į kito asmens prekės ženklą, naudojimas kaip veika

LR Konkurencijos ir Prekių ženklų įstatymuose teigiama, kad draudžiama ūkio objektams savavališkai naudoti žymenį, kuris tapatus ar panašus į kito asmens registruotą prekės ženklą arba plačiai žinomą neregistruotą prekės ženklą. Tai reiškia, kad įregistruoto prekės ženklo savininkas turi išimtinę teisę neleisti trečiosioms šalims be jo sutikimo naudoti komercinėje veikloje tapačius arba panašius žymenis prekėms žymėti, kuriems buvo įregistruotas prekės ženklas, jei yra tikimybė suklaidinti visuomenę. Ši prekės ženklo savininko siejasi su jo teise naudoti prekės ženklą. Naudojimosi prekės ženklu teisė būtų visiškai neefektyvi, jei savininkas negalėtų drausti kitiems asmenims naudoti žymenų, panašių į jo prekės ženklą, nes būtent savininkas deda pastangas ir investicijas savo ženklo kūrimui, reklamavimui, vystymui. Kitų asmenų pasinaudojimas tokiu ženklu reikštų nesąžiningai įgytą naudą. Minėta nuostata, registruoto ženklo savininko teisę drausti kitiems vartoti savo veikloje atitinkamą žymenį sieja su trijų sąlygų visumos buvimu: 1) įregistruoto ženklo ir vartojamo žymens tapatumas arba

²⁷ Ten pat. P. 304.

²⁸ Europos Teisingumo Teismo 1990 m. spalio 17 d. sprendimas byloje SA CNL – SUCAL NV v HAG GF AG, C-10/89 [1990] ECR I-3711.

panašumas, 2) prekių ir paslaugų, kurioms žymėti įregistruotas ženklas ir yra vartojamas žymuo, tapatumas arba panašumas, 3) tikimybė, kad visuomenė įregistruotą ženklą ir vartojamą žymenį gali supainioti, kai žymėjimas asocijuojasi su ankstesniu prekių ir paslaugų ženklu. Plačiau žinomo ženklo apsauga yra dar platesnė, nes šie ženklai saugomi ir neįregistruoti. Be to jie yra saugomi netgi jei buvo panaudoti netapačioms ir nepanašioms prekėms ar paslaugoms žymėti. Apskritai kitiems asmenims yra draudžiama juos įregistruoti ar naudoti, bet išsamiau plačiau žinomus ženklus aptarsime vėlesniame poskyryje. Kaip minėta, savavališkas žymens, kuris tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto prekės ženklą, panaudojimas kaip teisės pažeidimas turi daug sudėtinių elementų, todėl veikos analizė turi prasidėti nuo sąvokų tikslaus apibrėžimo ir jų turinio atskleidimo. Taigi pirmiausia išsiaiškinkime, kas yra laikoma žymeniu ir prekės ženklu.

Žymuo intelektinėje nuosavybėje yra suprantamas kaip komercinis simbolis, kurį galima panaudoti siekiant pagerinti prekių ar paslaugų žinomumą ir išskirtinumą rinkoje. Tokie žymenys, „apibūdinantys prekių ar paslaugų kilmę, kokybę ar reputaciją, gali būti intelektinės nuosavybės teise ginami komerciniai simboliai: prekių ženklai, firmų vardai, geografinės kilmės nuorodos ir kilmės vietos pavadinimai.“²⁹ Žymenimis taip pat laikomos su intelektinės nuosavybės teise susijusios, bet skiriamųjų požymių neturinčios nuorodos, kaip domenų vardai, neregistruotini vaistų pavadinimai, intelektinės nuosavybės nuorodos ant prekių ir paslaugų, augalų veislių pavadinimai. Kiekvienas ūkio subjektas pradėdamas ūkinę – komercinę veiklą, susijusią su prekių ar paslaugų teikimu, sieja ją su tam tikru žymeniu, kuris turi galią atskirti jo prekes ar paslaugas nuo kitų subjektų teikiamų prekių ar paslaugų. Naudojant tokį žymenį ilgainiui jis įgyja tam tikrą vertę ir reputaciją, o taip pat ir vartotojų pasitikėjimą. Dėl to ūkio subjektas, siekia savo žymenį apsaugoti nuo nesąžiningų konkurentų. Šią funkciją ir atlieka prekių ženklai. Pažymėtina, kad prekės ženklu bus pripažįstamas ne bet koks žymuo, o tik toks, kuris gali atskirti vieno asmens prekes ar paslaugas nuo kito asmens prekių ar paslaugų. Taip pat prekės ženklui keliami absoliutūs ir santykiniai prekės ženklo reikalavimai. Išsamiau panagrinėkime, kada žymuo bus pripažintas prekės ženklu.

Remiantis LR Prekių ženklų įstatymu, prekės ženklas - tai bet koks žymuo, kurio paskirtis – atskirti vieno asmens prekes arba paslaugas nuo kito asmens prekių arba paslaugų ir kurį galima pavaizduoti grafiškai. LR Prekių ženklų įstatymo 5 straipsnis nusako kokie žymenys gali sudaryti ženklą: žodžiai, asmenų pavardės, vardai, meniniai pseudonimai, juridinių asmenų pavadinimai, šūkių, raidės, skaitmenys, piešiniai, emblemos, erdvinės formos (gaminų išorinis vaizdas, jų pakuotės ar talpyklos), spalvos ar spalvų deriniai, jų kompozicijos bei bet koks šių žymenų derinys. Lietuvos Aukščiausiasis Teismas nutartyje 3K-3-337/1999 konstatavo, kad

²⁹ Intelektinė nuosavybė kaip kokybės gerinimo šaltinis : bendroji informacija ir svarbiausi tinklapiai smulkioms ir vidutinėms įmonėms (SVĮ). Vilnius : Justitia, 2003. P. 76.

pagal paskelbtus Pasaulinės intelektinės nuosavybės apsaugos organizacijos (PINO) tyrimus pripažįstama, kad prekių ženklai turi keturias pagrindines funkcijas: skiriamąją, kilmės, kokybės, reklaminę. Per ryšį, sukurtą tarp ženklo ir prekės ar paslaugos, ženklai supažindina visuomenę su tokia preke ar paslauga. Tokiu būdu, prekių ženklai padeda jų savininkams ne tik sužadinti ir išlaikyti visuomenės poreikius, bet ir informuoti vartotoją apie prekes ir paslaugas, esančias rinkoje.

Svarbu pabrėžti tai, jog tam, kad žymuo būtų naudojamas kaip prekių ženklas, visai nebūtina jį įregistruoti, nes Prekių ženklų įstatymas neįpareigoja to daryti. Neįregistruotas žymuo taip pat gali atlikti pagrindinę prekių ženklo paskirtį, būtent, atskirti vieno gamintojo prekes arba paslaugas nuo kito gamintojo prekių arba paslaugų. Įregistruoti prekių ženklą nėra pareiga, - tik teisė, tačiau ši neregistruoto ženklo savininko teisė gali būti apribota kilus konfliktui su jau įregistruoto ženklo savininku. Tai patvirtina ir Lietuvos Aukščiausiasis Teismas vienoje iš savo nagrinėtų bylų, teigdamas, kad „siekiant atitinkamą žymenį naudoti ūkinėje-komercinėje veikloje, nebūtina jį įstatymų nustatyta tvarka įregistruoti kaip prekių ženklą, t.y. registracija nėra privaloma žymens teisėto naudojimo sąlyga. Tačiau kada naudojamas žymuo nėra įregistruotas, kitas asmuo, įregistravęs ženklą, gali PŽĮ 38 straipsnio pagrindu prašyti teismo uždrausti neįregistruotą žymenį naudoti.“³⁰ Apibendrinant galime teigti, kad prekės ženklas yra žymuo, kurio paskirtis yra atskirti vieno asmens prekes ar paslaugas nuo kito asmens prekių ar paslaugų, ir kuri galima pavaizduoti grafiškai, o tai reiškia, kad egzistuoja du kriterijai, kuriais remiamasi, nustatant, ar tam tikras žymuo gali būti pripažintas prekės ženklu. Pirmasis siejasi su prekės ženklo funkcijomis, o antrasis – su galėjimu žymenį pavaizduoti grafiškai. Prekės ženklo savininkas įgyja išimtinę, įstatymo numatytą teisę, tačiau visų pirma žymuo turi būti pripažintas prekės ženklu, t.y., atitikti įstatymo numatytus absoliučius prekės ženklo reikalavimus. LR Prekių ženklų įstatymo 6 straipsnis ir numato tuos atvejus, kuomet žymuo nebus pripažintas prekės ženklu (neturi jokio skiriamojo požymio, nurodo tik prekių rūšį, vertę, kiekį, paskirtį, kokybę ir t.t.). Prekės ženklai ir paslaugų ženklai skiriasi tik objektu, o jų atliekamos funkcijos ir suteikiamos teisės yra vienodos, todėl darbe atskirai paslaugų ženklai nėra aptarti.

Atskleidus prekės ženklo sąvokos turinį, galima aptarti, kokias teises įgyja teisėtas prekės ženklo savininkas. Tiek registruoto, tiek neregistruoto prekės ženklo savininkas visų pirma įgyja teisę naudoti prekės ženklą. Tačiau prekės ženklo registracija suteikia išimtinę teisę į jį. Savininko teisė naudoti prekės ženklą sąlygoja ir jo teisę uždrausti kitiems subjektams naudoti tapatų ar panašų prekės ženklą. Remiantis TRIPS sutartimi (Sutartis dėl intelektinės

³⁰ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2004 m. gruodžio 15d. nutartis civilinėje byloje UAB „Kilminė“ v AB „Vilniaus prekyba“, Nr. 3K-3-483/2004.

nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba) ir LR Konkurencijos įstatymu, registruoto prekės ženklo savininkas įgyja išimtinę teisę uždrausti kitiems asmenims be jo sutikimo komercinėje veikloje naudoti bet koki žymenį, kuris yra:

1. Tapatus ar panašus registruotam ženklui ar neregistruotam plačiai žinomam prekės ženklui **tapatioms prekėms ir (ar) paslaugoms**.
2. Tapatus registruotam ženklui ar neregistruotam plačiai žinomam prekės ženklui **tapatioms ar panašioms prekėms ir (ar) paslaugoms** ar klaidinamai į jį panašus ir dėl to yra galimybė suklaidinti visuomenę, įskaitant ir klaidinamą asocijavimą su registruotu ženklu.
3. Tapatus registruotam ar neregistruotam plačiai žinomam prekės ženklui **nepanašioms prekėms ir (ar) paslaugoms** ar klaidinamai panašus į jį, jeigu įregistruotasis ženklas turi reputaciją ir jeigu dėl neteisėto tokio žymens vartojimo įgyjamas nesąžiningas pranašumas arba pažeidžiamas to ženklo skiriamasis požymis, arba pakenkiama jo reputacijai.

2.2.1 Savavališkas naudojimas

Registruoto prekės ženklo savininkas gali pasinaudoti teise uždrausti kitam asmeniui naudoti ginčytiną prekės ženklą savo komercinėje veikloje, tik tuo atveju, jei tas naudojimas yra savavališkas. Tai reiškia, kad atsakovas, nepagrįstai naudojantis atitinkamą žymenį, neturi į jį savarankiškos teisės (nėra žymens įregistravęs kaip savo prekės ženklo). Jeigu savarankišką teisę į žymenį atsakovas turi, tai nenuginčijus tokio ženklo registracijos, jam negali būti uždrausta ši ženklo naudoti. Taigi, teismas, nagrinėdamas bylas dėl prekių ženklo savininko teisių pažeidimo (PŽĮ 38 straipsnis), ir aiškindamasis visas aplinkybes, susijusias su atsakovo naudojamu žymeniu, visų pirma, turi nustatyti, ar atsakovas tą žymenį naudoja savavališkai, t.y. ar jis žymens nėra įsiregistravęs kaip savo prekių ženklo. Savavališku arba neteisėtu prekės ženklo naudojimu taip pat reikėtų laikyti ir prekės ženklo naudojimą nepasirašius licencinės sutarties su prekės ženklo tikroju savininku. „Pagal licencinę sutartį teisės į intelektinę nuosavybę (patento, prekių ženklo ir pan.) savininkas (licenciaras) duoda leidimą (licenciją) naudotis savo teise, o iš asmens, gaunančio leidimą (licenciatą), reikalaujama mokėti rojalti.“³¹ Licencinių sutarčių objektai yra įvairūs: prekių ženklai, išradimai, dizainas, gamybos paslaptys ir kt. Kai licencinės sutarties objektas yra prekės ženklas, svarbiausiais sutarties aspektais laikomi: leidimo naudoti prekės ženklą verslo tikslais suteikimas; draudimas licenciatui naudoti prekės ženklą gaminiams, kurie neatitinka licenciaro nustatyto kokybės standarto; teritorijos, kurioje galima naudoti prekės

³¹ Intelektinė nuosavybė kaip kokybės gerinimo šaltinis : bendroji informacija ir svarbiausi tinklapiai smulkioms ir vidutinėms įmonėms (SVĮ). Vilnius : Justitia, 2003. P. 116.

ženklą, apibrėžimas; atlyginimo nustatymas (vienkartinis mokestis, periodinis mokestis ar mišrusis mokestis). Taigi savavališku žymens naudojimu, kuris yra tapatus ar panašus į kito asmens prekės ženklą, laikysime ūkio subjekto veiksmus, kai jis naudoja prekės ženklą, bet neturi savarankiškos teisės į jį arba nėra pasirašęs licencinės sutarties su tikroju prekės ženklo savininku. „Konkurencijos įstatymas neapibrėžia ženklo naudojimo sąvokos <...> tačiau vadovaujantis nesąžiningos konkurencijos apibrėžimu galima daryti išvadą, kad įstatymo leidėjas nesąžininga konkurencija laiko ne administracinį aktą – ženklo įregistravimą LR prekių ir paslaugų ženklų registre, bet jo naudojimą ūkinėje veikloje.“³² Taigi ženklo naudojimu turėtų būti pripažintas tiek prekių, žymimų tam tikru ženklu, teikimas į rinką, tiek jų sandėliavimas ar kitoks disponavimas jomis. LR Prekių ženklų įstatymo 38 straipsnyje teigiama, kad prekės ženklo savininkas gali uždrausti kitiems asmenims be jo sutikimo naudoti žymenį, kuris yra tapatus ar panašus į jo prekės ženklą. Remiantis minėto įstatymo straipsniu, prekės ženklo naudojimu pripažįstami šie veiksmai:

1. Prekių ar jų pakuočių žymėjimas ginčijamu žymeniu.
2. Siūlymas ginčijamu žymeniu pažymėtas prekes išleisti į rinką arba tuo tikslu jas sandėliuoti, nuomoti, skolinti ar kitaip jomis disponuoti bei teikti juo pažymėtas paslaugas.
3. Ginčijamu žymeniu pažymėtų prekių importavimas ar eksportavimas.
4. Ginčijamo žymens naudojimas komercinės veiklos dokumentuose ar reklamoje.
5. Ginčijamo žymens gaminimas ar jo pavyzdžių laikymas turint tikslą atlikti bet kuriuos aukščiau nurodytus veiksmus.

Jeigu jau teismas pripažino užginčyto ženklo registraciją negaliojančia, tolesnis (t.y. nuo šio momento) tokio ženklo naudojimas yra neteisėtas. Ginčai dėl registracijos pripažinimo negaliojančia nėra savitiksliai. Registracijos, taigi išimtinių teisių ginčijimas, savo esme reiškia taip pat ir siekį, kad rinkoje to ženklo nebūtų, t.y. kad ženklas nebūtų naudojamas. Konkurencijos įstatyme teigiama, kad draudžiama savavališkai naudoti žymenį, kuris tapatus ar panašus į kito asmens prekės ženklą būtent komercinėje veikloje. Būtina bent trumpai paminėti, ką reiškia terminas „komercinė veikla“. Sprendžiant klausimą, ar prekės ženklas buvo naudojamas komerciniais tikslais, išeities tašku turėtų būti įvertinimas, ar asmuo ženklą naudojo prekybiniais tikslais ar tik asmeninėms reikmėms. Remiantis Europos Teisingumo Teismo praktika, galima daryti išvadą, kad prekės ženklo naudojimo komercinėje veikloje turinys turėtų būti suprantamas plačiai, t.y. apimti ne tik tuos atvejus, kai žymuo naudojamas kaip prekės ženklas, bet ir kaip prekių kilmės nuoroda.

³² LR Konkurencijos Tarybos 2000 m. spalio 6d. raštas „Dėl LR Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio aiškinimo“, Nr. 09-04-1192.

2.2.2 Žymens ir prekės ženklo tapatumo ir panašumo nustatymo kriterijai

Kitas svarbus žingsnis, išsiaiškinti, ką reiškia tapatus ar panašus žymuo į registruotą prekės ženklą ar neregistruotą, bet plačiai žinomą, nes tik tokių žymenų savavališkas naudojimas laikomas savininko teisių pažeidimu. Laikoma, kad žymuo ir prekės ženklas yra tapatus, kai sutampa visos juose esančių elementų detalės, tokios kaip: spalvos, užrašai, figūros, grafika ir kita. Svarbu yra ir tai, kad tapačiais prekių ženklais teismai pripažįsta ne tik tuos prekių ženklus, kurių elementai yra visiškai vienodi, bet ir tuos, kurie turi neesminių skirtumų, bet vertinant prekės ženklą kaip visumą, vidutinis vartotojas tų skirtumų nepastebėtų. Tuo tarpu žymens ir prekės ženklo panašumą lemia juose esančių elementų bendrumas. „Panašumui turi įtakos sutampančių ir nesutampančių elementų santykis, taip pat jų svarba ženklų kompozicijoje.“³³ Vertinant, ar žymenys ir ženklai yra panašūs, turi būti atsižvelgiama į tai, kaip tai vertintų vidutinis vartotojas. Vidutiniu vartotoju turi būti laikomas protingai gerai informuotas, protingai atidus ir apdairus vartotojas.³⁴ „Bendriausias ženklų panašumo kriterijus yra bendras suvokimo išpūdis, kurį sukelia ženklas ir jo vaizdo prasmė, dėl ko vartotojai ūkinėje veikloje gali ženklus supainioti, nepaisant tam tikrų juos sudarančių elementų skirtumų.“³⁵ Vartotojas dažnai neturi galimybės palyginti dviejų ženklų, o vadovaujasi tik bendru regimu išpūdžiu apie anksčiau matytą ženklą, todėl nustatant ženklų panašumą, nedideli ir nežymūs ženklų elementų skirtumai neturėtų vaidinti lemiamo vaidmens. Žodiniuose ženkluose gali būti panašūs grafinis atlikimas, prasmė („PICARO“ ir „PICASSO“ skirtingi pagal prasmę) ar tarimas („CUP-O‘-COLA“ klaidinančiai panašus į „COCA-COLA“). Dažnai žodinių ženklų panašumas atsiranda, kai veikia visi minėti kriterijai, tačiau tai nėra būtina sąlyga. Gali užtekti ir vieno kriterijaus, kad ženklai būtų pripažinti panašiais. Tuo tarpu vaizdinių ir erdvinių ženklų panašumą lemia: vaizdo rūšis ir pobūdis, geometrinės formos, prasmė bei spalva ar jų deriniai. Vertinant vaizdinių ar erdvinių ženklų panašumą pirmiausia ekspozicijoje turėtų būti išskiriami svarbiausi elementai, o tik tuomet pagal juos lyginami patys ženklai. Sunkiausia vertinti kombinuotus ženklus, sudarytus iš įvairių skirtingų elementų. Tikrinant kombinuotų ženklų panašumą, vieno ženklo elementai lyginami su tokiais pat kito ženklo elementais. Nustatinėjant, ar prekių ženklai yra panašūs/tapatūs „grafinis ženklo atlikimas (vizualus panašumas), ženklo tarimo panašumas (fonetinis panašumas), ženklo prasmė (semantinis panašumas) yra laikomi lygiaverčiais

³³ Valstybinio patentų biuro metodiniai nurodymai „Dėl prekių ir paslaugų ženklų tapatumo bei panašumo nustatymo“ 1996-07-11.

³⁴ Europos Teisingumo Teismo 1999 m. birželio 22 d. sprendimas byloje Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV, Nr. C-342/97.

³⁵ Ten pat.

kriterijais ir nei vienas iš jų neturi dominuojančios reikšmės.³⁶ Vienoje iš Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nagrinėtų bylų, ginčijami prekių ženklai „PASAKA“ ir „RYTO PASAKA“ nebuvo pripažinti panašiais, nes jų žodinių ir grafinių elementų visuma skyrėsi. Teismas vertino tiek vizualų, tiek fonetinį, tiek semantinį ženklų panašumą ir pripažino, kad negalima vieno iš šių kriterijų laikyti mažiau reikšmingu. Kitoje byloje Lietuvos Aukščiausiasis Teismas ieškovo prekės ženklą „Rūta“ ir atsakovo firmos pavadinimą „Naujoji Rūta“ pripažino panašiais, nes teismo teigimu, atsakovas prekes žymi vartojant žodį „Rūta“ arba vartojant šį žodį derinyje su žodžiu „Naujoji“ bei su įregistruotu prekių ženklu - rūtos šakelės piešiniu. Taigi atsakovas vartoja žymenį, panašų į ieškovo įregistruotą prekių ženklą, nes visos šiame žymenyje esančių elementų detalės sutampa. Žymens „Rūta“ elementų bendrumas sukelia suvokimo įspūdį, kad prekes gamina vienas gamintojas. Teismas taip pat pastebėjo, kad „atsakovo prekės žymimos žymeniu „Rūta“, „Naujoji Rūta“ aiškiai matomoje vietoje, tuo tarpu firmos pavadinimas ir adresas yra nurodomi mažiau pastebimoje vietoje. Atsakovas firmos vardą dažnai vartoja kaip prekių ženklą, tačiau firmos vardo kaip prekių ženklo nėra įregistravęs. Atsakovo žymuo, vartojamas kaip firmos vardas, yra panašus į ieškovo registruotą prekių ženklą, todėl jo vartojimas klaidina visuomenę ir pažeidžia ieškovo ženklo skiriamąjį požymį.“³⁷ Būtina pabrėžti, kad tais atvejais, kai ženklai yra tapatūs, vartotojų suklaidinimas dėl prekių ar paslaugų kilmės yra preziumuojamas, tad ieškovui įrodinėjant, kad atsakovo naudojamas žymuo yra tapatus į jo prekės ženklą, nebereikia įrodinėti vartotojų suklaidinimo fakto, kaip to yra reikalaujama ginčiuose dėl panašių prekių ženklų.

Išsiaiškinus, ką reiškia prekių ženklų tapatumas ir panašumas, svarbu tinkamai suvokti, kada pačios prekės laikomos tapačiomis ar panašiomis (vienarūšės prekės). „Tai vienos rūšies prekės ar paslaugos, kurias žymint tapačiais ar panašiais ženklais, gali sudaryti vartotojui įvaizdį, kad jos priklauso vienam gamintojui. Prekių ir paslaugų vienarūšiškumas tiesiogiai susijęs su ženklų, skirtų joms žymėti, panašumu. Kuo aiškesnis ženklų panašumas, tuo didesnis jų supainiojimo pavojus ir tuo pačiu platesnis vienarūšiškumo tikrinimo diapazonas.“³⁸ Aukštesnis laipsnis ženklų panašumo atitinkamai lemia ir aukštesnį laipsnį prekių panašumo, ir atvirkščiai – aukštesnis laipsnis prekių panašumo lemia ir aukštesnį laipsnį prekių ženklų panašumo. Nustatinėjant prekių ar paslaugų tapatumą ar panašumą padeda Nicos sutartis dėl tarptautinės

³⁶ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2004 m. lapkričio 22 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Somera“ v LR valstybinis patentų biuras, UAB „Pieno žvaigždės“, 3K-3-595/2004.

³⁷ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2000 m. sausio 25 d. nutartis civilinėje byloje IĮ Antano Gricevičiaus Lietuvių saldainių fabrikas „Rūta“ v AB „Naujoji Rūta“, 3K-3-28/2000.

³⁸ Valstybinio patentų biuro metodiniai nurodymai „Dėl prekių ir paslaugų ženklų tapatumo bei panašumo nustatymo“ 1996-07-11.

prekių ir paslaugų ženklų registravimo klasifikacijos.³⁹ Tačiau minėtame dokumente kai kurios prekių ir paslaugų klasės yra labai plačios, todėl visuomet nustatinėjant, ar prekės (paslaugos) yra tapačios, panašios, svarbu atkreipti dėmesį į šiuos kriterijus:

1. Prekių rūšį (medžiagos, iš kurių pagamintos prekės bei prekės išvaizda).
2. Prekių realizavimo sąlygas (parduodama parduotuvėse ar stambiuose prekybos centruose ir pan.).
3. Prekių paskirtį (prekės panaudojimo sritis ir jos funkcija).
4. Prekybos kanalus, kuriais prekės patenka į rinką.

2.2.3 Klaidinimo teisinė kategorija

Išsiaiškinkime, ką reiškia įstatymo leidėjo suformuluota nuostata „klaidinamai į jį panašus ir dėl to yra galimybė suklaidinti visuomenę“. Klaidinimo teisinė kategorija reiškia klaidinimą dėl dviejų skirtingiems asmenims priklausančių teisių, kurias visuomenė dėl vienokių ar kitokių priežasčių gali sieti su vienu ir tuo pačiu asmeniu. Taip vartotojams sukeliama painiava, jie paprasčiausiai klaidinami. Europos Teisingumo Teismas dar 1998 m. rugsėjo 29 d. sprendime, priimtame byloje Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwyn-Mayer Inc., bylos Nr. C-39/97 (ECR, 1998, I-5507) pažymėjo, kad pagrindinė prekių ženklo funkcija yra garantuoti pirkėjui rinkoje esančios prekės šaltinio identiškumą, įgalinant jį be jokios painiojimo galimybės atskirti prekes ar paslaugas nuo kitų, kurių šaltinis yra kitas. Net ir dalies visuomenės suklaidinimo galimybė turi būti įvertinama bendrai (globaliai), įvertinant visus faktorius, reikšmingus konkrečiomis aplinkybėmis (Europos Teisingumo teismo 1998 m. rugsėjo 29 d. sprendimas, priimtas byloje Canon Kabushiki Kaisha v Metro-Goldwyn-Mayer Inc., bylos Nr. C-39/97, ECR I-5507, Europos Teisingumo Teismo 1999 m. birželio 22d. sprendimas, priimtas byloje Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v. Klijsen Handel BV, bylos Nr C-342/97, ECR I-3819 ir kt.) „Bendras suklaidinimo galimybės įvertinimas, priklausantis nuo vizualinio, fonetinio ir prasminio konkrečių ženklų panašumo, turi būti paremtas bendru jų sukuriamu išpūdžiu, turint galvoje, konkrečiai - jų skiriamuosius ir dominuojančius (svarbiausius) elementus.“⁴⁰ Sprendžiant, ar ženklas yra klaidinamai panašus į kitą, jau registruotą prekės ženklą, ir dėl to atsiranda galimybė suklaidinti visuomenę, turi būti vertinama per vidutinio vartotojo prizmę. Čia svarbu paminėti Europos Sąjungos Teisingumo Teismo sprendimą, priimtą byloje SABEL BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport. Šioje byloje Teismas konstatavo, kad visuomenės klaidinimo tikimybės klausimas turi būti sprendžiamas atsižvelgiant į tam tikrą

³⁹ 1957-06-15 Nicos sutartis dėl tarptautinės prekių ir paslaugų ženklų registravimo klasifikacijos // Valstybės žinios. 1997. Nr. 14-290;

⁴⁰ Europos Teisingumo Teismo 1999 m. birželio 22d. sprendimas, priimtas byloje Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v. Klijsen Handel BV, bylos Nr C-342/97, ECR I-3819.

etaloną, kuriuo Teismas ir pripažino vidutinio vartotojo nuomonę. Būtent vidutinio vartotojo nuomonė turi lemiamą reikšmę sprendžiant, ar prekės ženklas gali klaidinti visuomenę, ir nepakanka įrodyti dviejų prekių ženklų panašumo, o būtina dar įrodyti, kad dėl to panašumo ir atsirado visuomenės suklaidinimo tikimybė.⁴¹ Jau anksčiau aptarėme vidutinio vartotojo sąvoką, tad belieka pridurti, kad vidutinis vartotojas paprastai ženklą suvokia kaip visumą ir neanalizuoja jo atskirų detalių ir dažniausiai neturi galimybės palyginti du skirtingus ženklus, bet turi remtis nepilnais jų (ženklų) atvaizdais, kuriuos jis išlaikė savo atmintyje. Taip pat reikia atsižvelgti į tai, kad vidutinio vartotojo dėmesio laipsnis būna skirtingas kiekvienu konkrečiu atveju, o tai priklauso nuo konkrečių prekių ar paslaugų kategorijos (Europos Teisingumo Teismo 1997 m. lapkričio 11 d. sprendimas byloje SABEL BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, Nr. C-251/95, ECR I- 6191, Europos Teisingumo Teismo 1999 m. birželio 22d. sprendimas, priimtas byloje Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v. Klijsen Handel BV, bylos Nr C-342/97, ECR I-3819 ir kt.)

Lietuvos teismai laikosi Europos Teisingumo Teismo išaiškinimų ir jais remiasi sprenddami bylas Lietuvos Respublikoje. Viena iš klaidinimo rūšių yra vadinamasis „klaidinimas dėl kokių nors tarpusavio sąsajų“. Tokio klaidinimo pavyzdį nurodė Lietuvos Aukščiausias Teismas vienoje iš savo nagrinėtų bylų, kur UAB „Legosta“ įregistravo firmos vardą klaidinamai panašų į Danijos bendrovei priklausančią prekės ženklą LEGO. Teismas, nagrinėdamas bylą, nustatė, kad UAB „Legosta“ reklamuodamas savo bendrovę, firmos vardą naudoja „taip ir tokiu būdu, kad būtų išskiriama ir pabrėžiama būtent dalis LEGO.“⁴² Visuomenės nuomonės tyrimų rezultatai parodė, kad net 30 proc. apklaustųjų respondentų firmos vardą „Legosta“ susiejo su ženklu LEGO. Teismas įpareigojo pakeisti firmos vardą „Legosta“ į kitą pavadinimą, kuriame nebūtų žodžio ar žodžio dalies LEGO.

Svarbu suvokti, kad be minėtos klaidinimo teisinės kategorijos, egzistuoja ir suklaidinimo teisinė kategorija, naudojama kalbant apie absoliučius reikalavimus prekės ženklui. Čia kalbama apie žymenį savyje turintį klaidinančių duomenų, teikiantį klaidinančią informaciją apie prekes ar paslaugas, ar jų gamintoją. Toks žymuo nepripažįstamas ženklu. Jeigu toks žymuo gali suklaidinti visuomenę, tai turi būti sprendžiama, atsižvelgiant į tai, kokią informaciją tas žymuo teikia būtent vidutiniam vartotojui. Taigi išvada yra tokia, kad suklaidinimas (angl. „deceptiveness“) ir klaidinimas (angl. „confusion“) yra dvi skirtingos teisinės kategorijos, kurių pirmoji yra vienas iš teisės aktuose įtvirtintų absoliučių reikalavimų prekių ženklui, o antroji naudojama kalbant apie kitus reikalavimus prekių ženklui. Tuo tarpu „galimybė suklaidinti

⁴¹ Europos Teisingumo Teismo 1997 m. lapkričio 11 d. sprendimas byloje SABEL BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, Nr. C-251/95, ECR I- 6191.

⁴² Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2006 m. kovo 27d. nutartis civilinėje byloje „Kirbki A/S“ v UAB „Legosta“, Nr. 3K-3-209/2006.

visuomenę – galimybė klaidingai informuoti, jog prekių ženklu ir panašiu į jį žymeniu pažymėtos prekės ar paslaugos yra kilusios iš vieno ūkio subjekto arba kad yra kilusios iš skirtingų, tačiau ekonominiais ryšiais susijusių ūkio subjektų.⁴³

2.2.4 Plačiai žinomi ženklai

Kiekvienoje šalyje egzistuoja tam tikri prekių ženklai, kurie yra labai gerai žinomi visuomenei. Tokie ženklai yra vadinami plačiai žinomais. Plačiai žinomų ženklų teisinė apsauga ypatinga tuo, kad jie yra saugomi neatsižvelgiant į tai ar jie registruoti, ar ne. Paryžiaus konvencija įpareigoja šalis uždrausti naudoti prekės ženklą, jeigu ženklas atkartoja, imituoja kitą ženklą arba yra kito ženklo vertimas ir gali būti supainiotas su juo, kadangi registravimo arba panaudojimo šalies kompetentingas organas pripažįsta, kad tas ženklas toje šalyje yra jau plačiai žinomas ir naudojamas tokiems pat arba panašioms gaminiais.⁴⁴ Taigi Paryžiaus konvencija suteikia apsaugą neregistruotiems prekių ženkams, jeigu jie yra plačiai žinomi. Tokių ženklų apsauga yra būtina, nes registracija arba panaudojimas panašaus į jį ženklo gali sąlygoti nesąžiningą konkurenciją. „Akivaizdu, kad plačiai žinomiems ženkams Paryžiaus konvencijos suteikiama apsauga yra sąlygota ne nuosavybės teisių į ženklą įgijimu, kaip tai yra registracijos atveju, o siekiant apsaugoti sąžiningo ūkininkavimo tvarką bei vartotojų interesus.“⁴⁵ Plačiai žinomiems ženkams suteikiama apsauga, neatsižvelgiant į susijusias prekes, į plačiai žinomo ženklo registravimo faktą ir klaidinimo riziką. „Apsaugos sąlygos yra tokios: ženklas turi būti naudojamas taip, kad rodytų esant prekių ir paslaugų bei plačiai žinomo ženklo savininko ryšį ir egzistuočių galimybę, jog jo interesams bus padaryta žala; ženklo panaudojimas sukuria galimybę pakenkti plačiai žinomo ženklo skiriamajam požymiui arba jį sumenkinti; taip ženklą panaudojus įgyjamas nesąžiningas pranašumas plačiai žinomo ženklo skiriamojo požymio dėka.“⁴⁶ Kuomet tam tikras visuomenės sluoksniš prekės ženklą, kuriuo pažymėtos konkrečios prekės gerai žino, kaip priklausanti būtent tam prekių gamintojui ar paslaugų teikėjui, nesuteikimas tokiam ženkliui apsaugos, reikštų nepaisymą visuomenėje susiformavusio įspūdžio apie tą prekės ženklą ir juo pažymėtas prekes. „Toku būdu būtų iškreipiamas tikrovėje rinkoje aiškiai susiklostęs grįžtamasis ryšys: prekių gamintojas ar paslaugų teikėjas – prekių ženklu pažymėtos prekės ir

⁴³ D. Klimkevičiūtė „Prekių ženklų ir pramoninio dizaino teisių įgyvendinimas: teismų praktikos tendencijos ir aktualijos“ http://www.vpb.lt/news/nfiles/teis_8.ppt; prisijungimo laikas: 2008-09-12.

⁴⁴ Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo, Žin. (1996, Nr. 75-1796).

⁴⁵ L. Čekavičiūtė „Ar neregistruoto prekės ženklo savininkas turi teisę į ženklo apsaugą?“ P. 41. International Journal of Baltic Law (International Journal of Baltic Law), 2004, www.ceeol.com.

⁴⁶ Intelektinė nuosavybė kaip kokybės gerinimo šaltinis : bendroji informacija ir svarbiausi tinklapių smulkios ir vidutinės įmonės (SVĮ). Vilnius : Justitia, 2003. P. 86.

(arba) paslaugos – visuomenė (t.y. prekių ir (arba) paslaugų vartotojas).⁴⁷ Plačiai žinomo ženklo apsauga jokių būdu nepaneigia registracijos atitinkama įstatymų nustatyta tvarka svarbos. Nors įstatymas leidžia naudoti ženklą jo ir neregistruojant, bet tik būnant ženklo savininku Prekių ženklų įstatymo prasme, įstatymas garantuoja tokio savininko teisių apsaugą. Kaip jau minėjome, plačiai žinomi ženklai yra saugomi ir neregistruojant jų. Teisingumas reikalauja, kad neregistruotas prekės ženklas, dėl pastangų ir investicijų tapęs plačiai žinomu, būtų apsaugotas ir vėlesnės registracijos būdu kitas asmuo neįgytų teisių į jį.⁴⁸

Lietuvoje plačiai žinomo ženklo savininkas turi teisę:

1. Uždrausti kitiems asmenims be jo sutikimo naudoti pramoninėje ar komercinėje veikloje bet kuri žymenį, kuri galima palaikyti plačiai žinomo ženklo atgaminiumi, imitacija ar vertimu ir kuris gali suklaidinti dėl tapačių ir (ar) panašių prekių, kurioms plačiai žinomas ženklas naudojamas.
2. Uždrausti kitiems asmenims be jo sutikimo pramoninėje ar komercinėje veikloje naudoti bet kuri žymenį, kuri galima palaikyti plačiai žinomo ženklo atgaminiumi, imitacija ar vertimu ir kuris gali suklaidinti, nes tuo žymeniu pažymėtas netapačias ir nepanašias prekes ir (ar) paslaugas galima susieti su tomis prekėmis ir (ar) paslaugomis, kurios žymimos plačiai žinomu ženklu, ir dėl to gali būti pažeistos registruoto plačiai žinomo ženklo savininko teisės.⁴⁹

Kadangi plačiai žinomo prekės ženklo savininkas taip pat turi ir LR Prekių ženklų įstatymo 38 straipsnio 1 dalyje nurodytas įregistruoto prekės ženklo savininko teises, susijusias su tapataus ženklo naudojimu (1. Išimtinė teisė uždrausti naudoti tapatų prekės ženklą tapačioms prekėms žymėti. 2. Uždrausti naudoti klaidinamai panašų ženklą, jei dėl to kyla galimybė suklaidinti visuomenę. 3. Uždrausti naudoti tapatų ar panašų ženklą nepanašioms prekėms žymėti jei ženklas Lietuvoje turi reputaciją ir jeigu dėl neteisėto tokio žymens naudojimo įgyjamas nesąžiningas pranašumas arba pakenkiama reputacijai), tai būtina išsamiau susipažinti su plačiai žinomo ženklo samprata. LR Prekių ženklų įstatymo 9 straipsnio 1 ir 3 dalys nurodo, kad plačiai žinomu ženklu pripažįsta teismas, jeigu to ženklo naudojimo ar reklamavimo rezultatai rodo, kad jis yra gerai žinomas tam tikrame visuomenės sluoksnyje. Praktikoje dažnai remiamasi Pasaulinės Intelektinės Nuosavybės Apsaugos Organizacijos (angl. WIPO)

⁴⁷ D. Klimkevičiūtė „Prekių ženklų ir pramoninio dizaino teisių įgyvendinimas: teismų praktikos tendencijos ir aktualijos“ http://www.vpb.lt/news/nfiles/teis_8.ppt; prisijungimo laikas: 2008-09-12.

⁴⁸ Frederick W. Mostert. Famous and Well Known Marks. An International Analysis. New York, 2004 P. 26.

⁴⁹ LR Prekių ženklų įstatymas, Žin. (2000, Nr. 92-2844).

Rekomendacija⁵⁰, kurioje pateikiamas išsamus sąrašas kriterijų, kuriais vadovaudamasi kompetentinga valstybės institucija nustato, ar prekės ženklas yra plačiai žinomas. Šie kriterijai pateikiami Rekomendacijos 2 straipsnyje:

1. Tam tikrame visuomenės sluoksnyje⁵¹ apie prekių ženklą turimų žinių ar prekių ženklo atpažinimo laipsnis.
2. Prekių ženklo bet kokio naudojimo trukmė, apimtis ir geografinė teritorija.
3. Prekių ženklo bet kokio reklamavimo trukmė, apimtis ir geografinė teritorija, įskaitant prekių, žymimų tuo prekių ženklu, reklamavimą, prieinamumą ir pristatymą mugėse ar parodose.
4. Bet kokių prekės ženklo registracijų ir (arba) paraiškų registruoti ženklą trukmė ir geografinė teritorija, ta apimtimi, kiek tai atspindi prekės ženklo naudojimą ar atpažinimą.
5. Sėkmingo prekės ženklo teisių įgyvendinimo duomenys, konkrečiai, kaip tas prekių ženklas kompetentingų institucijų yra atpažįstamas kaip plačiai žinomas.
6. Vertė, kuri asocijuojasi su tuo prekių ženklu.

Svarbu yra tai, jog Rekomendacijoje pateikiami kriterijai, sprendžiant dėl prekių ženklo plataus žinomumo, yra tik pagalbinio pobūdžio gairės. Kiekvienu konkrečiu atveju turi būti atsižvelgiama į tuo atveju susiklosčiusias konkrečias aplinkybes. Kaip pažymima pačioje Rekomendacijoje, tam tikrais atvejais visi iš šioje Rekomendacijoje pateikiamų galimų kriterijų, gali būti svarbiais. Kitais atvejais - tik kai kurie iš šių kriterijų. Taip pat svarbu pastebėti, jog prekės ženklas nebūtinai turi būti pats žinomiausias tarp ženklų, kuriais yra žymimos konkrečios prekės, kad būtų galima ženklą pripažinti plačiai žinomu, nes galima situacija, jog visi lyginamieji ženklai praktikoje galėtų būti pripažinti plačiai žinomais, kaip ir atvirkščiai – nei vienas iš jų negalėtų būti tokiu pripažįstamas. Teismų praktikoje yra pasitaikę atvejų, kai Apeliacinės instancijos teismas nepripažino ūkio subjekto prekės ženklo plačiai žinomu tai motyvuodamas tik vienu argumentu – jog kiti prekių ženklai, žymintys analogiškas prekes yra žymiai plačiau žinomi. Tačiau Lietuvos Aukščiausiasis Teismas laikėsi kitokios nuomonės ir savo sprendime konstatavo: „Tam, kad ženklą pripažinti plačiai žinomu, jis nebūtinai turi būti

⁵⁰ WIPO Generalinės Asamblėjos ir Paryžiaus Sąjungos dėl pramoninės nuosavybės apsaugos Asamblėjos 1999 m. priimta Bendra rekomendacija dėl nuostatų, reglamentuojančių plačiai žinomų ženklų apsaugą http://www.wipo.int/about-ip/en/development_iplaw/index.htm

⁵¹ Rekomendacijos 2 straipsnis paaiškina, ką turėtume laikyti „tam tikru visuomenės sluoksniu“ plačiai žinomo ženklo kontekste. Ši sąvoka apima esamus ir potencialius atitinkamų prekių, kurioms skirtas konkretus prekės ženklas vartotojus; asmenis, platinančius prekes su konkrečiu prekės ženklu; verslo šakas, užsiimančius prekių su konkrečiu prekės ženklu tiekimu.”

žinomiausias (garsiausias) tarp ženklų, kuriais yra žymimos vienokios ar kitokios prekės ar paslaugos. Antra vertus, tam tikras ženklo žinomumo palyginimas kitų ženklų kontekste nėra negalimas, bet tai negali būti lemiančia aplinkybe atmesti reikalavimą dėl ženklo pripažinimo plačiai žinomu, nes galima situacija, jog visi lyginamieji ženklai (t.y. tie, kurių kontekste yra svarstomas tam tikro ženklo platus žinomumas) praktikoje galėtų būti pripažinti plačiai žinomais, kaip ir atvirkščiai – nei vienas iš jų negalėtų būti tokiu pripažįstamas.“⁵² Kadangi įstatymai plačiai žinomą ženklą sieja su jo savininku ir būtent savininkui numato ženklo apsaugą, tai „pripažįstant teismo sprendimu prekių ženklą plačiai žinomu, sprendimo rezoliucinėje dalyje būtina nurodyti pripažįstamo plačiai žinomu ženklo savininką bei tiksliai įvardyti, koks žymuo pripažįstamas plačiai žinomu.“⁵³ Svarbu ir tai, kad nei tarptautinės teisės dokumentai, nei Europos Sąjungos teisės aktai neįtvirtina jokių imperatyvių ženklo pripažinimo plačiai žinomu procedūros reikalavimų. Lietuvoje ši procedūra yra teisminė, t.y. prekės ženklą plačiai žinomu pripažįsta tik teismas. „Sprendžiant dėl prekių ženklo pripažinimo plačiai žinomu, svarbiausias išėjties taškas ir vidinis kriterijus turėtų būti tai, ar, įvertinant konkrečios bylos konkrečias aplinkybes, būtų pagrįsta ir teisinga pripažinti prekių ženklui aukštesnį apsaugos standartą, negu jam suteiktą tik įprasta registracija administracine procedūra.“⁵⁴ Apibendrinant reikėtų pasakyti, kad ženklo pripažinimas plačiai žinomu priklauso nuo daugelio faktorių (galima vadovautis tiek nacionalinės teisės, tiek tarptautinės teisės aktuose nustatytais kriterijais), tačiau galiausiai vis tik yra būtina įvertinti prekių ženklo žinomumą per visuomenės, t.y. vartotojo prizmę.

2.2.5 „Dilution“ ir „Free riding“ teorijų apžvalga

Plačiai žinomo prekės ženklo apsaugos garantija yra jo žinomumas. Paprastai tokie ženklai pasižymi ir aukšta reputacija, kas reiškia, kad toks ženklas yra ne tik žinomas ir išskirtinis, bet taip pat ir tai, jog visuomenė pasitiki šiuo prekės ženklu. Plačiai žinomi ženklai pasižymi „komerciniu magnetizmu.“⁵⁵ Tai reiškia, kad ženklo išskirtinumas, žinomumas ir aukšta reputacija pritraukia ne tik vartotojus, bet ir konkurentus, kurie savo gaminamai produkcijai identifikuoti panaudoja kitam asmeniui priklausantį plačiai žinomą ženklą. „Taip vienas subjektas savo, kaip juridinio asmens, ar jo prekių ženklo išskirtinumui ir atpažinimui visuomenėje sukurti, pasinaudoja kitam asmeniui priklausančio prekių ženklo, dažnai per gana netrumpą laiką ir nemenkomis pastangomis jau sukurtu žinomumu, išskirtinumu, geru vardu bei

⁵² Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. gruodžio 15d. nutartis civilinėje byloje Beecham Group p.lc. v I. Kalinino II „Kelupas“, Nr. 3K-3-1103/2003.

⁵³ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2002 m. spalio 23d. nutartis civilinėje byloje Distilleerderijen erven lucas bols B.V. v UAB „Mineraliniai vandenys“, Nr. 3K-3-1222/2002.

⁵⁴ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2006 m. kovo 27d. nutartis civilinėje byloje Kirkbi A/S v UAB „Legosta“, Nr. 3K-3-209/2006.

⁵⁵ Frederick W. Mostert. Famous and Well Known Marks. An International Analysis. London: Butterworths, 1997. P. 65.

reputacija, t.y. neteisėtai pasinaudojama kito pasiekimais (vadinamoji „free riding“ teorija).“⁵⁶ Taip yra gaunama ne tik nesąžininga nauda, bet tuo pačiu silpninamas teisėto savininko prekės ženklas, o būtent jo reputacija ir vertė („dilution“ teorija).

Prekių ženklo silpninimo („dilution“) teorija, ko gero, yra labiausiai ginčytinas klausimas prekių ženklų teisėje. Šios teorijos pradininkai yra Jungtinės Amerikos Valstijos, bet iki šiol prekės ženklo silpninimo apibrėžimas nėra vienareikšmiškai aiškus. Ir vis dėlto daugelis valstijų savo įstatymuose yra numatę prekės ženklo silpninimą kaip teisės pažeidimą. Tokių įstatymų paskirtis – papildyti prekės ženklų teisę, įtraukiant į prekės ženklų pažeidimų sąrašą itin retus ir specifinius prekės ženklų pažeidimų atvejus. Dar 1927 metais F. Schechter pristatė prekės ženklo silpninimo teoriją. Jis teigė, kad prekės ženklas ne tik identifikuoja prekę, bet taip pat savyje turi galios parduoti tą prekę vartotojui. Schechter pasiūlyta teorija buvo ganėtinai ribota, nes galėjo būti taikoma tik tiems atvejams, kai prekės ar paslaugos buvo nepanašios ir nekonkuruojančios tarpusavyje. Šiai dienai teorija yra kiek pakitusi, o pats terminas „silpninimas“ apibrėžiamas kaip plačiai žinomo ženklo sumažėjęs gebėjimas identifiikuoti ir atskirti prekes ar paslaugas, nepaisant nei klaidinimo tikimybės, nei ar šalys konkuruoja tarpusavyje.⁵⁷ Tiesa, teorijos turinys išliko toks pat: siekiama apsaugoti stiprių ir plačiai žinomų prekių ženklų vertę ir reputaciją nuo šalių, siekiančių nesąžiningos naudos. Prekės ženklas „Lexus“ (automobiliai) nebuvo pripažintas kaip silpninantis prekės ženklą „Lexis“ (kompiuterizuotos teisinės informacijos paieškos paslaugos), nes prekės ženklas „Lexus“ yra stiprus ir gerai žinomas tik labai siauroje rinkoje. Norint pripažinti, kad atsakovo neteisėtais veiksmais yra silpninamas prekės ženklas, būtina įrodyti, kad ženklas yra stiprus ir plačiai žinomas bei turintis didelę pardavimo galią (angl. „selling power“), t.y. egzistuoja visi požymiai, kurių visuma leidžia pripažinti esant prekės ženklo silpninimo galimybę. Anksčiau buvo reikalaujama ieškovo įrodyti tik galimą prekės ženklo silpninimą, tačiau JAV Aukščiausiasis Teismas 2003 m. Victoria’s Secret byloje nurodė, kad vertinant, ar šalis atliko nesąžiningus veiksmus, svarbus yra realus, o ne galimas ar tikėtinas prekės ženklo silpninimas.

Europos Teisingumo Teismas ilgą laiką vengė vartoti terminą „prekės ženklo silpninimas“, ir jį pirmą kartą pavartojo generalinis advokatas 2003 m. Adidas byloje, kur silpninimas buvo apibrėžtas kaip žala prekės ženklo skiriamajam požymiui bei išskirtos silpninimo formos („blurring“ (neryškumas) ir „tarnishment“ (blukinimas)), kurios visiškai atitinka klasikinį JAV prekės ženklo silpninimo modelį. Europos Teisingumo Teismas iki šiol

⁵⁶ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2006 m. kovo 27d. nutartis civilinėje byloje „Kirbki A/S“ v UAB „Legosta“, Nr. 3K-3-209/2006.

⁵⁷ J. Thomas McCarthy „Dilution of a Trademark: European and United States Law Compared“, The Trademark Reporter. http://www.inta.org/downloads/tmr_McCarthy.pdf ; prisijungimo laikas: 2008-09-20.

nėra išsamiai interpretavęs nuostatų, dėl žalos, pasireiškiančios nepagrįstu pranašumu ar žalos, kuri padaroma prekės ženklo skiriamajam požymiui ar reputacijai.

LR Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio 1 dalies 1 punkte yra įtvirtinta viena iš esminių „dilution“ teorijos nuostatų. Įstatymas draudžia savavališką naudojimą žymens, kuris yra tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto pavadinimą, registruotą prekės ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekės ženklą, ar kitą pirmumo teise naudojamą žymenį su skiriamuoju požymiu, jeigu tai sukelia ar tikėtina, kad gali sukelti painiavą su šiuo ūkio subjektu ar jo veikla arba jeigu siekiama nesažiningai pasinaudoti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba jeigu dėl to gali nukentėti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba jeigu dėl to gali susilpnėti šio ūkio subjekto naudojamo ženklo ar žymens skiriamasis požymis. Čia būtent ir kalbama apie prekės ženklo silpninimą. Kaip vienas iš prekės ženklo silpninimo teorijos pavyzdžių Lietuvos teismų praktikoje galėtų būti Lietuvos Aukščiausiojo Teismo byla Nr. 3K-3-408/2004. Byloje nustatyta, kad ieškovas yra įregistravęs firmos vardą „Balionų šalis“ ir tokiu būdu įgijo išimtinę teisę į jį. Tuo tarpu atsakovas UAB „Vilbalas“ savo interneto tinklapio (www.balionai.lt) antraštėje naudoja frazę „Balionu salis“, o minėto tinklapio tituliniam puslapyje naudoja šūkį „Sveiki atvykę į balionų šalį!!!“. Ieškovas UAB „Balionų šalis“ kreipėsi į teismą su ieškiniu, prašydamas įpareigoti atsakovą nutraukti neteisėtą firmos vardo naudojimą ir atlyginti nuostolius. Lietuvos Aukščiausiasis Teismas nustatė, kad ieškovas ir atsakovas užsiima ta pačia veikla, t.y. jie yra konkurentai. Taip pat buvo nustatyta, kad atsakovo interneto tinklapio antraštė ir tinklapio tituliniam puslapyje naudojamas šūkis yra tapatūs ieškovo firmos vardo simbolinei daliai. Kadangi atsakovas neturėdamas ieškovo sutikimo naudoja ieškovo firmos vardo simbolinę dalį (tik be lietuviškų raidžių), tai gali sukelti painiavą, klaidinti vartotoją ir susilpninti ieškovo galimybes konkuruoti.⁵⁸ Taigi šioje byloje buvo pripažinta, kad firmos vardo neteisėtas panaudojimas kito juridinio asmens interneto tinklapyje yra veiksmas, pažeidžiantis firmos vardo savininko teises, o konkrečiu atveju, ne tik klaidinami vartotojai, bet ir silpninama firmos vardo gera reputacija.

Iš to kas aptarta aukščiau, galima daryti išvadą, kad valstybė, saugodama sąžiningo ūkininkavimo tvarką, neleisdama vieniems asmenims neteisėtai pasinaudoti kitų asmenų sukurtu gėriu, verslo reputacija bei klaidinti vartotoją, kartu saugo ir pačius prekės ženklus, nepaisant, ar jie registruoti, ar neregistruoti, bet plačiai žinomi tam tikrame visuomenės sluoksnyje. „Dilution“ teorija jau randa atgarsį ir Europos Sąjungos teisėje, pripažįstama, kad naudojant žymenį, kuris yra tapatus ar panašus į plačiai žinomą ženklą, net ir nepanašioms prekėms žymėti, ilgainiui yra silpninamas plačiai žinomo ženklo skiriamasis požymis, jo kokybė bei vertė.

⁵⁸ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2004 m. rugsėjo 8 d. nutartis byloje UAB „Balionų šalis“ v UAB „Vilbalas“, Nr. 3K-3-408/2004.

Viena iš „dilution“ teorijos atmainų yra taip vadinamas „pasivažinėjimas už dyką“ („free riding“). Šios teorijos esmė – plačiai žinomo prekės ženklo neteisėtas naudojimas, kuris pasireiškia klastočių teikimu į rinką. Nesąžiningas gamintojas savo produkcijai žymėti naudoja kitam ūkio subjektui priklausantį prekės ženklą. Dažniausiai neteisėtai panaudojami plačiai žinomi, aukštos reputacijos ir vartotojų pasitikėjimą įgiję prekės ženklai. Taip siekiama pasinaudoti tokio prekės ženklo galia, ir neskiriant papildomų išlaidų marketingui, parduoti tokios pačios ar prastesnės kokybės gaminius. Ūkio subjektas, naudojantis „pasivažinėjimo už dyką“ metodu, neinvestuodamas į produkto kūrimą, vystymą, reklamavimą, su labai mažomis sąnaudomis gauna didelį pelną vien dėl to, kad vartotojai mano (bent jau trumpą laikotarpį) originalų ir suklastotą produktą esant identiškus. Sąžiningas ūkio subjektas, kurio plačiai žinomu ženklu buvo pasinaudota, patiria ne tik tiesioginių materialinių nuostolių dėl negautų pajamų (vietoj jo originalios produkcijos vartotojai pirko klastotes), bet ir tokiais pažeidėjo veiksmais menkinama prekės ženklo reputacija. Galimi ir tokie atvejai, kai vartotojai nesuprasdami, kad perka suklastotą produktą, nusivilia žema prekės kokybe ir išvis nebeperka tuo prekės ženklu pažymėtos produkcijos. Taip sąžiningas ūkio subjektas praranda dalį klientų dėl sumažėjusios prekės ženklo reputacijos. „Free riding“ teorija teisiškai nėra niekur įtvirtinta, ji labiau atspindi bendrąjį teisingumo principą ir suvokimą, kad „neužkirtus kelio imitacijoms, tokių intelektinių vertybių kūrėjas ar išradėjas negali atgauti rizikingų kapitalo investicijų, rinkoje gauti norimą pelną ir todėl netenka ekonominės motyvacijos ir išteklių, reikalingų tolimesnėms naujovėms.“⁵⁹

2.3. Priežastinis ryšys ir padariniai

Neteisėtais veiksmais arba neveikimu visada sukeliama tam tikrų neigiamų padarinių. Savavališkas žymens panaudojimas, kuris panašus į kito asmens prekės ženklą kaip teisės pažeidimas taip pat sukelia neigiamų padarinių. Pirma, prekės ženklo savininkas patiria žalą dėl savo prekės ženklo žinomumo ir jo vertės sumažėjimo bei reputacijos sugadinimo. Įrodinėjant prekių ženklo žinomumą, įrodymais galėtų būti: rinkodaros medžiaga, reklamavimo išlaidos, prekybos apimtys, tarptautinis pripažinimas, sertifikatai ar pažymėjimai, laimėjimai parodose ar mugėse ir kt. Antra, ūkio subjektai taip pat gali netekti savo klientų, patirti didelių neplanuotų išlaidų, gali sumažėti jų pardavimų apimtys. Trečia, minėti neteisėti veiksmai klaidina ir vartotojus, pažeidžiama ūkio subjektų teisė į sąžiningą konkurenciją.

Remiantis LR Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p., neigiamas poveikis savavališkai naudojant kitam ūkio subjektui priklausantį prekės ženklą gali pasireikšti įvairiai: vartotojų painiavos sukėlimu; nesąžiningu pasinaudojimu ūkio subjekto žymens ar prekės ženklo įgyta

⁵⁹ Intelektinė nuosavybė kaip kokybės gerinimo šaltinis : bendroji informacija ir svarbiausi tinklapiai smulkioms ir vidutinėms įmonėms (SVĮ). Vilnius : Justitia, 2003. P. 20.

reputacija; ūkio subjekto žymens ar prekės ženklo susilpnėjimu ar ženklo skiriamąjo požymio susilpnėjimu. Apie daugelį pasekmių jau buvo kalbėta darbe (vartotojų klaidinimo teisinė kategorija; pasinaudojimas prekės ženklo įgyta reputacija („free riding“), prekės ženklo silpninimo teorija), tad aptarsime tik nepaminėtus aspektus.

Kaip jau žinome, prekės ženklo silpninimas – tai ženklo sugebėjimo atskirti vienas prekes ar paslaugas nuo kitų mažinimas. Dažnai pasekmes atskirti vieną nuo kitos yra sudėtinga, nes pažeidžiami keli teisiniai gėriai. Pavyzdžiui, byloje „Kellogg Co“. v „Exxon Corp“ (United States of Appeals, Sixth Circuit, 2000) teismas nusprendė, kad atsakovas kompanija „Exxon“ panaudodama savo komercinėje veikloje (degalai, kuras; vėliau prekyba maistu ir gaiviaisiais gėrimais degalinėse) žymenį, panašų į ieškovo registruotą prekės ženklą (tigro piešinys maisto produktams žymėti) ne tik pasinaudojo gerai žinomo prekės ženklo reputacija, bet taip pat ir jį silpnino, nes tigro piešinio pašalinimas nuo degalinių, išsidėsčiusių visoje šalyje, užtruko neprotingai ilgą laiką. Tačiau svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad pasekmės vis dėlto skiriasi. Štai prekės ženklo silpninimas skiriasi nuo vartotojų suklaidinimo teisinės kategorijos, nes silpninimo teorija galima remtis ginant savo plačiai žinomą ženklą ir nesant vartotojų suklaidinimo tikimybės. Čia svarbu, ar pažeidžiamas prekės ženklo skiriamasis požymis. Naudojant žymenį, kuris tapatus ar panašus į plačiai žinomą prekės ženklą, net ir nepanašioms prekėms žymėti, ilgainiui yra silpninamas plačiai žinomo ženklo skiriamasis požymis, kas įtakoja paties prekės ženklo vertės sumažėjimą.

Prekių ženklų savininko teisės gali būti ginamos tik ieškovui įrodžius neteisėtų veiksmų faktą bei priežastinio ryšio tarp teisės pažeidimo ir atsakovo elgesio egzistavimą. Priežastinis neteisėtų veiksmų ir padarytos žalos ryšys yra tas, kad neteisėti veiksmai yra žalos priežastis, o žala tokių veiksmų rezultatas. Priežastinis ryšys gali būti tiesioginis, kai dėl teisinę pareigą pažeidusio asmens veiksmų žala atsiranda tiesiogiai. Jis gali būti netiesioginis, kai asmens veiksmis tiesiogiai nepadarytas neigiamas turtinis poveikis, bet sudarytos sąlygos žalai atsirasti, t.y. yra pakankamai susijęs su žalingomis pasekmėmis. Gali būti taip, kad prekės ženklo savininko teisių pažeidimais laikomi veiksmai gali būti ne vienintelė, tačiau pakankama ir dominuojanti padarytos žalos priežastis. Panagrinėkime vieną Lietuvos Aukščiausiojo Teismo tirtų bylų, kuri parodo, koks svarbus yra priežastinio ryšio nustatymas tarp neteisėtų veiksmų ir atsiradusios žalos. UAB „Rasa“ kreipėsi į teismą su ieškiniu, kuriame nurodė, kad R. Degutienės įmonė „Kertupis“ išleido į rinką mineralinį vandenį buteliuose, kurių etiketėse rašomas analogiškas žymuo „Rasa“. Ieškovo manymu tokiu būdu atsakovas nesąžiningai naudojosi ieškovų daromos žymens „Rasa“ reklamos suteikiama nauda ir be pagrindo sutalpė ieškovų sąskaita lėšų savo produkcijos reklamai. Taigi ieškovai įrodinėjo, kad jiems padaryta žala pasireiškia jų turėtomis išlaidomis savo produkcijos reklamai. Lietuvos Aukščiausias Teismas

nagrinėdamas bylą konstatavo, kad įprastinės išlaidos, kurios būtų daromos bet koku atveju, negali būti laikomos žala, nes ieškovai savo produkciją būtų reklamavę net ir tuo atveju, jeigu nebūtų buvę neteisėtų atsakovo veiksmų. „Būtina turėti omenyje, kad, be neteisėtų atsakovo veiksmų ir žalos, yra dar kitos civilinės atsakomybės sąlygos, būtent – priežastinis ryšys tarp atsakovo neteisėtų veiksmų ir atsiradusios žalos.“⁶⁰ Šiuo atveju jokio priežastinio ryšio nėra. Teismo nuomone, išlaidos reklamai būtų vertinamos kaip žala tik tuo atveju, kai dėl neteisėtų atsakovo veiksmų ieškovai būtų buvę priversti intensyviai savo produkcijos reklamą.

2.4. Subjekto specifika

„Ženklo registracijos pripažinimas negaliojančia dėl nesąžiningos konkurencijos, reiškia, kad atsakovas pareikšdamas registruoti prekių ženklą, atliko nesąžiningos konkurencijos veiksmus būtent kitos ginčo šalies – ieškovo atžvilgiu, o ne buvo nesąžiningas apskritai – neapibrėžto (ir galbūt netgi nebaigtinio) subjektų rato atžvilgiu. Taigi ieškovo, ginčijančio kito asmens (atsakovo) anksčiau įregistruotą prekės ženklą, teisė ginčyti to ženklo registraciją, negali būti hipotetinė, bet ji turi būti pagrįsta ieškovo subjektine teise į ginčijamąjį ženklą.“⁶¹

Taigi ieškovas turi būti teisėtas prekės ženklo savininkas, t.y. jo intelektinės nuosavybės teisė turi būti išimtinė ir absoliuti. Tai reiškia, kad minėta intelektinės nuosavybės teisė turi turėti ir pozityvų elementą (teisėtas prekės ženklo savininkas turi teisę naudotis prekės ženklu ir gali leisti tai daryti kitiems), ir negatyvų elementą (teisė drausti prekės ženklo naudojimą kitiems asmenims). Tiek Direktyvoje 2004/48/EB dėl intelektinės nuosavybės teisių gynimo, tiek ir LR Prekių Ženklų įstatyme numatyta, kad dėl pažeistų intelektinės nuosavybės teisių pažeidimo į teismą gali kreiptis ne tik prekės ženklo savininkas, bet ir jo teisių perėmėjai, taip pat licenciatų. Tuo tarpu atsakovas turi būti ūkio subjektas ir nukentėjusios šalies, t.y. ieškovo, konkurentas Konkurencijos įstatymo prasme. Išsiaiškinkime, ką reiškia minėtos sąvokos „ūkio subjektas“ ir „konkurentas“, nes administracinė atsakomybė kyla tik tuomet, kai įrodoma, kad subjektas yra tinkamas. Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. teigiama, kad būtent ūkio subjektams yra draudžiama atlikti bet kuriuos veiksmus, prieštaraujančius ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams ir kai tokie veiksmai gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti, o tai patvirtina mūsų aukščiau išreikštą nuostatą, kad pažeidėjas turi būti ir nukentėjusios šalies konkurentu. Kaip jau buvo minėta, Konkurencijos įstatyme vartojama sąvoka „ūkio subjektai“, todėl panagrinėkime išsamiau, kaip ši sąvoka suprantama Europos Sąjungos ir Lietuvos teisėje.

⁶⁰ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. sausio 24d. nutartis civilinėje byloje UAB „Rasa“ v R. Degutienės individuali įmonė „Kertupis“, Nr. 3K-3-66/2005.

⁶¹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. rugsėjo 10 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Merand“ v UAB „Opra“, 3K-3-781/2003.

Europos Bendrijos steigimo sutartyje nėra pateiktas ūkio subjekto apibrėžimas, tačiau straipsniuose dažnai minima „įmonės“ sąvoka. Tačiau ir įmonės apibrėžimo sutartyje niekur nerasime. Tai palikta Europos Teisingumo Teismo ir Europos Komisijos kompetencijai. Pagal Europos Sąjungos konkurencijos teisę, sąvoka „įmonė“ yra aiškinama labai plačiai – apima visus fizinius ir juridinius asmenis, vykdančius ekonominę veiklą. Fiziniai asmenys laikomi įmonėmis, jeigu jie savo vardu vykdo ekonominę veiklą. Subjektas net neprivalo siekti pelno. Kadangi sąvoka „įmonė“ ETT ir Komisijos aiškinama plečiamai, tiksliau vartoti ūkio subjekto sąvoką. Taigi ūkio subjekto sąvoka apima valstybės įmones, ribotos atsakomybės įmones, bendrijas, asociacijas, kooperatyvus, individualius įmonininkus, pelno nesiekiančias organizacijas ir pan. Pagal Europos Sąjungos teisę, ūkio subjektas privalo vykdyti ekonominę veiklą (nesvarbu, ar turimos juridinio asmens teisės, ar siekiama pelno) ir būti autonomiškas (grupė asmenų laikomi viena įmone, jei vienas narys pakankamai kontroliuoja kitas įmones ir jos sudaro vieningą ekonominį vienetą).

Remiantis LR Konkurencijos įstatymu, ūkio subjektai yra įmonės, jų junginiai (asociacijos, susivienijimai, konsorciškai ir pan.), įstaigos ar organizacijos, ar kiti juridiniai ar fiziniai asmenys, kurie vykdo ar gali vykdyti ūkinę veiklą Lietuvos Respublikoje arba kurių veiksmai daro įtaką ar ketinimai, jeigu būtų įgyvendinti, galėtų daryti įtaką ūkinei veiklai Lietuvos Respublikoje. Šis apibrėžimas yra labai formalus ir pernelyg išplėstas, nes nėra aišku, ką reiškia „asmenys, kurie galėtų daryti įtaką ūkinei veiklai Lietuvos Respublikoje.“ Ūkio subjektą turėtume suprasti ekonomine, o ne formaliąja prasme, o tai reiškia, kad pripažindami asmenį ūkio subjektu, turėtume atsižvelgti į jo savarankiškumo laipsnį. LR valstybės valdymo ir savivaldos institucijos laikomos ūkio subjektais, jeigu jos vykdo ūkinę veiklą. Tuo tarpu ūkinė veikla apibrėžiama, kaip bet kokia gamybinė, komercinė, finansinė ar profesinė veikla, susijusi su prekių pirkimu ar pardavimu, išskyrus, kai fiziniai asmenys prekę įsigyja asmeniniams ir namų ūkio poreikiams tenkinti. Kartais vartojamas terminas „komerciniu mastu“ vykdoma veikla. Ji turėtų būti aiškinama kaip veikla, vykdoma tiesioginei ar netiesioginei ekonominei ar komercinei naudai gauti, į kurią paprastai neįeina veikla, kurią gera valia vykdo galutiniai vartotojai.

Remiantis LR Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 9 dalimi, konkurentais laikomi ūkio subjektai, kurie toje pačioje atitinkamoje rinkoje susiduria arba gali susidurti su tarpusavio konkurencija. Apibrėžimas yra labai lakoniškas, todėl norint jį teisingai suprasti, būtina jį paanalizuoti išsamiau. Konkurentai yra ūkio subjektai, kurie veikia atitinkamoje rinkoje. Atitinkama rinka yra suprantama kaip tam tikros prekės rinka tam tikroje geografinėje teritorijoje, o prekės rinka reikėtų laikyti visumą prekių, kurios, pirkėjų požiūriu, yra tinkamas

pakaitalas viena kitai pagal jų savybes, naudojimą ir kainą.⁶² Taigi, jeigu ūkio subjektai veikia teritorijoje, kurioje susiduria su iš esmės panašiomis konkurencijos sąlygomis tam tikroje prekės rinkoje (vartotojai laiko prekes pakaitalu viena kitai), jie laikomi konkurentai Konkurencijos įstatymo prasme. Tiesa, toks ūkio subjektų kaip konkurentų suvokimas yra labai supaprastintas, nes tiek atitinkama rinka, tiek prekės rinka, tiek geografinė rinka turi savo atskirus nustatymo kriterijus. Mums dar svarbu yra išsiaiškinti Konkurencijos įstatymo nuostatą „susiduria arba gali susidurti su tarpusavio konkurencija“. Čia yra kalbama apie tai, kad konkurentu reikia laikyti ne tik ūkio subjektą, kuris jau yra įsitvirtinęs tam tikroje prekės rinkoje arba esant poreikiui gali pradėti gaminti atitinkamus produktus ir prekiauti jais trumpu laikotarpiu, nepatirdamas didelių papildomų sąnaudų, bet ir apie potencialius konkurentus, kurie esant poreikiui galėtų laisvai įeiti į atitinkamą rinką. Pateikiame vieną iš pavyzdžių, kaip Lietuvos teismai nustatinėja, ar subjektai yra tarpusavyje konkuruojantys: „ieškovas UAB „Baltijos muzika“ ir atsakovas UAB „Baltijos reklamos projektai“ laikytini konkurentais, kadangi veikė ir veikia toje pačioje verslo srityje, toje pačioje rinkos sferoje, užsiima iš esmės panašia veikla, *inter alia* renginių ir spektaklių statymu bei prodiusavimu. Abu subjektai veikia originalioje srityje – teatro veikloje, kuri yra komercinio pobūdžio, iš kurios yra gaunamos pajamos, t. y. tiek ieškovas, tiek atsakovas užsiima verslu, todėl jiems abiem yra draudžiama atlikti bet kokius nesažiningos konkurencijos veiksmus.“⁶³

Remiantis tuo, kas išdėstyta aukščiau, galime daryti išvadą, kad savavališko žymens naudojimo, kuris panašus į kitam asmeniui priklausančią prekės ženklą, kaip teisės pažeidimo subjektas turi atitikti du reikalavimus: būti ūkio subjektu ir būti konkurentu nukentėjusios šalies atžvilgiu Konkurencijos įstatymo prasme.

2.5. Kaltės nustatymas

Savavališkas žymens naudojimas, kuris yra tapatus ar panašus į kito asmens prekės ženklą, yra uždraustas LR Konkurencijos įstatymu. Toks pažeidimas vertintinas kaip nesažiningos konkurencijos veiksmas, už kurį numatyta ūkio subjekto administracinė atsakomybė. Svarbu tai, kad pažeidėjas gali būti patrauktas ne tik administracinėn, bet ir civilinėn atsakomybėn. Civilinė atsakomybė kyla tuomet, kai būtina atlyginti patirtą žalą. LR Konkurencijos įstatyme teigiama, kad „ūkio subjektai, pažeidę šį įstatymą, privalo atlyginti žalą, padarytą kitiems ūkio subjektams ar fiziniams bei juridiniams asmenims, įstatymų nustatyta tvarka.“⁶⁴ Ši nuostata patikslinta to paties įstatymo 51 straipsnyje, kur sakoma, jog: „turtinės

⁶² Lietuvos Respublikos Konkurencijos Tarybos 2000 m. vasario 24 d. nutarimas „Dėl konkurencijos tarybos paaiškinimų dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo“, Nr. 17.

⁶³ Lietuvos Apeliacinio Teismo 2008 m. kovo 12 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Baltijos muzika“ v. „Baltijos reklamos projektai“, Nr. 2A-219/2008.

⁶⁴ Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymas // Valstybės žinios. 1999, Nr. 30 – 856.

žalos atlyginimo tvarką reglamentuoja Civilinis kodeksas ir šis įstatymas.⁶⁵ Būtina ir svarbi žalos atlyginimo sąlyga yra prekės ženklo savininko teisės pažeidusio asmens kaltė, nes teismas nustatinėdamas žalos atlyginimo dydį, atsižvelgia ne tik į pažeidimo esmę, padarytos žalos dydį, bet ir į pažeidėjo kaltę. Kaltė civilinėje teisėje suprantama kaip asmens elgesio neatitikimas objektyvių elgesio standartų, kai asmuo nesugeba elgtis taip, kaip būtų galima protingai iš jo tikėtis. Tai reiškia, kad, ar asmuo kaltas, ar ne, civilinėje teisėje nustatoma taikant jo elgesiui protingo, apdairaus, rūpestingo žmogaus elgesio standartą. Paties asmens požiūris į savo veiksmus ar kilusias pasekmes nėra svarbus, bet svarbu ar jis užtikrino reikiamą atidumo, rūpestingumo ir apdairumo laipsnį konkrečiomis aplinkybėmis, kai buvo būtina tą padaryti. „Civilinę atsakomybę gali lemti bet kuri, net ir pati lengviausia kaltės forma, t.y. bet koks neatidumas, nerūpestingumas, nedėmesingumas, nepakankamas profesinės pareigos atlikimas, profesinės etikos taisyklių pažeidimas ir pan.“⁶⁶ Tuo tarpu administracinėje teisėje kaltė suprantama kaip asmens elgesio vidinis vertinimas, t.y. ar jis suvokė ir (ar) galėjo savo elgesį suvokti kaip priešingą teisei. Civilinėje teisėje kaltė yra preziumuojama, o administracinėje teisėje – ne.

Tiek administracinėje, tiek civilinėje teisėje asmuo pripažįstamas kaltu padaręs teisės pažeidimą, jeigu jis yra kaltas, tai yra veika padarė tyčia ar dėl neatsargumo. Kai kurie autoriai teigia, kad norint išsireikalauti nuostolių atlyginimo, būtina įrodyti, kad pažeidėjo veiksmai buvo tyčiniai ar bent nesąžiningi (angl. „bad faith“).⁶⁷ Ir iš tikro kartais, nustatant veikos teisėtumą ir kaltę, kaip civilinės atsakomybės atsiradimo sąlygas, reikia pasiremti protingumo standarto, sąžiningumo, profesinio rūpestingumo ar kitais kriterijais, pagal kuriuos vertinamas žala padariusio asmens elgesys. Pavyzdžiui, nesąžiningu elgesiu būtų galima pripažinti atsakovo veiksmus, kai jis remdamasis tuo, kad ieškovas yra ekonomiškai silpna kompanija, tikisi, kad ieškovui per brangu bylinėtis, todėl nesikreips į teismą dėl savo teisių gynimo. Taigi kaltės samprata civilinėje teisėje yra grindžiama tam tikru protingo elgesio standartu. Šis aspektas ypač svarbus, kai kalbama apie neatsargiai padarytus teisės pažeidimus. Administracinėje teisėje skiriamos dvi pagrindinės kaltės formos – tyčia ir neatsargumas. Būtinasis administracinio teisės pažeidimo subjektyviosios pusės elementas yra pažeidėjo kaltė. Nesant asmens kaltės, nors teisės pažeidimas ir turėtų kitus administracinio nusižengimo elementus, administracinė atsakomybė neatsiranda. Tuo tarpu civilinėje teisėje yra atvejų, kuomet atsakomybė kyla ir be kaltės. Laikoma, kad asmuo padarė administracinį teisės pažeidimą tyčia, kuomet jis suvokė daromo pažeidimo padarinius ir to siekė. Neatsargumas yra siejamas su asmens atsargumo, atidumo ir

⁶⁵ Ten pat.

⁶⁶ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2001 m. lapkričio 14 d. nutartis civilinėje byloje L. M. Sandienė v Kauno Raudonojo Kryžiaus ligoninė, Nr. 3K-3-1140/2001.

⁶⁷ Maggs B., Peter Schechter E. Roger, Trademark and unfair competition law : cases and comments. St. Paul (Minnesota) : West Group, 2002. P. 535.

rūpestingumo stoka arba lengvabūdišku tikėjimusi, kad atliekami veiksmai nesukels neigiamų padarinių nei konkrečiam asmeniui, nei visuomenei.

Nagrinėjamo pažeidimo atveju ūkio subjekto kaltė pasireiškia panaudojimu žymens, kuris yra tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto registruotą ar neregistruotą, bet plačiai žinomą prekės ženklą, kai subjektas galėjo ir turėjo žinoti, kad naudoja kitam asmeniui priklausantį prekės ženklą, o savavališkas tokio ženklo naudojimas yra draudžiamas įstatymo. Analizuojant Lietuvos teismų praktiką pastebėta, kad teismai dažnai pažeidėjus pripažįsta tyčia naudojus žymenis, kurie klaidinamai panašūs į kitam ūkio subjektui priklausantį prekės ženklą, nes paprasčiausiai profesionalūs verslo subjektai negali nežinoti apie savo konkurentų naudojamą, gan dažnai ir plačiai išreklamuotą prekės ženklą. Jau minėtoje Lietuvos Apeliacinio Teismo byloje (Lietuvos Apeliacinio Teismo 2008 m. kovo 12 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Baltijos muzika“ v „Baltijos reklamos projektai“, Nr. 2A-219/2008) buvo nuspręsta, kad ieškovas UAB „Baltijos muzika“, pastatęs komediją „Urvinis žmogus“, ketino prodiusuoti ir pjesės „Urvinė moteris“ pastatymą. Tai žinodamas (pranešimai visuomenės informavimo priemonėse), atsakovas pastatė spektaklį, kurį dėl jo žanro pavadinimo, realizuojančių asmenų, interneto svetainės pavadinimo vartotojas – žiūrovas neišvengiamai suvokė neatsiejamai nuo UAB „Baltijos muzika“ prodiusuoto spektaklio „Urvinis žmogus“ ir jo jau įgytos reputacijos. Teismo nuomone, spektaklio pavadinimas „Urvinė moteris“ nuo pat pradžių buvo pasirinktas sąmoningai (tyčia), siekiant pasinaudoti ieškovo UAB „Baltijos muzika“ prodiusuoto spektaklio „Urvinis žmogus“ reputacija.

3. GYNYBOS BŪDAI

3.1. Direktyvos 2004/48/EB dėl intelektinės nuosavybės teisių gynimo svarbiausios nuostatos.

Europos Sąjungos valstybės narės, siekdamos efektyvesnės ir griežtesnės teisių apsaugos regioniniu lygiu, 2004 m. balandžio 29 d. priėmė Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2004/48/EB dėl intelektinės nuosavybės teisių gynimo. Šios direktyvos nuostatos jau yra įgyvendintos LR nacionaliniais intelektinės nuosavybės srities įstatymų pakeitimais. Direktyvos 3 straipsnio 1 dalyje akcentuojama, kad intelektinės nuosavybės teises užtikrinančios priemonės, procedūros ir gynybos būdai turi būti sąžiningi, teisingi, neturi būti komplikuoti ar brangūs, sukeltys nepagrįstus vėlavimus ar delsimą taip pat veiksmingi, proporcingi ir atgrasantys. Pažymėtina, kad Direktyvos minėto straipsnio nuostatos iš esmės nesiskiria nuo TRIPS sutarties numatyto bendro reikalavimo valstybėms savo įstatymuose užtikrinti tokią intelektinės nuosavybės teisių įgyvendinimo tvarką, kad būtų leidžiama imtis efektyvių veiksmų kiekvieno

sutartyje numatyto intelektinės nuosavybės teisių pažeidimo atveju. „Teisių gynimo būdų ir priemonių taikymo sąžiningumas ir teisingumas pasireiškia tuo, kad, taikant kiekvieną gynimo priemonę ar teisių gynimo būdą, turi būti atsižvelgiama į konkretaus atvejo aplinkybes, specifinius bruožus, pažeistos intelektinės nuosavybės teisės prigimtį ir specifiką, ypatumus, teisės pažeidėjo motyvaciją, kaltę, kaltės laipsnį ir kt. Taip pat, be abejo, turi būti vadovaujamosi proporcingumo ir protingumo principais. Kita vertus, teisių gynimo priemonių ir būdų tinkamas taikymas ekonominiu požiūriu turi padėti kompensuoti teisių turėtojo neigiamus padarinius, atsiradusius dėl jo teisių pažeidimo, o ypač išreikalauti naudos, kurią pažeidėjas gavo pažeisdami teises.“⁶⁸ Teisę kreiptis į teismą ir reikalauti turi: teisių savininkas, pareiškėjas arba jų teisių perėmėjai, išimtinių licencijų turėtojai (licenciatai). Pramoninės nuosavybės objektų teisinę apsaugą reglamentuojančiuose įstatymuose teisių turėtojai gali būti patento savininkas, prekės ženklo savininkas, registruoto dizaino savininkas.

3.2. Teisių gynimas pagal LR Konkurencijos įstatymą

LR Konkurencijos įstatymo 17 straipsnyje numatyti ūkio subjekto, kurio teisėti interesai pažeidžiami nesąžiningos konkurencijos veiksmais, gynybos būdai. Galima kreiptis į teismą su ieškiniu dėl:

1. Neteisėtų veiksmų nutraukimo.
2. Padarytos žalos atlyginimo.
3. Įpareigojimo paskelbti vieną ar kelis konkretaus turinio ir formos pareiškimus, paneigiančius anksčiau pateiktą neteisingą informaciją arba pateikiančius paaiškinimus dėl ūkio subjekto ar jo gaminamų prekių tapatybės.
4. Prekių, jų pakuotės ar kitų priemonių, tiesiogiai susijusių su nesąžiningos konkurencijos vykdymu, konfiskavimo ar sunaikinimo, jeigu kitaip negalima pašalinti pažeidimų.

Kai ūkio subjektas savavališkai naudoja žymenį, kuris yra tapatus ar panašus į kito asmens registruotą prekės ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekės ženklą, nukentčia ne tik teisėtas prekės ženklo savininkas, bet taip pat ir vartotojai. Todėl pirmutinė gynybos priemonė nuo tokių nesąžiningo ūkio subjekto veiksmų yra prašymas teismo įpareigoti pažeidėją nutraukti neteisėtus veiksmus. Nagrinėjant Lietuvos teismų praktiką nesąžiningos konkurencijos srityje, pastebėta, kad ieškovai pirmiausia siekia, kad atsakovas nutrauktų nesąžiningus veiksmus. Tai yra labai logiškas sprendimas, nes nenutraukus neteisėtų veiksmų, nukentėjusioji šalis gali patirti

⁶⁸ Mizaras V. Intelektinės nuosavybės teisių gynimo reglamentavimo novelos Europos Bendrijos teisėje: pagrindiniai principai. <http://www.leidykla.vu.lt/inetleid/teise/55/straipsniai/str9.pdf>; prisijungimo laikas: 2008-08-31.

nepataisomos žalos. Kas yra nepataisoma žala, kaip ji gali pasireikšti, kaip nustatoma ir įvertinama patirta žala – visi šie klausimai bus aptarti atskirame poskyryje. Įpareigojimas nutraukti veiksmus, pažeidžiančius ar galinčius pažeisti prekių ženklo savininko teises yra vienas iš pagrindinių prekių ženklų savininkų teisių gynimo būdų. Šis teisių gynimo būdas tiesiogiai išplaukia iš prekės ženklo teisės uždrausti kitiems ūkio subjektams pažeisti jo išimtinės teises į prekės ženklą. Įpareigojimas nutraukti neteisėtus veiksmus taip pat yra prevencinis teisių gynimo būdas, nes prekės ženklo savininkas gali pateikti reikalavimą ir dar neatliktiems veiksams, kurie gali pažeisti jo teises. Šiuo atveju bus būtina įrodyti galimą veiksmų neteisėtumą. Apibendrinant reikėtų pabrėžti, kad neteisėtų veiksmų nutraukimas yra efektyvi gynybos priemonė, nes čia nukentėjusioji šalis neturi įrodinėti pažeidėjo kaltės, o tik jo veiksmų neteisėtumą.

Be neteisėtų veiksmų nutraukimo bei žalos atlyginimo, galima pasinaudoti dar viena gynybos forma. Tai reikalavimas paneigti neteisingą informaciją. Neteisinga informacija yra suprantama kaip neatitinkanti tikrovės, todėl dažnai ji pakenkia ūkio subjekto geram vardui ir reputacijai. Neteisingos informacijos paneigimas viešai atlygina tik moralinę žalą, todėl ši gynybos priemonė dažniausiai nėra pagrindinė, kartu prašoma atlyginti ir patirtus materialinius nuostolius, kurie atsirado dėl tikrovės neatitinkančių pareiškimų paskelbimo.

Jeigu neįmanoma pašalinti pažeidimo, pasitelkiant aukščiau nurodytus gynybos būdus, galima kreiptis į teismą dėl prekių, jų pakuotės ar kitų priemonių, tiesiogiai susijusių su nesąžiningos konkurencijos vykdymu, konfiskavimo ar sunaikinimo. Tačiau ši gynybos priemonė yra kraštutinė ir naudojama tik retais atvejais, kuomet sąžiningo ūkio subjekto pažeistų teisių negalima apginti kitaip. Pagrindinis šio specifinio teisių gynimo būdo tikslas yra užkirsti kelią neteisėtų prekės ženklų ar prekių gamybai, platinimui ir pan. Minėtas teisių pažeidimo būdas yra naudojamas kartu su kitais, nes pavyzdžiui tik atlyginus žalą nėra visiškai apginamos prekės ženklo savininko teisės, nes pažeidėjas gali tęsti pradėtus neteisėtus veiksmus. Konfiskavimas šiame kontekste reiškia neteisėtai gaminto, naudoto ar platinto objekto atėmimą, kad pažeidėjas negalėtų toliau juo disponuoti. Pažeidėjo kaltė čia taip pat nėra svarbi, nes šis gynybos būdas gali būti panaudotas tiek prieš prekių ženklų gamintojus, tiek ir platintojus ar kitus asmenis, kurie pažeidžia teisėto savininko teises.

Remiantis, užsienio ir Lietuvos teismų praktika, pastebėta, kad nekentėjusioji šalis dažniausiai prašo teismo įpareigoti pažeidėją nutraukti neteisėtus veiksmus, uždrausti toliau naudoti klaidinamą žymenį komercinėje – ūkinėje veikloje bei atlyginti patirtą žalą. Apie pastaruosius du reikalavimus verta pakalbėti išsamiau.

3.2.1 Uždraudimas naudoti žymenį savo komercinėje veikloje

Prekės ženklo savininkas turi teisę teisme pateikti ieškinį asmeniui pažeidusiam ar pažeidžiančiam jo teises. Jeigu ieškovas įrodo, kad buvo padarytas ar yra daromas jo teisių pažeidimas, teismas priteisia kompensaciją už patirtus nuostolius ir įpareigoja atsakovą užkirsti kelią tolesniems pažeidimams. Teisėtas prekės ženklo savininkas turi teisę įrodinėti ir gresiantį pažeidimą. Jei pavyksta įtikinti teismą, kad grėsmė yra reali ir akivaizdi, teismas tokiu atveju priima nutartį dėl įpareigojimo užkirsti kelią pažeidimui.

Prekių ženklo savininko teisės gali būti pažeidžiamos labai įvairiai. Vienas iš sunkiausių pažeidimų – nesąžiningi konkurentų veiksmai naudojant kitam asmeniui priklausantį ar į jį klaidinamai panašų prekės ženklą. Kuriais atvejais reikia ginti savo nuosavybę? „Prekės ženklo savininko pasyvumas ilgainiui gali sukurti aplinkybes, neigiamai atsiliepsiančias paties prekės ženklo stiprumui, išskirtinumui ir pan. O aktyvūs prekės ženklo savininko veiksmai, ginantys prekės ženklo savininko teises, ir tokių pažeidimų prevencija beveik visada duoda teigiamų rezultatų – tiek trumpalaikėje, tiek ir ilgalaikėje perspektyvoje.“⁶⁹ Savininkui suteikiamų gynybos priemonių sąrašas taip pat gali būti gana įvairus ir skirtingas. Įdomu tai, jog Vakarų Europos valstybių literatūroje teisių gynimo sąvoka dažniausiai aiškinama plečiamai ir apima tam tikrų reikalavimų pareiškimą teisių pažeidėjui bei visą procesą, kuriame nagrinėjami pareikšti pažeidėjui reikalavimai. Dažniausiai net nevertojamas terminas „gynimas“, o labiau paplitusi sąvoka „teisių įgyvendinimas“ (angl. enforcement of rights). Literatūroje dar naudojama ir kita sąvoka – „teisių apsauga“. „Tačiau terminas „apsauga“ yra platesnis ir apima, be teisių gynimo priemonių, ir kitas priemones, užtikrinančias normalų teisių įgyvendinimą, t.y. ne tik teises, bet ir ekonomines, politines, organizacines ir kitokias priemones, kurios sudaro būtinas teisių įgyvendinimo sąlygas.“⁷⁰ Tuo tarpu 2004 m. balandžio 29 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvoje 2004/48/EB „Dėl intelektinės nuosavybės teisių gynimo“, numatyta, kad atsižvelgiant į kiekvieną konkretų atvejį, jei aplinkybės tai pateisina, priemonės, procedūros ir gynimo būdai turėtų apimti ir prevencines priemones, kuriomis siekiama užkirsti kelią tolesniems intelektinės nuosavybės teisių pažeidimams.

Svarbu tai, jog dažnai įrodyti nesąžiningos konkurencijos veiksmus yra gan sudėtinga, todėl patartina dviejų šalių ginčą pradėti spręsti nuo laiško – pretenzijos parengimo ir išsiuntimo, o tik po to kreiptis į teismines institucijas. Analizuojant užsienio teismų praktiką, pastebėta, kad prekės ženklo savininkas praktiškai visais atvejais pirmiausia kilusį ginčą pradeda spręsti nuo

⁶⁹ Pramoninės nuosavybės apsauga. 2007 Nr. 3(35) Advokatai pataria: ginti savo prekės ženklą tinkami įvairūs būdai.

⁷⁰ Mizaras V. Autorių teisės: civiliniai gynimo būdai. Vilnius, 2003. P. 28.

laiško – pretenzijos išsiuntimo. Ir tik tuomet, kai konkurentas ir toliau atlieka neteisėtus veiksmus, kreipiasi į teismą. Vienu iš pavyzdžių galėtų būti „Starter corporation“ prieš „Converse, Inc.“ byla.⁷¹ Abiejų kompanijų prekės ženklai panašūs, nes juose pavaizduota penkiakampė žvaigždė ir sutampa žodinis elementas „star“. „Converse“ vertėsi sportinių batelių prekyba, o „Starter“ – sportinių drabužių prekyba. Ginčas iškilo tuomet, kai kompanija „Starter“ nusprendė savo prekės ženklu žymėti ne tik drabužius, bet ir sportinius batelius. Kompanija „Converse“ kilusį ginčą bandė išspręsti taikiai. Tačiau laiškas – pretenzija nepadėjo. Kompanija „Starter“ ir toliau į rinką tiekė sportinius batelius, pažymėtus prekės ženklu, kuris klaidinančiai panašus į konkurento. Kompanijai „Converse“ nebeliko nieko kito kaip tik kreiptis į teismą, kad būtų apgintos jo, kaip anksčiau įregistruoto prekės ženklo savininko, išimtinės teisės. Prieš kreipiantis į teismą, būtina įvertinti daug dalykų, tokių kaip, bylinėjimosi išlaidos, laikas, kitų valstybės institucijų teikiama pagalba (pvz.: kreipimasis į Lietuvos konkurencijos tarybą dėl nesąžiningos konkurencijos veiksnių ištyrimo) ir kita. „Kreipiantis į teismą pravartu žinoti, kad byla gali trukti vidutiniškai iki 2-3 metų (iki galutinio teismo sprendimo įsiteisėjimo), o laikinųjų apsaugos priemonių pritaikymas gali faktiškai išspręsti ginčą dar iki galutinio teismo sprendimo – pvz., teismui uždraudus atsakovui platinti ginčo prekių ženklų pažymėtas prekes, netgi praėjus keleriems metams ir teismui atmetus ieškinį, atsakovui vėl į rinką tiekti tuo pačiu ženklu pažymėtas prekes gali būti labai sunku (papildomos laiko ir kitos sąnaudos siekiant vartotojus supažindinti su prekės ženklu ir apie jį informuoti rinką).“⁷² Žinoma, visada lieka ir kompromisinis variantas – taikos sutartis. Dažnai taikos sutartis prekės ženklo savininkui gali atnešti daugiau naudos nei gali pasirodyti iš pirmo žvilgsnio. Neskaitant to, kad teisminis bylinėjimasis gali būti brangus ir atimti daug laiko, taikos sutartis gali netgi suteikti stiprumo pačiam prekės ženklui, o taikaus susitarimo faktas gali būti išnaudojamas teigiamai reklamai.

Prekių ženklų įstatymo 38 straipsnio 1 dalies 2 punkte nustatyta, kad įregistruoto ženklo savininkas turi išimtinę teisę uždrausti kitiems asmenims be jo sutikimo komercinėje veikloje naudoti bet kokią žymenį, kuris yra:

1. Tapatus įregistruotam ženklui tapačioms prekėms ir (ar) paslaugoms.
2. Tapatus įregistruotam ženklui tapačioms ar panašioms prekėms ir (ar) paslaugoms ar klaidinamai panašus į jį, jeigu yra galimybė suklaidinti visuomenę, įskaitant ir klaidinamą asocijavimą su įregistruotu ženklu.
3. Tapatus registruotam ženklui nepanašioms prekėms ir (ar) paslaugoms ar klaidinamai panašus į jį, jeigu įregistruotasis ženklas turi reputaciją ir jeigu dėl

⁷¹ Maggs B., Peter Schechter E. Roger, Trademark and unfair competition law : cases and comments. St. Paul (Minnesota) : West Group, 2002. P. 521.

⁷² Mizaras V. Autorių teisės: civiliniai gynimo būdai. Vilnius, 2003. P. 28.

neteisėto tokio žymens vartojimo įgyjamas nesąžiningas pranašumas arba pažeidžiamas to ženklo skiriamasis požymis, arba pakenkiama jo reputacijai.

Ženklo savininkas turi teisę uždrausti:

1. Tokiu žymeniu žymėti prekes ar jų pakuotę.
2. Siūlyti tokiu žymeniu pažymėtas prekes, išleisti jas į rinką arba tuo tikslu jas sandėliuoti, nuomoti, skolinti ar kitaip jomis disponuoti, taip pat siūlyti bei teikti juo pažymėtas paslaugas.
3. Importuoti ar eksportuoti tokiu žymeniu pažymėtas prekes.
4. Naudoti tokį žymenį komercinės veiklos dokumentuose arba reklamoje.
5. Gaminti tokį žymenį arba laikyti jo pavyzdžius, turint tikslą atlikti bet kuriuos 1–4 punktuose nurodytus veiksmus.

Jeigu teismas pripažino, kad prekių ženklas yra plačiai žinomas Lietuvoje, tokio ženklo savininkas turi dar platesnes teises – jis turi teisę drausti kitiems naudoti tapatų ar klaidinamai panašų prekių ženklą ne tik tai tų prekių ir paslaugų, kurias jis teikia, bet ir kitų prekių bei paslaugų atžvilgiu, nes kitas asmuo gali nesąžiningai pasinaudoti tokio žymens įgyta reputacija.

Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegijos 2004 m. rugsėjo 27 d. nutartyje, priimtoje civilinėje byloje UAB „Samsonas“ v. UAB „Panerių investicijos“ teigiama, jog minėtos teisės normos „*ratio legis*“ yra tai, jog šiuo atveju atsakovas, nepagrįstai naudojantis atitinkamą žymenį, neturi į jį savarankiškos teisės. Kai atsakovas tokią teisę turi, t.y. yra įstatymų nustatyta tvarka žymenį įsiregistravęs kaip savo prekių ženklą, nenuginčijus tokio ženklo registracijos, jam negali būti uždrausta ši ženklą naudoti. Taigi, teismas, nagrinėdamas bylas dėl prekių ženklo savininko teisių pažeidimo (PŽĮ 38 straipsnis), ir aiškindamasis visas aplinkybes, susijusias su atsakovo naudojamu žymeniu, visų pirma, turi nustatyti, ar atsakovas tą žymenį naudoja savavališkai, t.y. ar jis žymens nėra įsiregistravęs kaip savo prekių ženklo. Uždraudžiant naudoti įstatymų nustatyta tvarka įregistruotus prekių ženklus, kai ši jų registracija nėra nugincyta, būtų nepaisoma fundamentalių prekių ženklų teisės principų.⁷³

Registracijos pripažinimas negaliojančia reiškia jos negaliojimą ab initio, t.y. nuo paraiškos padavimo dienos, kuri yra pagrindinis atskaitos taškas, kalbant apie ženklo teisinę apsaugą (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegijos 2003 m. gruodžio 3 d. nutartis, priimta civilinėje byloje Alec M. Gallup (Jungtinės Amerikos Valstijos) v. Suomen Gallup OY (Suomija); bylos Nr. 3K-3-1340/2001). Tačiau tai jokių būdu nereiškia, kad

⁷³ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2004 m. rugsėjo 27 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Samsonas“ v. AB „Panerių investicijos“, Nr. 3K-3-461/2004.

visą tą laiką ženklas (jeigu jis buvo naudojamas) - buvo naudojamas neteisėtai. Tais atvejais, kai atsakovo registracija ginčijama dėl ženklo panašumo į ieškovui priklausantį ankstesnį ženklą (ženklus), pats užginčijimo faktas (pvz., protesto VPB Apeliaciniam skyriui padavimas) savaime nereiškia, jog atsakovas, apie tai sužinojęs, privalo nutraukti savo ženklo naudojimą, o tolesnis naudojimas ex officio yra neteisėtas. Tik pripažinus užginčyto ženklo registraciją negaliojančia (visiškai ar iš dalies), tolesnis (t.y. nuo šio momento) tokio ženklo naudojimas yra neteisėtas. Ginčai dėl registracijos pripažinimo negaliojančia nėra savitiksliai. Registracijos, taigi išimtinių teisių ginčijimas, savo esme reiškia taip pat ir siekį, kad rinkoje to ženklo nebūtų, t.y. kad ženklas nebūtų naudojamas. Savavališkas kitam asmeniui priklausančio (ar klaidinamai į jį panašaus) ženklo naudojimas yra tęstinumo pobūdį turintis pažeidimas, o tai reiškia, kad kol yra neteisėtai naudojamas ženklas, tol yra patiriama žala, kuri pasireiškia prekės ženklo reputacijos menkinimu. Jungtinių Amerikos Valstijų teismai tokią žalą vadina nepataisoma („irreparable harm“), todėl vien nuostolių atlyginimas pilnai nepatenkina ieškovo. Jeigu ieškovas įrodo, kad atsakovo prekės ženklas yra tapatus ar klaidinamai panašus į jo teisėtai naudojamą prekės ženklą, preziumuojama, kad ieškovas patirs nepataisomą žalą, jeigu teismas nepripažins, kad ginčijamą ženklą reikia uždrausti naudoti komercinėje veikloje.⁷⁴

3.2.2 Žalos atlyginimas dėl neteisėto prekės ženklo naudojimo

Siekiant kompensuoti patirtą žalą dėl pažeidimo, kurį padarė pažeidėjas, vykdamas veiklą žinodamas arba pagrįstai galėjęs žinoti, kad dėl tokios veiklos bus įvykdytas toks pažeidimas, teisių turėtoji turėtų būti skiriama tokia žalos atlyginimo suma, kuri leistų atsižvelgti į visus svarbius aspektus, tokius kaip teisių turėtoji negautos pajamos arba pažeidėjo neteisėtai gauta nauda ir atitinkamais atvejais moralinė teisių turėtoji padaryta žala.

Konkurencijos įstatymo 17 ir 46 straipsniai numato žalos atlyginimą kaip vieną pažeistų teisių gynimo būdų. Tačiau įstatymas nenumato jokių specialių kriterijų, pagal kuriuos turėtų būti apskaičiuojama žala, padaryta nesąžiningos konkurencijos veiksmis, todėl „žala, padaryta nesąžininga konkurencija, turi būti apskaičiuojama ir įrodoma remiantis bendrais žalos atlyginimo principais, įtvirtintais Civiliniame kodekse.“⁷⁵ Bendru principu žala civilinėje teisėje yra suprantama kaip tam tikri turtiniai praradimai, kuriuos patiria nukentėjusysis. Tai gali būti tiek tiesioginiai nuostoliai, tiek ir negautos pajamos. Nuostoliai remiantis civiline teise, turi būti atlyginami visiškai ir pilnai. Visiško nuostolių atlygimo principas reiškia, kad ieškovas turi įrodyti patį žalos faktą ir žalos dydį, „o iš atsakovo negali būti priteisiama nei daugiau, nei

⁷⁴ Maggs B., Peter Schechter E. Roger, Trademark and unfair competition law : cases and comments. St. Paul (Minnesota) : West Group, 2002. P. 527.

⁷⁵ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. sausio 24d. nutartis civilinėje byloje UAB „Rasa“ v R. Degutienės individuali įmonė „Kertupis“, Nr. 3K-3-66/2005.

mažiau, negu buvo padaryta žalos nukentėjusiajam. Visiško žalos atlygimo principas, viena vertus, neleidžia teisės pažeidėjui gauti naudos iš savo neteisėtų veiksmų, kita vertus, užtikrina, kas civilinė atsakomybė atliktą kompensacinę, o ne nubaudimo funkciją.⁷⁶

Žala, padaryta nesąžiningos konkurencijos veiksmiais, gali pasireikšti įvairiai:

1. **Turtinė nauda (pajamos).** Tad pirmasis kriterijus, apskaičiuojant nesąžininga konkurencija padarytą žalą, yra atsakovo pajamos, gautos už tą laikotarpį, per kurį jis atliko nesąžiningos konkurencijos veiksmus, jeigu, žinoma, įrodomas priešastinis ryšys tarp tų pajamų ir neteisėtų veiksmų.
2. **Sumažėjusios pardavimų apimtys; dalies rinkos praradimas.** Šiuo atveju apskaičiuojant žalą jau reikės remtis antruoju kriterijumi – negautomis pajamomis, kurias įrodyti yra paties ieškovo pareiga.
3. **Neteisėtu prekės ženklo naudojimu padaryta žala.** Čia žala apskaičiuojama taikant licencijos mokesčio kriterijų, o tai reiškia, kad žalą sudaro suma, kuri licencinės sutarties atveju būtų sumokėta prekės ženklo savininkui už teisę naudotis tuo žymeniu.⁷⁷

Taigi prekės ženklo savininkui vietoj faktiškai patirtos žalos gali reikalauti atlyginimo, kuris turėjo būti sumokėtas, jeigu pažeidėjas būtų teisėtai naudojęs prekės ženklą, t.y. būtų gavęs leidimą, o kai yra pažeidėjo tyčia ar didelis neatsargumas, - iki dviejų kartų didesnio šio atlyginimo. Jeigu teismas nustato, kad pažeidėjo veiksmuose nėra kaltės, galima išsireikalauti iš pažeidėjo gautą naudą.

⁷⁶ Ten pat.

⁷⁷ Protection Against Unfair Competition. Geneva: WIPO, 1994, P. 71-72.

IŠVADOS

1. Išanalizavus Lietuvos teisės aktus, reglamentuojančius nesąžiningą konkurenciją bei Paryžiaus konvenciją dėl pramoninės nuosavybės saugojimo, kaip vieną pagrindinių teisės aktų pramoninės nuosavybės apsaugos srityje, galima daryti išvadą, kad LR Konkurencijos įstatymas nesąžiningą konkurenciją apibrėžia taip pat kaip ir minėta Paryžiaus konvencija. Tai reiškia, kad Lietuvoje įvedama bendra teisės norma draudžianti nesąžiningos konkurencijos veikas bei nurodomas pavyzdinis draudžiamų nesąžiningos konkurencijos veikų sąrašas.
2. Prekių ženklai yra skirti apsaugoti komercinius žymenis (simbolius) tų ūkio subjektų, kurie investuoja į produktų kokybę bei rinkoje veikia sąžiningai.
3. Prekės ženklo sąvoka yra apibrėžiama remiantis jo funkcijomis bei išraiškos būdu, t.y. galėjimu jį pavaizduoti grafiškai.
4. Prekės ženklo savininkas įgyja išimtinę teisę į jį: teisę naudoti prekės ženklą, kuri sąlygoja ir kitą teisę - uždrausti kitiems subjektams naudoti žymenį, tapatų ar panašų į kito asmens prekės ženklą. Tuo siekiama, kad prekės ženklas neprarastų savo vertės, išskirtinumo bei kokybės užtikrinimo vaidmens. Taigi negatyvioji teisė (uždrausti naudoti prekės ženklą) yra tinkamo pozityviosios teisės (prekės ženklo naudojimosi) įgyvendinimo garantas.
5. Registruoto ženklo savininko teisė drausti kitiems vartoti savo veikloje atitinkamą žymenį yra siejama su trijų sąlygų visumos buvimu: 1) įregistruoto ženklo ir vartojamo žymens tapatumas arba panašumas, 2) prekių ir paslaugų, kurioms žymėti įregistruotas ženklas ir yra vartojamas žymuo, tapatumas arba panašumas, 3) tikimybė, kad visuomenė įregistruotą ženklą ir vartojamą žymenį gali supainioti, kai žymėjimas asocijuojasi su ankstesniu prekių ir paslaugų ženklu.
6. Neteisėtai naudojant kitam asmeniui priklausantį prekės ženklą, padaroma žala ne tik teisėtam prekės ženklo savininkui, bet ir visuomenei, kuri pasireiškia jos klaidinimu. Teisėto savininko prekės ženklas jau nebesugeba atlikti pagrindinės savo funkcijos, o būtent, atskirti vieno asmens prekes ir paslaugas nuo kito asmens prekių ir paslaugų.
7. Norėdamas apginti savo pažeistas teises, prekės ženklo savininkas turi įrodyti, kad pažeidėjo atlikti veiksmai tikrai vertintini kaip teisės pažeidimas, o tam būtina nustatyti visus teisės pažeidimo sudėties elementus: neteisėtus veiksmus, žalą, priežastinį ryšį tarp veikos ir padarinių bei pažeidėjo kaltę.
8. Neteisėti veiksmai - savavališkas žymens naudojimas, kuris yra tapatus ar panašus į kito asmens prekės ženklą – turėtų būti suprantami kaip ūkio subjekto elgesys, kai jis

naudoja prekės ženklą, bet neturi savarankiškos teisės į jį arba nėra pasirašęs licencinės sutarties su tikruoju prekės ženklo savininku.

9. Remiantis užsienio ir Lietuvos teismų praktika, galime daryti išvadą, kad savavališkai panaudojus žymenį, kuris tapatus ar panašus į kito asmens prekės ženklą, sąžiningas ūkio subjektas patiria žalą, kuri gali pasireikšti pardavimų apimtys sumažėjimu, dalies rinkos praradimu, prekės ženklo vertės bei reputacijos menkinimu, turiniais nuostoliais dėl papildomų, nenumatytų išlaidų ir kt.
10. Europoje ir Lietuvoje jau atgarsį randa „free riding“ ir „dilution“ teorijos, kurios draudžia ūkio subjektui pasinaudoti nesąžiningai įgyta nauda bei saugo prekės ženklo reputaciją bei skiriamąjį požymį.
11. Pažeidėjas bus pripažintas tinkamu teisės pažeidimo subjektu tik jeigu jis atitiks ūkio subjektui keliamus reikalavimus bei bus pripažintas esantis nukentėjusios šalies konkurentu LR Konkurencijos įstatymo prasme.
12. Lietuvos teismų praktika tiriant tokio pobūdžio bylas nėra gausi, tačiau visos nagrinėtos bylos yra nuosekliai iširtos, pasiremiant ne tik Lietuvos Respublikos teisės aktais, bet ir Europos Sąjungos teisės aktais, rekomendacijomis, Europos Teisingumo Teismo suformuota teismų praktika, o tai skatina prekės ženklų savininkus aktyviau ginti savo teises ir tuo pačiu užkirsti kelią nesąžiningam konkuravimui rinkoje.
13. Subjektui, savavališkai naudojant žymenį, tapatų ar panašų į kitam asmeniui priklausantį prekės ženklą, kyla administracinė atsakomybė, tačiau jam taip pat kyla ir civilinė atsakomybė, jeigu teisėtas prekės ženklo savininkas pareikštų ieškinį dėl žalos priteisimo.
14. Parenkant tinkamiausią gynybos būdą, turėtų būti atsižvelgiama į tai, ar konkreti gynybos priemonė tinkamai ir efektyviai apgins prekės ženklo savininko teises bei ar bus užkirstas kelias pažeidėjui toliau tęsti neteisėtus veiksmus.
15. Atsižvelgiant į išnagrinėtą teorinę medžiagą ir teismų praktiką, galima daryti išvadą, kad darbo pradžioje iškelta hipotezė, kad kiekvienas savavališko žymens, kuris tapatus ar panašus į kito asmens registruotą prekės ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekės ženklą, naudojimo atvejis yra nesąžiningos konkurencijos veiksmas, pasitvirtino. Minėtas pažeidimas neabejotinai patenka į nesąžiningos konkurencijos apibrėžimo rėmus, nes nekontroliuojamas prekės ženklo naudojimas be jo savininko sutikimo pakenkia esminei prekės ženklo funkcijai, ir toks prekės ženklas daugiau nebegali garantuoti bei nurodyti tikrosios prekių kilmės, kas apsunkina ūkio subjekto galimybes konkuruoti, nes suklaidinami vartotojai. Tuo tarpu neiškreipta ir sąžininga

konkurencija yra siejama su garantija, kad visos prekės ženklų paženklintos prekės yra kilusios kontroliuojant vienai įmonei, kuri yra atsakinga už jų kokybę. Teismų praktikoje savavališkas naudojimas žymens, kuris yra tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto prekės ženklą, yra vertinamas kaip nesažiningos konkurencijos veiksmas, už kurį numatyta administracinė ūkio subjektų atsakomybė, o teisėto prekės ženklo savininko teisės yra ginamos, kai jis įrodo visus teisės pažeidimo sudėties elementus: objektą, neteisėtus veiksmus, subjektą, priežastinį ryšį tarp pažeidėjo veiksmų ir sukeltų padarinių, tinkamą subjektą, jo kaltę.

LITERATŪROS SARAŠAS

Lietuvos Respublikos teisės norminiai aktai

1. Lietuvos Respublikos Konstitucija, 1992 m. spalio mėn. 25 d. // Valstybės žinios. 1992, Nr. 31-953.
2. Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas // Valstybės žinios. 2000, Nr. 74-2262.
3. Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymas // Valstybės žinios. 1999, Nr. 30 – 856.
4. Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymas // Valstybės žinios. 2000, Nr. 92-2844.
5. Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo // Valstybės žinios. 1996, Nr. 75-1796.
6. 1957-06-15 Nicos sutartis dėl tarptautinės prekių ir paslaugų ženklų registravimo klasifikacijos // Valstybės žinios. 1997. Nr. 14-290;
7. Lietuvos Respublikos Konstitucinio teismo 2000 m. liepos 5 d. nutarimas „Dėl Lietuvos Respublikos Administracinių teisės pažeidimų kodekso 214-10 straipsnio 1 dalies atitikimo Lietuvos Respublikos Konstitucijai.“
8. Pasaulio prekybos organizacijos Sutartis dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba // Valstybės žinios. 2001, Nr. 46-1620.
9. Sutartis dėl prekių ženklų įstatymo (TLT) // Valstybės žinios. 1997, Nr. 109-2762.
10. Lietuvos Respublikos prekių ženklų registro nuostatai // Valstybės žinios. 2001, Nr. 118-550.
11. Prekių ženklų registravimo Lietuvos Respublikoje taisyklės // Valstybės žinios. 2001, Nr. 11-33.
12. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas Nr. 362 “Dėl pramoninės nuosavybės teisinės apsaugos Lietuvos Respublikoje” // Valstybės žinios. 1992, Nr. 19-569.
13. 1996 m. liepos 11d. Valstybinio Patentų Biuro direktoriaus įsakymu Nr.28 patvirtinti metodiniai nurodymai dėl prekių ir paslaugų ženklų tapatumo bei panašumo nustatymo.

Europos Sąjungos teisės norminiai aktai

14. Treaty establishing the European Community // OJ 1997 L 340/173-308.
15. Directive 2004/48/EC of the European Parliament and of the Council on the enforcement of intellectual property rights // 2005/295/EC.
16. First Council Directive of 21 December 1988 to approximate the laws of the member states relating to trade marks (89/104/EEC) // OJ 1989 L 40/1.

Europos Teisingumo Teismo bylos

17. SA CNL – SUCAL NV v HAG GF AG, Case C-10/89 [1990] ECR I-3711.
18. General Motors Corporation and Yplon SA, Case C-375/97 [1999] ECR I-4521.
19. Sabel BV and Puma AG, Rudolf Dassler Sport, Case C-251/95 [1997] ECR-I4861.
20. Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH v Klijsen Handel BV, Case C-342/97 [1999] ECR I-3819.

Lietuvos Respublikos teismų praktika

21. Lietuvos Apeliacinio Teismo 2008 m. kovo 12 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Baltijos muzika“ v „Baltijos reklamos projektai“, Nr. 2A-219/2008.
22. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2006 m. kovo 27d. nutartis civilinėje byloje Kirkbi A/S v UAB „Legosta“, Nr. 3K-3-209/2006.
23. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. balandžio 25 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Ekspedita“ v UAB „Chemtransa“, Nr. 3K-3-223/2005
24. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. sausio 24d. nutartis civilinėje byloje UAB „Rasa“ v R. Degutienės individuali įmonė „Kertupis“, Nr. 3K-3-66/2005.
25. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2004 m. gruodžio 15d. nutartis civilinėje byloje UAB „Kilminė“ v AB „Vilniaus prekyba“, Nr. 3K-3-483/2004.
26. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2004 m. rugsėjo 27 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Samsonas“ v AB „Panerių investicijos“, Nr. 3K-3-461/2004.
27. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2004 m. rugsėjo 8 d. nutartis byloje UAB „Balionų šalis“ v UAB „Vilbalas“, Nr. 3K-3-408/2004
28. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. rugsėjo 10 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Merand“ v UAB „Opra“, 3K-3-781/2003.
29. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. gruodžio 3 d. nutartis civilinėje byloje Alec M. Gallup (Jungtinės Amerikos Valstijos) v. Suomen Gallup OY (Suomija), Nr. 3K-3-1340/2001.
30. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. gruodžio 15d. nutartis civilinėje byloje Beecham Group p.lc. v I. Kalinino IĮ „Kelupas“, Nr. 3K-3-1103/2003.
31. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2002 m. spalio 23d. nutartis civilinėje byloje Distilleerderijen erven lucas bols B.V. v UAB „Mineraliniai vandenys“, Nr. 3K-3-1222/2002.
32. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2002 m. balandžio 24 d. civilinėje byloje UAB „Dažai“ v UAB „Spaudos dažai“, Nr. 3K-3-581/2002.
33. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2001 m. lapkričio 14 d. nutartis civilinėje byloje L. M. Sandienė v Kauno Raudonojo Kryžiaus ligoninė, Nr. 3K-3-1140/2001.

Specialioji literatūra

34. Intelektinė nuosavybė kaip kokybės gerinimo šaltinis. Bendroji informacija ir svarbiausi tinklapių smulkios ir vidutinės įmonės (SVĮ). Vilnius: Justitia, 2003.
35. Kasperavičius P., Kiškis M., Žilinskas V. Intelektinė nuosavybė ir jos teisinė apsauga. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2007.
36. Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Šeštoji knyga. Prievolių teisė, pirmas tomas. Vilnius: Justitia 2003.
37. Maggs B., Peter Schechter E. Roger, Trademark and unfair competition law : cases and comments. St. Paul (Minnesota) : West Group, 2002.
38. Mikelėnas M. Prievolių teisė. Vilnius: Justitia, 2002.
39. Mizaras V. Autorių teisės: civiliniai gynimo būdai. Vilnius, 2003.
40. Mostert F.W. Famous and Well Known Marks. An International Analysis. London: Butterworths, 1997.
41. Vaišvila. A. Teisės teorija. Vilnius: Justitia, 2004.
42. W. de Vrey Rogier. Towards a European unfair competition law : a clash between legal families : a comparative study of English, German and Dutch law in light of existing

Publikacijos

43. Pramoninės nuosavybės apsauga. 2007 Nr. 3(35) Advokatai pataria: ginti savo prekęs ženklą tinkami įvairūs būdai.
44. D. Klimkevičiūtė „Prekių ženklų ir pramoninio dizaino teisių įgyvendinimas: teismų praktikos tendencijos ir aktualijos“ http://www.vpb.lt/news/nfiles/teis_8.ppt; prisijungimo laikas: 2008-09-12.

Elektroniniai šaltiniai

45. Klimas A. Pranešimas „Konkurencijos įstatymo projektas ir jo įtaka konkurencijai“ <http://www.lrinka.lt/Pranesim/Klimas.phtml>; prisijungimo laikas: 2008-04-30.
46. Europos Komisijos tinklapis „Jūsų Europa“ http://ec.europa.eu/youreurope/nav/lt/business/development/intellectual-property/index_lt.html
47. Matulevičienė N. Autorių teisių apsauga išsiplėtusioje Europos Sąjungoje. [http://www.culture.lt/daile/04\(1\)/ata.htm](http://www.culture.lt/daile/04(1)/ata.htm); prisijungimo laikas: 2008-09-03.
48. Mizaras V. Intelektinės nuosavybės teisių gynimo reglamentavimo novelos Europos Bendrijos teisėje: pagrindiniai principai. <http://www.leidykla.vu.lt/inetleid/teise/55/straipsniai/str9.pdf>; prisijungimo laikas: 2008-08-31.
49. McCarthy T.J. Dilution of a Trademark: European and United States Law Compared, The Trademark Reporter. http://www.inta.org/downloads/tmr_McCarthy.pdf; prisijungimo laikas: 2008-09-20.
50. Pasaulinės intelektinės nuosavybės organizacijos (PINO) Generalinio direktoriaus p. Kamil Idris pranešimas artėjančios Pasaulinės intelektinės nuosavybės dienos proga. <http://www.vpb.lt/index.php?c=news/naujiena.php&n=304&l=lt>; prisijungimo laikas: 2008-09-01.
51. <http://www.pfi.lt/apie/patentai.html>; prisijungimo laikas: 2008-05-29.
52. Šimašius R. Apie nesąžiningą konkurenciją reklamoje. // <http://www.lrinka.lt/Straipsn/Nesazrekl.phtml>; prisijungimo laikas: 2008-04-30.
53. http://topics.law.cornell.edu/wex/Unfair_competition; prisijungimo laikas: 2008-09-01.
54. Visuomenės nuomonės tyrimas dėl pramoninės nuosavybės apsaugos galimybių žinomumo (Užsakovas: Lietuvos Respublikos valstybinis patentų biuras; Vykdytojas: „Spinter tyrimai“); www.vpb.lt/doc/Prezentacija_200802.ppt; prisijungimo laikas: 2008-09-02.

Kiti šaltiniai

55. Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks, adopted by the Assembly of the Paris Union for the Protection of Industrial Property and the General Assembly of the World Intellectual Property Organization (WIPO) at the Thirty-Fourth Series of Meetings of the Assemblies of the Member States of WIPO September 20 to 29, 1999. World Intellectual Property Organisation, Geneva, 2000 // http://www.wipo.int/about-ip/en/development_iplaw/index.htm

56. LR Konkurencijos Tarybos 2000 m. spalio 6d. raštas „Dėl LR Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio aiškinimo“, Nr. 09-04-1192.
57. Lietuvos Respublikos Konkurencijos Tarybos 2000 m. vasario 24 d. nutarimas „Dėl konkurencijos tarybos paaiškinimų dėl atitinkamos rinkos apibrėžimo“, Nr. 17.

THE CASES OF UNFAIR COMPETITION CONCERNING UNLAWFUL USE OF A MARK WHICH BELONGS TO ANOTHER PERSON AND IS IDENTICAL OR SIMILAR TO HIS REGISTERED OR NOT REGISTERED, BUT FAMOUS TRADEMARK: THEORETICS AND PRACTICE

Simona Stankutė

SUMMARY

The author of the master thesis analyses unlawful use of a mark, which is identical or similar to another person's trademark as a breach of administrative and competition law.

Main definitions used in master thesis are: unfair competition, mark, trademark, famous trademark.

Nowadays the free market requires regulation to make it fair and to guarantee the full protection of honest competitors and the interests of consumers as well. Exercising one's intellectual property rights more and more often come to the scene of unfair competition. One of the most severe breaches of intellectual property law is the trademark infringement. Unfair use of the registered trademark or not registered, but famous one, that belongs to other individual and is identical or likelihood similar to it, is considered as unlawful behaviour of the competitors, that causes barriers to compete in appropriate market and which might weaken or pervert the competition. Such actions conflict with law, fair practice and customs and definitely causes harm to both - the owner of the trademark and consumers. This thesis makes it clear, when it necessary to take legal actions against the person who is getting an unfair advantage of other person's registered or not registered, but famous trademark. Besides, the attention is also paid to abroad well-known „Dilution“ and „Free riding“ theories, which enable to protect one's rights from diluting and imitating his famous trademark.

**NESAŽININGOS KONKURENCIJOS ATVEJAI, PASIREIŠKIJANTYS
SAVAVALIŠKU NAUDOJIMU ŽYMENS, KURIS YRA TAPATUS AR PANAŠUS Į
KITO ŪKIO SUBJEKTO REGISTRUOTĄ PREKĖS ŽENKLĄ AR NEREGISTRUOTĄ
PLAČIAI ŽINOMĄ PREKĖS ŽENKLĄ: TEORIJA IR PRAKTIKA**

Simona Stankutė

SANTRAUKA

Magistro baigiamajame darbe autorius analizuoja savavališką naudojimą žymens, kuris yra tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto registruotą prekės ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekės ženklą, kaip administracinės ir konkurencijos teisės pažeidimą.

Pagrindinės darbe naudojamos sąvokos: nesąžininga konkurencija, žymuo, prekės ženklas, plačiai žinomas prekės ženklas.

Šių dienų laisvoji rinka yra suvaržyta tam tikrų apribojimų, nes tik tokiu būdu yra garantuojama ūkio subjektų teisė į sąžiningą konkurenciją bei ginami teisėti vartotojų interesai. Intelektinės nuosavybės teisių panaudojimas versle sąlygoja tai, jog vis dažniau bandoma nesąžiningai pasipelnyti, panaudojant kitam asmeniui priklausančius intelektinės nuosavybės objektus. Vienas iš minėtų objektų yra prekės ženklai. Savavališkas naudojimas žymens, kuris yra tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto registruotą prekės ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekės ženklą yra nesąžiningų konkurentų elgesys, sudarantis kliūtis konkuruoti atitinkamoje rinkoje bei galintis susilpninti ar iškraipyti konkurenciją. Tokie ūkio subjektų veiksmai prieštarauja teisei, sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, bei sukelia žalą ne tik teisėtam prekės ženklo savininkui, bet ir visai visuomenei. Šis darbas atskleis minėto pažeidimo turinį, o išsami pažeidimo sudėties elementų analizė padės suvokti, kada reikia ginti išimtinę teisę į prekės ženklą. Darbe taip pat aptariamos užsienio šalyse įsitvirtinusios „dilution“ ir „free riding“ teorijos, įgalinančios gintis nuo nesąžiningų asmenų, bandančių kopijuoti žymenį ar nesąžiningai pasipelnyti iš jau sukurto ir populiarus prekės ženklo, tuo darydami neigiamą įtaką ne tik prekės ženklo vertei ir išskirtinumui, bet ir vartotojų pasitikėjimui atitinkamu prekės ženklu.