

Vilniaus universiteto Teisės fakulteto

Privatinės teisės katedra

Emilijos Urbanovič,

V kurso, civilinės ir verslo teisės

studijų šakos studentės

Magistro darbas

Žymens, turinčio skiriamąjį požymį, teisinė apsauga

Legal protection of a sign with a distinctive character

Vadovas: Prof. dr. (HP), LL.M. Vytautas Mizaras

Recenzentas: Prof. dr. Ramūnas Birštonas

Vilnius

2025

ANOTACIJA IR PAGRINDINIAI ŽODŽIAI

Šiame magistro darbe yra analizuojami žymenų, turinčių skiriamąjį požymį, teisinės apsaugos būdai ir jų ypatumai. Remiantis įvairiuose teisės šaltiniuose vyraujančiomis pozicijomis yra atskleidžiama žymens, turinčio skiriamąjį požymį samprata. Vadovaujantis teismų praktika bei pramoninės nuosavybės apsaugos tarnybų sprendimais nagrinėjama skiriamąjo požymio reikšmė žymens sėkmingai registracijai ir kitiems apsaugos būdams pagal prekių ženklų teisę. Magistro darbe taip pat didelis dėmesys yra skiriamas žymenų, turinčių skiriamąjį požymį, apsaugos galimybėms pagal nesąžiningos konkurencijos teisę.

Pagrindiniai žodžiai: žymuo, skiriamasis požymis, prekių ženklas, neregistruotas žymuo, žymens registracija.

This Master thesis analyses the legal protection of distinctive signs and their specificities. Based on the positions prevailing in various sources of law, the concept of a sign with a distinctive character is disclosed. The significance of the distinctive character of a sign for the successful registration of a sign and for other forms of protection under trademark law is examined in the light of case law and the decisions of the industrial property offices. The master's degree final work also focuses on the possibilities of protecting signs with distinctive character under unfair competition law.

Key words: sign, distinctive character, trademark, unregistered sign, registration of a sign.

TURINYS

IŽANGA.....	3
1. ŽYMUO, TURINTIS SKIRIAMĄJĮ POŽYMĮ.....	7
1.1. Žymens ir prekių ženklo sąvokų santykis ir jų skirtumai.....	7
1.2. Skiriamąjo požymio samprata.....	9
1.3. Žymenų klasifikacija pagal skiriamąjo požymio laipsnį.....	11
1.3.1. Stiprų skiriamąjį požymį turintys žymenys.....	12
1.3.2. Silpną skiriamąjį požymį turintys žymenys.....	14
1.3.3. Skiriamąjo požymio neturintys žymenys.....	14
1.4. Skiriamąjo požymio praradimas.....	15
2. ŽYMENS, TURINČIO SKIRIAMĄJĮ POŽYMĮ, APSAUGA PAGAL PREKIŲ ŽENKLŲ TEISĘ.....	17
2.1. Žymens skiriamąjo požymio reikšmė žymens registracijai.....	19
2.1.1. Skiriamąjo požymio nebuvimas kaip absoliutus pagrindas atsisakyti registruoti žymenį ir pripažinti ženklo registraciją negaliojančia.....	21
2.1.2. Ankstesnio prekių ženklo skiriamąjo požymio reikšmė žymens registracijai.....	25
2.1.3. Skiriamąjo požymio įgijimas dėl naudojimo.....	27
2.2. Skiriamąjo požymio reikšmė ženklo pripažinimui plačiai žinomam.....	29
2.3. Skiriamąjo požymio reikšmė prekių ženklo reputacijai.....	30
3. ŽYMENS, TURINČIO SKIRIAMĄJĮ POŽYMĮ, APSAUGOS GALIMYBĖS PAGAL NESĄŽININGOS KONKURENCIJOS TEISĘ.....	32
3.1. Apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos nustatančių teisės normų ir prekių ženklų teisės santykis bei jų skirtumai.....	32
3.2. Veiksmai, pažeidžiantys žymens, turinčio skiriamąjį požymį, savininko teises kitais negu sukeliant painiavos galimybę.....	44
IŠVADOS.....	48
ŠALTINIŲ SĄRAŠAS.....	49
SANTRAUKA.....	55
SUMMARY.....	56

IŽANGA

Temos aktualumas. Plečiantis pasauliniams prekybos ryšiams ir vis intensyvėjant konkurencijai tarp verslo subjektų, komercinėje veikloje naudojamų žymenų teisinės apsaugos reikšmė nepraranda aktualumo ir tampa vis svarbesne. Visuomenėje žinomi ir atpažįstami prekių ženklai yra laikomi ne tik įmonių turto dalimi, bet ir vienu iš įmonių sėkmingos veiklos pagrindų. Prekių ženklai komercinėje veikloje yra naudojami siekiant nurodyti prekių ir (ar) paslaugų komercinį šaltinį, kas turi esminės reikšmės vartotojams, besirenkant prekes ir (ar) paslaugas. Be to, prekių ženklai yra svarbūs kuriant konkurencinį pranašumą, kadangi jų dėka galima atskirti vieno verslo subjekto gaminamas prekes ir (ar) teikiamas prekes nuo kitų ūkio subjektų gaminamų prekių ir (ar) kuriamų paslaugų.

Verslo subjektų siekį apsaugoti komercinėje veikloje naudojamus žymenis rodo ir statistiniai duomenys. Remiantis Lietuvos Respublikos valstybinio patentų biuro (toliau – **Valstybinis patentų biuras**) pateiktais statistiniais duomenimis, nuo 2011 metų kasmet yra pateikiama registruoti daugiau nei 2000 nacionalinių prekių ženklų paraiškų, taip pat pastebimas Lietuvos Respublikoje didelis Europos Sąjungos prekių ženklų paduodamų paraiškų skaičius (nuo 2021 metų jų skaičius viršija 1000 paraiškų per metus) (Valstybinis patentų biuras, 2025).

Nors, kaip galima pastebėti, viešojoje erdvėje vis dažniau yra informuojama apie komercinėje veikloje naudojamų žymenų registracijos svarbą, būtina pabrėžti, kad ne kiekvienas komercinėje veikloje naudojamas žymuo gali būti sėkmingai užregistruojamas pagal prekių ženklų teisėje reglamentuojamas taisykles. 1883 m. Paryžiaus konvencijoje dėl pramoninės nuosavybės saugojimo (toliau – **Paryžiaus konvencija**), 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamente (ES) 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (toliau – **ES prekių ženklo reglamentas**), 2015 m. gruodžio 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos (ES) 2015/2436 valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti (toliau – **Prekių ženklų direktyva**), Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymas (toliau – **Prekių ženklų įstatymas**) nustato absoliučius ir santykinius atsisakymo registruoti ženklą ir ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindus prie kurių yra priskiriamas ir skiriamojo požymio nebuvimas.

Be to, pagal Lietuvos Respublikos Konkurencijos įstatymą (toliau – **Konkurencijos įstatymas**), reglamentuojantį apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos, nuo sąžiningai verslo praktikai prieštaraujančio konkurentų elgesio taip pat gali būti saugomi tik tam tikrus reikalavimus atitinkantys komercinėje veikloje naudojami žymenys.

Taigi, įvertinus tai, kad sparčiai besivystant ekonominei veiklai verslo subjektams atsiranda vis didesnis poreikis teisiškai apsaugoti komercinėje veikloje naudojamus žymenis, yra svarbu išsiaiškinti ne tik komercinėje veikloje naudojamų žymenų teisinės apsaugos galimybes, bet ir įvertinti skiriamąjo požymio reikšmę žymenų teisinei apsaugai tiek pagal prekių ženklų teisę, tiek apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos nustatančias teisės normas.

Darbo tikslas. Šio magistro darbo pagrindinis tikslas yra nustatyti komercinėje veikloje naudojamo žymens teisinės apsaugos galimybes pagal prekių ženklų teisę ir apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos reglamentuojančias teisės normas, atskleidžiant žymenų skiriamąjo požymio reikšmę žymenų teisinei apsaugai.

Darbo uždaviniai. Magistro darbo tikslui pasiekti, yra keliami šie uždaviniai:

- 1) Atskleisti žymens skiriamąjo požymio sampratą;
- 2) Išsiaiškinti žymens skiriamąjo požymio reikšmę galimiems žymens apsaugos būdams pagal prekių ženklų teisės normas;
- 3) Nustatyti ar žymuo, turintis skiriamąjį požymį, gali būti saugomas pagal apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos nustatančias teisės normas ir kuo apsauga žymens, turinčio skiriamąjį požymį, skiriasi nuo žymens apsaugos pagal prekių ženklų teisę.

Darbo objektas. Šio darbo objektas yra žymens, turinčio skiriamąjį požymį, teisinė apsauga. Atsižvelgiant į tai, kad komercinėje veikloje ūkio subjektai gali naudoti daug žymenų (prekių ženklus, juridinių asmenų pavadinimus, domenų, geografinės nuorodas bei kt.) ir išanalizuoti kiekvieno iš jų teisinės apsaugos galimybes šiame darbe būtų neįmanoma dėl ribotos magistro darbo apimties, šiame tyrime bus išsamiai analizuojama tik skiriamąjį požymį turinčių žymenų, kurie naudojami siekiant išskirti vieno ūkio subjekto gaminamas prekes ir (ar) teikiamas paslaugas nuo kitų ūkio subjektų gaminamų prekių ir (ar) teikiamų paslaugų, teisinė apsauga.

Šiame magistro darbe yra siekiama apibrėžti žymens skiriamąjo požymio sampratą, nagrinėjant žymenų klasifikaciją pagal skiriamąjo požymio intensyvumo laipsnį, išsiaiškinti kokie žymenys pasižymi stipriu skiriamuoju požymiu, o kokie žymenys yra laikomi turinčiais silpną skiriamąjį požymį. Tyrime taip pat siekiama atskleisti komercinėje veikloje naudojamo žymens skiriamąjo požymio ir jo laipsnio reikšmę žymens apsaugai pagal prekių ženklų teisę – sėkmingai žymens registracijai ir pripažinimui plačiai žinomu. Šiame darbe taip pat nagrinėjami svarbūs žymens teisinei apsaugai prekių ženklų teisės institutai, tokie kaip žymens skiriamąjo požymio praradimas, žymens skiriamąjo požymio

įgijimas dėl naudojimo. Tyrimo metu siekiama išsiaiškinti komercinėje veikloje naudojamo neregistruoto žymens apsaugos galimybes remiantis Konkurencijos įstatyme įtvirtintomis normomis, reglamentuojančiomis apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos. Taip pat šiame tyrime yra siekiama atskleisti prekių ženklų teisės normų ir apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos nustatančių teisės normų santykį bei jų skirtumus.

Tyrimo metodai. Šiame magistro darbe yra taikomi toliau nurodyti metodai:

- 1) Sisteminės analizės tyrimo metodas yra vienas svarbiausių šio darbo tyrimo metodų, taikomas analizuojant Paryžiaus konvencijoje dėl pramoninės nuosavybės apsaugos, ES prekių ženklo reglamente, Prekių ženklų direktyvoje, Lietuvos prekių ženklų įstatyme, Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatyme, nustatytas teisės normas, siekiant nustatyti galimus komercinėje veikloje naudojamų žymenų teisinės apsaugos būdus ir teisinės apsaugos įgijimo sąlygas. Taip pat šis metodas pasitelkiamas atskleisti žymenų apsaugos pagal prekių ženklų teisės normas ir apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos nustatančių teisės normų taikymo ypatumus ir jų skirtumus.
- 2) Analitinis metodas yra taikomas analizuojant Europos Sąjungos teismų ir Lietuvos Respublikos teismų praktiką, Lietuvos Respublikos Valstybinio patentų biuro apeliacinio skyriaus sprendimus, ne tik siekiant ištirti oficialų teisės normų aiškinimą, bet ir su tikslu darbe pateikti praktinių pavyzdžių, iliustruojančių šiame magistro darbe nagrinėjamų prekių ženklų teisės nuostatose ir apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos nustatančiose teisės normose įtvirtintų institutų pritaikomumą praktikoje.
- 3) Teleologinis metodas pasitelkiamas siekiant šiame magistro darbe išsiaiškinti įstatymų leidėjo tikslus priskiriant komercinėje veikloje naudojamo žymens skiriamąjį požymį prie pagrindinių teisinės apsaugos įgijimo sąlygų tiek pagal prekių ženklų teisės normas, tiek pagal apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos reglamentuojančias teisės normas.
- 4) Lyginamasis tyrimo metodas yra pasitelkiamas nustatyti komercinėje veikloje naudojamo žymens apsaugos įgijimo momentą pagal prekių ženklų teisę skirtingose Europos Sąjungos valstybėse (Lietuvoje, Vokietijoje, Danijos Karalystėje).
- 5) Lingvistinis tyrimo metodas taikytinas atskleisti prekių ženklų teisės aktuose bei apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos reglamentuojančiuose teisės aktuose įtvirtintų sąvokų reikšmę.

Darbo originalumas. Žymenų skiriamąjo požymio reikšmės žymenų teisinei apsaugai analizei teisės doktrinoje nėra skiriama daug dėmesio. Darbo autorės teigimu, per paskutinius penkerius metus nebuvo parašyta mokslinių publikacijų, apie žymenų, turinčių skiriamąjį požymį, teisinę apsaugą. Išskirti galima tik panašia tema daugiau nei prieš 15 metų, 2010 m. parašytą J. Truskaitės daktaro disertaciją „Komercinių žymenų teisinės apsaugos problemos“. Taip pat 2009 m. buvo publikuota M. Jakutavičiaus daktaro disertacija tema „Apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos: produktų imitavimo atvejai“, tačiau šioje disertacijoje dėmesys yra skiriamas išimtinai teisinei apsaugai nuo nesąžiningo produktų imitavimo. Pastebėtina, kad žymiai daugiau mokslinių straipsnių, magistro darbų yra parašyta apie kitus prekių ženklų teisės institutus, pavyzdžiui, plačiai žinomus prekių ženklus, reputaciją turinčius prekių ženklus ir kt.

Svarbiausi šaltiniai. Šiame darbe yra remiamasi Europos Sąjungos teismų ir Lietuvos Respublikos teismų praktika, taip pat yra nagrinėjami Lietuvos Respublikos valstybinio patentų biuro apeliacinio skyriaus sprendimai. Šio magistro darbo nustatytiems uždaviniams pasiekti yra pasitelkiami Lietuvos Respublikos teisės mokslininkų V. Mizaro, R. Birštono, D. Klimkevičiūtės moksliniai darbai. Svarbus šio magistro darbo šaltinis yra J. Truskaitės disertacija „Komercinių žymenų teisinės apsaugos problemos“. Iš užsienio teisės mokslininkų publikacijų magistro darbe buvo remtasi V. von Bomhard ir A. Geier moksliniu straipsniu „Unregistered trademarks in EU trademark law“, taip pat Sh. Adarsh, E. Ash ir kt. teisės mokslininkų parengtu moksliniu straipsniu „Automating Abercrombie: Machine-learning trademark distinctiveness“, J. Phillips mokslinė publikacija „Trade Mark Law A Practical Anatomy“.

1. ŽYMUO, TURINTIS SKIRIAMĄJĮ POŽYMI

1.1. Žymens ir prekių ženklo sąvokų santykis ir jų skirtumai

Istoriniai duomenys rodo, kad nuo pat pirmųjų amatininkystės ir prekybos vystymosi etapų, prekių gamintojai ir prekybininkai žymėdavo savo gaminamą produkciją įvairias ženklais, kurių dėka išskirdavo jiems priklausančius objektus. Jau antikiniai laikais buvo įprasta ant keramikos dirbinių žymėti skulptorių vardus su įvairiais kitais identifikuojančiais ženklais. Vėliau, į žymenis buvo žiūrima kaip į tam tikrą privalomą prekių kilmės rodiklį, siekiant reguliuoti prekių kokybę. Viduramžiuose, tokiose valstybėse kaip Vokietija, Italija, Prancūzija, gildijų nariams buvo privaloma žymėti prekes žymenimis, kad sustiprintų gildijos įtaką prekyboje (Rogers, 1910, p. 30, 37). Įdomu pastebėti ir tai, kad pirmuoju prekių ženklų apsaugą reglamentuojančiu įstatymu laikomame Anglijoje 1266 metais priimtame prekių ženklų įstatyme buvo nustatyta, jog duonos kepėjai turėjo naudoti skiriamąjį ženklą duonai žymėti, kad reguliavimo institucijos galėtų nustatyti duonos kilmę (PINO, 2021). Nors Viduramžiais suklestėjus prekybai, tradicija ženklinti prekybininkų ir gamintojų prekes dar labiau paplito, pripažįstama, kad ženklų ekonominė reikšmė vis dar buvo menka ir labai išaugo tik XVIII-XIX amžiuje, prasidėjus pramoninei revoliucijai (Birštonas *et al*, 2010, p. 515). Taigi, atsižvelgiant į istorinį kontekstą, istoriškai prekių ženklai buvo naudojami siekiant dviejų tikslų: pirma, nuo senų laikų žymuo buvo naudojamas kaip nuosavybę nustatantis ženklas (angl. *proprietary mark*), kuriuo prekes žymėjo prekių savininkas, kad galėtų tiesiog identifikuoti jam priklausančias prekes; antra, žymuo buvo suprantamas kaip tam tikras reguliacinis kokybės ženklas (angl. *regulatory mark*), kuris buvo privalomai žymimas pagal įstatymą, kad galima būtų atsekti nekokybišką darbą ir kaltą gamintoją nubausti (Schechter, 1927, p. 814).

Pastebėtina, kad istoriškai prekių ženklų samprata kito. Šiais moderniais laikais prekių ženklai yra laikomi intelektinės nuosavybės teisės saugomais objektais, o tiksliau, teisiškai saugomais pramoninės nuosavybės objektais dėl jų naudojimo gamybinės, komercinės praktikos srityje (Mizaras, 2011, p. 4). Vienu pirmųjų tarptautinių intelektinės nuosavybės apsaugą reglamentuojančių teisės aktu laikomoje Paryžiaus konvencijos1 straipsnio 1 dalyje yra nustatyta, kad pramoninės nuosavybės objektais laikomi prekių ženklai, paslaugų ženklai, firmų vardai ir kilmės nuorodos arba kilmės vietos pavadinimai, tačiau Paryžiaus konvencija nepateikia pramoninės nuosavybės objektų sąvokų, jų nedetalizuoja. Kitame intelektinės nuosavybės apsaugai reikšmingame teisės akte,

Pasaulinės prekybos organizacijos (toliau – **PPO**) priimtoje sutartyje dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba (toliau – **TRIPS**) 15 straipsnio 1 dalyje yra nustatyta, kad bet koks žymuo ar žymenų kombinacija, pagal kuriuos vienos įmonės prekes ar paslaugas galima atskirti nuo kitų įmonės prekių ar paslaugų, laikomi galinčiais sudaryti prekių ženklą. Tokius žymenis, ypač žodžius, į kuriuos įeina asmenvardžiai, raidės, skaitmenys, vaizdiniai elementai ir spalvų kombinacijos, taip pat bet kokią tų žymenų kombinaciją turi būti leista registruoti kaip prekių ženklus. Kai žymenis nėra tiek būdingi, kad pagal juos būtų galima atskirti atitinkamas prekes ar paslaugas, valstybės narės numato, kad įregistravimas priklauso nuo atpažinimo/ skirtingumo, kuris įgytas tuos žymenis naudojant.

Europos Sąjungos teisės aktuose, ES prekių ženklo reglamento 1 straipsnio 1 dalyje yra nustatyta, kad Europos Sąjungos prekių ženklas yra prekėms arba paslaugoms skirtas prekių ženklas, įregistruotas laikantis šiame reglamente nustatytų sąlygų ir tvarkos. Taip pat šio reglamento 4 straipsnio 1 dalyje yra nustatyta, kad ES prekių ženklas gali būti sudarytas iš bet kokių žymenų, visų pirma iš žodžių, įskaitant asmenvardžius, ar piešinių, raidžių, skaitmenų, spalvų, išorinės prekių ar prekių pakuotės formos arba garsų, su sąlyga, kad: a) pagal tuos žymenis galima atskirti vienos įmonės prekes arba paslaugas nuo kitų įmonių prekių arba paslaugų; ir b) tuos žymenis Europos Sąjungos prekių ženklų registre galima pavaizduoti tokiu būdu, kad kompetentingos institucijos ir visuomenė galėtų aiškiai ir tiksliai nustatyti jo savininkui suteiktos apsaugos objektą. Taip pat Prekių ženklų direktyvos 3 straipsnio 1 dalyje įtvirtintas prekių ženklo apibrėžimas toks pats kaip ir ES prekių ženklo reglamente. Prekių ženklų įstatymo 5 straipsnyje yra nustatyta, kad prekių ženklas gali būti sudarytas iš bet kokių žymenų, pavyzdžiui, iš žodžių, įskaitant asmenvardžius, ar piešinių, raidžių, skaitmenų, spalvų, prekių ar jų pakuotės formos arba garsų, jeigu tokie žymenis atitinka šias abi sąlygas: 1) jie gali atskirti vieno asmens prekes arba paslaugas nuo kitų asmenų prekių arba paslaugų; 2) juos galima pateikti Lietuvos Respublikos prekių ženklų registre taip, kad kompetentingos institucijos ir visuomenė galėtų aiškiai ir tiksliai nustatyti ženklo savininkui suteiktos apsaugos objektą.

Atsižvelgiant į aukščiau pateiktą teisės aktų reglamentavimą, galima pastebėti, kad žymenis ar jų kombinacija gali būti laikomi prekių ženklais, jei pagal juos galima skirti vienos įmonės prekes ar paslaugas nuo kitų įmonių prekių ar paslaugų. Tai reiškia, jog žymens sąvokos ir prekių ženklo sąvokos nereikėtų tapatinti. Žymeniu yra laikomas ženklas, kuriuos kas pažymima, pavyzdžiui, prekės žymuo (Bendrinės lietuvių kalbos žodynas, 2025). Žymuo gali sudaryti prekių ženklą, tačiau žymuo *per se* negali būti

laikomas prekių ženklu. Paminėtina ir tai, kad teisės mokslininkų taip pat yra pripažįstama, kad Europoje įprastai terminu „prekių ženklas“ yra vadinamas tik registruotas prekių ženklas, o terminas „žymuo“ (angl. *sign*) yra skirtas apibūdinti naudojamam neregistruotam ženklui (Phillips, 2003, p. 6). Be to, žymenimis laikomi ir kiti saugomi pramoninės nuosavybės objektai, kurie naudojami prekyboje prekių ar paslaugų komerciniam šaltiniui identifikuoti (Kur, Dreier, 2013, p. 3). Pavyzdžiui, žymenimis taip pat laikomi juridinių asmenų pavadinimai, geografinės nuorodos ir kt. komerciniai žymėjimai (Mizaras, 2011, p. 8).

Taigi, vadovaujantis tuo, kas išdėstyta, galima teigti, jog prekių ženklas yra registruotas žymuo, kuris leidžia atskirti vieno ūkio subjekto prekes ir (ar) teikiamas paslaugas nuo kito ūkio subjekto gaminamų prekių ir (ar) teikiamų paslaugų. Komercinėje veikloje naudojamas žymuo kuris nėra įregistruotas ar pripažintas plačiai žinomu, negali būti vadinamas prekių ženklu.

1.2. Skiriamąjo požymio samprata

Teisės doktrinoje yra pripažįstama, kad prekių ženklas ekonomine prasme laikytinas nematerialiu komerciniu turtu (nuosavybe), labiausiai pasireiškiančiu informacijos apie prekių ar paslaugų kilmę vartotojams suteikimu (Mizaras, 2016, p. 1). Nors teismų praktikoje ir teisės doktrinoje, yra pripažįstama, kad prekių ženklaus būdinga daug funkcijų, kaip antai funkcija garantuoti prekių ar paslaugų kokybę, informavimo, investavimo¹ ar reklamos² funkcijos (Europos Sąjungos teisingumo teismo 2009 m. birželio 18 d. sprendimas byloje C-487/07), tačiau pastebėtina, kad viena pagrindinių ir svarbiausių prekių ženklo atliekamų funkcijų yra garantuoti pažymėtų prekių ir (ar) paslaugų kilmę, kad vartotojai galėtų atskirti prekes ir (ar) paslaugas nuo kitos kilmės prekių ir (ar) paslaugų

¹ Prekių ženklą jo savininkas gali naudoti ir siekdamas įgyti arba išsaugoti reputaciją, kad pritrauktų naujų ir ištikimų vartotojų. Nors ši prekių ženklo vadinamoji „investicinė“ funkcija gali sutapti su jo reklamine funkcija, vis dėlto jos skiriasi. Įgyjant reputaciją ir ją išsaugant prekių ženklas gali būti naudojamas ne tik reklamoje, bet ir įvairiose kitose prekybos technikos priemonėse. Kai trečiasis asmuo, kaip antai prekių ženklo savininko konkurentas, naudoja šiam ženklui tapatų žymenį prekėms ar paslaugoms, tapačioms toms, kurioms įregistruotas šis ženklas, ir tai smarkiai riboja šio savininko galimybes naudotis savo prekių ženklu kuriant naujiems ir ištikimiems klientams pritraukti reikalingą reputaciją ar ją išsaugant, reikia manyti, kad toks naudojimas pažeidžia prekių ženklo investicinę funkciją (Europos Teisingumo teismo 2011 m. rugsėjo 22 d. sprendimas byloje Nr. C-323/09).

² Kadangi komercinei veiklai būdinga prekių ir paslaugų pasiūlos įvairovė, prekių ženklo savininkas gali turėti tikslą ne tik prekių ženklu nurodyti savo prekių ar paslaugų kilmę, bet ir naudoti savo prekių ženklą reklamos tikslais, siekdamas informuoti ir įtikinti vartotoją (Europos Teisingumo teismo 2010 m. kovo 23 d. sprendimas sujungtose bylose Nr. C-236/08 – C-238/08).

(Europos Teisingumo teismo 1978 m. gegužės 23 d. sprendimas byloje Nr. C-102/77). Tai reiškia, kad tinkamai informaciją apie prekių ir (ar) paslaugų kilmę gali perteikti tik toks prekių ženklas, kuris pasižymi skiriamuoju požymiu.

Tam, kad ženklas būtų pripažįstamas turinčiu skiriamąjį požymį, jis turėtų leisti žymimas prekes ir (arba) paslaugas, kurioms prašoma jį įregistruoti, identifikuoti kaip konkrečios įmonės prekes ir (ar) paslaugas, ir atskirti tas prekes ir (ar) paslaugas nuo kitų įmonių prekių ir (ar) paslaugų (Europos Teisingumo teismo 2003 m. balandžio 8 d. sprendimas sujungtose bylose Nr. C-53/01- C-55/01). Prekių ženklo skiriamąjį požymį galima vertinti dviem etapais: pirma, atsižvelgiant į prekes ar paslaugas, kurias prašoma įregistruoti; antra, kaip atitinkama visuomenė suvokia šį žymenį (Europos Teisingumo teismo 2012 m. liepos 12 d. sprendimas byloje Nr. C-311/11 P).

Pastebėtina, kad skiriamosios funkcijos vertinimas turi būti atliekamas remiantis atitinkamos visuomenės dalies suvokimo atžvilgiu. Čia turimas omenyje paprasto, pakankamai informuoto ir protingai pastabaus bei nuovokaus šių prekių vartotojo preziumuojamas suvokimas (Europos Teisingumo teismo 2004 m. vasario 12 d. sprendimas byloje Nr. C-218/01). Taip pat turi būti atsižvelgiama į tai, kad vidutinio vartotojo pastabumo lygis gali skirtis priklausomai nuo nagrinėjamų prekių ar paslaugų kategorijos (Europos Teisingumo Teismo 1999 m. birželio 22 d. sprendimas byloje Nr. C-342/97). Tačiau svarbu pabrėžti tai, kad nors skiriamąjo požymio vertinimas turi būti atliekamas atsižvelgiant į vartotojams sukeltą įspūdį, skiriamasis požymis negali būti įvertintas aritmetiniais metodais. Žymens atpažįstamumą atitinkamoje visuomenės dalyje neįmanoma nurodyti bendrai, pavyzdžiui, nurodant tam tikrus procentinius dydžius (Europos Teisingumo teismo 1999 m. birželio 22 d. sprendimas byloje C-342/97). Kaip nurodoma teisės doktrinoje, retai perkamų prekių ir (ar) paslaugų vartotojas apskritai gali nežinoti, o kitos prekės ar paslaugos visuomenėje, atvirkščiai, gali būti labai gerai žinomos net tarp tų vartotojų, kurie apskritai jų neperka. Dėl to, gali būti painiojamas visuomenės narių pripažinimas, kad tam tikras prekių ženklas egzistuoja apskritai su prekių ženklo gebėjimu identifikuoti tam tikras prekes ir (ar) paslaugas rinkoje (Phillips, 2003, p. 87). Taigi, teigti, jog žymuo pasižymi skiriamuoju požymiu galima tik tuomet, jei vartotojai ne tik atpažįsta žymenį, t. y. ne tik žino, kad toks žymuo egzistuoja, bet žymimas žymeniu prekes ir (ar) paslaugas gali susieti su konkrečiu gamintoju ir (ar) paslaugų tiekėju.

Analizuojant žymenų skiriamąjį požymį, svarbu pažymėti ir tai, kad žymuo nebūtinai turėtų būti ypatingai originalus ir meniškas, kad leistų identifikuoti prekių ir (ar) paslaugų šaltinį. Nors teismų praktikoje yra buvę atvejų, kuomet ženklų registracijos paraiškos buvo

atmestos dėl originalumo trūkumų, pavyzdžiui, Europos Teisingumo Teismas buvo nusprendęs, kad frazė „*CINE ACTION*“ neturi skiriamąjo požymio daugeliui su kinu susijusių paslaugų, įskaitant jų rodymą ir nuomą (Europos Bendrojo teismo 2001 m. sausio 31 d. sprendimas byloje T-135/99), visgi pastaruoju metu yra pripažįstama, kad žymens paprastumas nereiškia, jog žymuo negali turėti skiriamąjo požymio. Pavyzdžiui, vėlesnėje byloje, Europos Teisingumo Teismas pažymėjo, kad žymens, kaip prekių ženklo, įregistravimas priklauso ne nuo tam tikro prekių ženklo savininko išradingumo ar vaizduotės laipsnio nustatymo, o nuo žymens galėjimo leisti atskirti prekių ženklo paraišką pateikusių asmens prekes ar paslaugas nuo tų, kurias siūlo konkurentai (Pirmosios instancijos teismo 2007 m. birželio 13 d. sprendimas byloje T-441/05). Verta pastebėti ir tai, kad nustatyti ypatingus originalumo ir išradingumo reikalavimus prekių ženklui būtų neteisinga, nes, pavyzdžiui, ženkłą gali sudaryti asmenvardis, kuris nepasižymi ypatingu unikalumu ir meniškumu. Nustatyti išradingumo reikalavimus asmenvardžiui būtų neprotinga, nes neliktų asmenvardžio sąsajos su konkrečiu asmeniu, siūlančiu prekes ir (ar) paslaugas. Be to, jei prekių ženklams, sudarytiems iš tokių žymonių kaip asmenvardžiai, gali būti netaikomas minimalaus išradingumo standartas, būtų nesąžininga to reikalauti ir kitiems ženkams (Phillips, 2003, p. 93). Taigi, atsižvelgiant į tai, galima teigti, kad jei ženklas ir nėra ypatingai kūrybiškas, bet leidžia atskirti atitinkamas prekes ir (ar) paslaugas nuo kitų įmonių prekių ir (ar) paslaugų, turėtų būti laikoma, kad žymuo pasižymi skiriamuoju požymiu.

Taigi, apibendrinus tai, kas išdėstyta aukščiau, galima konstatuoti, kad žymens skiriamasis požymis yra suprantamas kaip žymens galėjimas atlikti skiriamąją funkciją, t. y. nurodyti prekių ir (ar) paslaugų komercinį šaltinį. Nustatant ar žymuo pasižymi skiriamuoju požymiu yra vertinama ne tik ar komercinėje veikloje naudojamas žymuo leidžia atskirti prekes ir (ar) paslaugas nuo kitų prekių ir (ar) paslaugų, bet ir tai, ar vidutinis vartotojas gali susieti prekes ir (ar) paslaugas su konkrečiu jas į rinką tiekiančiu konkrečiu ūkio subjektu.

1.3. Žymonių klasifikacija pagal skiriamąjo požymio laipsnį

Teisės doktrinoje žymenys, pagal jiems būdingą skiriamąjo požymio laipsnį, gali būti klasifikuojami į penkias grupes: išgalvotus žymenis, pasirenkamuosius žymenis, sugestyvius žymenis, aprašomuosius ir bendrinius žymenis (Adarsh *et al*, 2024, p. 829).

Nors ši žymenų klasifikacija pagal skiriamąjo požymio intensyvumą dažniausiai yra minima bendrosios teisės tradicijos mokslininkų darbuose, pažymėtina, kad ji pripažįstama ir Pasaulinės intelektinės nuosavybės organizacijos (toliau – **PINO**) (PINO, 2017, p. 22). Taip pat Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybos (toliau – **ESINT**) parengtose prekių ženklų ekspertizės gairėse (toliau – **ESINT gairės**) yra nurodoma, kad vertinant skiriamąjį požymį yra taikoma slankioji skalė, pagal kurią žymens komponentas gali neturėti visiškai jokio skiriamąjo požymio, turėti įprastą skiriamąjį požymį arba būti bet kurioje tarpinėje pozicijoje (ESINT gairės, 2024, p. 988). Taigi, siekiant nustatyti kokiam žymeniui gali būti suteikiama teisinė apsauga atsižvelgiant į jo skiriamąjį požymį, toliau šiame darbe bus nagrinėjamos praktikoje išskiriamos ženklų rūšys pagal jų skiriamąjo požymio laipsnį.

1.3.1. Stiprų skiriamąjį požymį turintys žymenys

Žymenimis, pasižyminčiais aukščiausio laipsnio skiriamuoju požymiu, yra pripažįstami nauji arba išgalvoti žymenys (angl. *fanciful marks*) (Adarsh *et al*, 2024, p. 829). Tokiais žymenimis laikomi dirbtinai sugalvoti ir savarankiškos prasminės reikšmės neturintys žymenys (Truskaitė, 2010, p. 174). Pavyzdžiui, prekių ženklais, turinčiais stiprų skiriamąjį požymį, yra laikomi tokie prekių ženklai kaip „*XEROX*“³, kuris naudojamas kopijavimo aparatams ir kt. prekėms žymėti; „*ADIDAS*“⁴, kuris yra naudojamas drabužiams, avalynei ir kt. prekėms žymėti; „*KODAK*“⁵, naudojamas cheminėms medžiagoms, naudojamoms fotografijoms ir kt. prekėms žymėti. Nors, kaip minėta šiame darbe, ženklų skiriamasis požymis nebūtinai turėtų būti siejamas su tam tikru išradingumu, pastebėtina, kad šie žymenys laikomi stiprų skiriamąjį požymį turinčiais būtent dėl savo originalumo, kadangi kiti verslo subjektai vargu ar esant pagrįstoms priežastims gali sugalvoti panašų žymenį, skirtą žymėti jų gaminamoms prekėms ir (ar) teikiamoms paslaugoms.

Ženklaais, turinčiais stiprų skiriamąjį požymį, taip pat galima laikyti žymenis, kurie neturi semantinio ryšio su jais žymimomis prekėmis ir (ar) paslaugomis, t. y. pasirenkamieji žymenys (angl. *arbitrary marks*) (Adarsh *et al*, 2024, p. 829). Pavyzdžiui, tai gali būti

³ XEROX , reg. Nr. 000207035, registruotas 2, 7, 9, 16, 35, 37 klasių prekėms pagal Nicos klasifikaciją [<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/000207035>].

⁴ Adidas, reg. Nr. 005271580, registruotas 3, 9, 14, 18, 25, 28, 41 klasių prekėms pagal Nicos klasifikaciją [<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/005271580>].

⁵ Kodak, reg. Nr. 000028449, registruotas 1, 9, 16, 40, 42 klasių prekėms pagal Nicos klasifikaciją [<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/000028449>].

prekių ženklas „APPLE⁶“, naudojamas telefonams, kompiuteriams ir kt. prekėms žymėti; „AMAZON.COM⁷“, naudojamas knygų distribucijos paslaugoms žymėti ir pan.

Kiek silpnesnį skiriamąjį požymį nei išgalvoti (nauji) ir pasirenkamieji žymenys turintys, bet taip pat stiprų skiriamąjį požymį turinčiais žymenimis yra pripažįstami sugestyvūs žymenys (angl. *suggestive marks*) (Adarsh *et al*, 2024, p. 830). Tai žymenys, kurie užsimena apie prekių pobūdį, savybes, tačiau šių savybių neapibūdina. Jie reikalauja tam tikros vaizduotės iš vartotojų (PINO, 2017, p. 22). Pavyzdžiui, sugestyviu žymeniu gali būti laikomas prekių ženklas „BURGER KING⁸“, naudojamas maisto produktams bei restoranams žymėti. Dėl to, kaip teigiama doktrinoje, skirtumas tarp sugestyvių ir aprašomųjų ženklų pasireiškia jau ne pobūdžio, bet laipsnio požiūriu, t. y. šių dviejų kategorijų atribojimą nulemia tik tai, kiek aiški ir tiesioginė yra užuomina į atitinkamą prekę (paslaugą) ar jos savybes (Truskaitė, cituota HOLMQVIST, 1971, p. 19). Jeigu užuomina į prekes ir paslaugas yra pakankamai išradinga ar protinga, vien tai, kad yra užuomina į prekių savybes negali daryti esminio poveikio skiriamajam požymiui. Pavyzdžiui, „Billy O’Naire“, kuris fonetiškai yra tapatus anglų kalbos žodžiui „billionaire“ (liet. *milijardierius*), gali būti laikomas protingu airiškų vardų žaismu, reiškiančiu užuominą į lošimų paslaugas, kuri nedaro jokio esminio poveikio skiriamajam požymiui (ESINT, 2024, p. 1121). Taigi, vien tai, jog ženkluose yra minimos prekių savybės nereiškia, kad žymuo yra aprašomasis ir neturi skiriamojo požymio, kadangi prekių ir (ar) paslaugų savybės gali būti perteiktos netiesiogiai, kas iš esmės nesusilpnina gebėjimo identifikuoti prekes ir (ar) paslaugas.

Taigi, apibendrinus konstatuotina, kad stipriausią skiriamąjį požymį turi išgalvoti žymenys dėl jų originalumo, tam tikro žymenų kūrimo procese panaudotos aukštesnio laipsnio vaizduotės, kadangi egzistuoja mažai tikimybių, kad kiti ūkio subjektai gali sugalvoti tokius pačius žymenis. Prie stiprų skiriamąjį požymį turinčių žymenų galima priskirti ir pasirenkamuosius žymenis, kadangi jie neturi konceptualaus ryšio su jais žymimomis prekėmis ir (ar) paslaugomis, ir sugestyvius žymenis, kurie nors ir užsimena apie jais žymimų prekių ir (ar) paslaugų savybes, bet jų tiesiogiai nenurodo.

⁶ APPLE, reg. Nr. 000000753, registruotas 9, 16, 38, 41, 42 klasių prekėms pagal Nicos klasifikaciją [<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/000000753>].

⁷ AMAZON, reg. Nr. 000479816, registruotas 35 klasės paslaugoms pagal Nicos klasifikaciją [<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/000479816>].

⁸ BURGER KING, reg. Nr. 000332866, registruotas 16, 25, 28, 29, 30, 31, 32, 42 klasių prekėms ir paslaugoms pagal Nicos klasifikaciją [<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/000332866>].

1.3.2. Silpną skiriamąjį požymį turintys žymenys

Silpną skiriamąjį požymį turinčiais žymenimis yra laikomi aprašomieji žymenys (angl. *descriptive marks*), t. y. žymenys, nurodantys prekių (paslaugų) charakteristiką. Pripažįstama, jog prekių ženklo skiriamojo požymio stiprumas visada bus mažesnis, jeigu žymuo bus kažką primenantis arba gana tiesmukas, ypač, jeigu jam bus būdinga sąsaja, dėl kurios kiti asmenys manys, kad šiuo žymeniu gali būti žymimas ne tik tam tikro gamintojo prekė ir (ar) paslauga, bet ir tam tikra paslaugų rūšis (OHIM 2007 m. sausio 30 d. sprendimas byloje Nr. 000001020).

Aprašomaisiais žymenimis gali būti laikomi tie žymenys, kurie aprašo jais žymimų prekių kokybę, rūšį, veiksmingumą, panaudojimą, formą, kiekį, paskirtį, vertę, žaliavą, kilmę, pagaminimo datą ir kt. (PINO, 2017, p. 23). Pastebėtina, kad vartotojai aprašomuosius žymenis supranta kaip prekių aprašymą, o ne kaip komercinės kilmės nuorodą (Adarsh et al, 2024, p. 830). Pavyzdžiui, aprašomuoju žymeniu gali būti laikomas žymuo „*SALDUS*“, jeigu juo būtų žymimas šokoladas, taip pat tokie žymenys kaip „*GERIAUSIAS*“ ir pan.

Taigi, silpną skiriamąjį požymį turinčiais žymenimis yra laikomi tiesiogiai prekių ir (ar) paslaugų charakteristiką nurodantys žymenys, kurie dėl pernelyg didelio aprašomojo pobūdžio negali atlikti skiriamosios funkcijos ir perteikti vartotojams informacijos apie prekių ir (ar) paslaugų komercinę kilmę.

1.3.3. Skiriamojo požymio neturintys žymenys

Atsižvelgiant į teisės doktrinoje pateikiamą žymenų klasifikaciją pagal skiriamojo požymio laipsnį, žymenimis neturinčiais skiriamojo požymio yra laikomi bendriniai žymenys (angl. *generic marks*), kurie tiesiog nurodo gaminio tipą (Adarsh et al, 2024, p. 830). Pavyzdžiui, bendriniu, skiriamojo požymio neturinčiu žymeniu bus laikomas žymuo „*KĖDĖ*“, jeigu juo būtų žymimos kėdės.

Taip pat pažymėtina, jog žymenys neturi skiriamojo požymio ir negali suteikti skiriamojo požymio sudėtiniam ženklui, jeigu jie vartojami taip dažnai, kad jais negalima atskirti prekių ir paslaugų. Tai galėtų būti sąvokos, kuriomis pažymima konkreti teigiama prekių (paslaugų) savybė ar funkcija. Pavyzdžiui, „*ECO*“, kaip reiškiantį „ekologinį“,

„*FLEX*“, kaip reiškiantį „lankstų“, „*MINI*“, kaip žymintį „labai mažą“ ir pan (ESINT, 2024, p. 402). Taip pat analizuojant bendrinius žymenis, galima pastebėti, jog, pavyzdžiui, domenų galūnės, pvz., „*.com*“ yra laikomos techniniu ir bendriniu elementu, vartojamu įprastoje komercinėje interneto struktūroje, dėl to laikytinos neturinčiu skiriamąjo požymio atitinkamų prekių ir paslaugų atžvilgiu (ESINT, 2004, 403).

Verta pastebėti ir tai, kad bendriniai prekių ženklai neturi jokio išskirtinumo ir jiems negali būti taikoma apsauga kaip prekių ženklaus, kadangi suteikus jiems apsaugą iš konkurentų būtų atimta teisė nurodyti prekių tipą (PINO, 2017, p. 23).

Atsižvelgiant į tai, kad bendriniai žymenys tiesiogiai nurodo jais žymimų prekių ir (ar) teikiamų paslaugų rūšį, konstatuotina, kad tokie žymenys neturi skiriamąjo požymio, kadangi jais žymimų prekių ir (ar) paslaugų bus neįmanoma atskirti nuo kitų tapačių ir (ar) panašių prekių ir paslaugų.

1.4. Skiriamąjo požymio praradimas

Atkreiptinas dėmesys, kad ženklo skiriamasis požymis negali būti laikomas pastoviu, jo intensyvumo laipsnis gali kisti priklausomai nuo įvairių aplinkybių, tame tarpe paties prekių ženklo savininko neveikimo. ES prekių ženklo reglamento 58 straipsnio 1 dalies b punkte, Prekių ženklų direktyvos 20 straipsnio a punkte, Prekių ženklų įstatymo 24 straipsnio 1 punkte yra nustatyta, kad prekių ženklas gali būti panaikintas, jeigu po įregistravimo datos dėl jo savininko veiksmų ar neveikimo jis tapo bendriniu pavadinimu prekyboje toms prekėms ar paslaugoms, kurioms jis buvo įregistruotas.

Teismų jurisprudencijoje yra pripažįstama, kad Europos Sąjungos teisės aktų leidėjas, priimdamas tokį teisinį reglamentavimą, manė, jog minėto prekių ženklo skiriamąjo požymio praradimu jo savininko atžvilgiu galima remtis, tik jei šį praradimą lėmė jo veiksmai arba neveikimas (Europos Teisingumo teismo 2006 m. balandžio 27 d sprendimas byloje Nr. C-145/05). Taip pat pastebėtina, kad ir šiuo atveju vertinant ar prekių ženklas tapo bendriniu prekės ar paslaugos, kuriai jis įregistruotas, pavadinimu prekyboje, turi būti vertinamas atsižvelgiant į vartotojų (galutinių naudotojų suvokimą), bei atitinkamos rinkos savybes, remiantis specialistų, kaip pardavėjų suvokimu (Europos Teisingumo teismo 2014 m. kovo 6 d. sprendimas byloje Nr. C-409/12).

Manytina, kad neveikimu gali būti laikomas prekių ženklo savininko nepasinaudojimas laiku Prekių ženklų direktyvos 5 straipsnyje numatyta išimtinė teise, kad paprašytų kompetentingos valdžios institucijos uždrausti suinteresuotiesiems tretiesiems asmenims naudoti žymenį, kurį galima supainioti su šiuo prekių ženklu, nes tokių prašymų konkretus tikslas – apsaugoti minėto prekių ženklo skiriamąjį požymį (Europos Teisingumo teismo 2006 m. balandžio 27 d. sprendimas byloje Nr. C-145/05). Tačiau, sąvoka „neveikimas“ jokių būdu neapsiriboja tokio pobūdžio nepasinaudojimo atvejais, bet apima visus neveikimo atvejus, kai prekių ženklo savininkas yra nepakankamai budrus, kad išsaugotų savo prekių ženklo skiriamąjį požymį (Teisingumo teismo 2014 m. kovo 6 d. sprendimas byloje Nr. C-409/12). Pavyzdžiui, vienoje bylų buvo pripažinta, kad prekių ženklo savininko neveikimu galėtų būti laikomas atvejis, kai prekių ženklo savininkas susilaiko nuo veiksmų skatinti pardavėjus daugiau naudoti šį prekių ženklą prekiaujant preke, kuriai minėtas prekių ženklas buvo įregistruotas (Teisingumo teismo sprendimas byloje Nr. C-409/12). Be to, įdomu pastebėti, kad Lietuvos Aukščiausiojo Teismo praktikoje taip pat yra bylų, kuomet buvo sprendžiama dėl žymens pripažinimo bendrinio ir neturinčiu skiriamąjo požymio. Pavyzdžiui, Lietuvos Aukščiausiasis Teismas pripažino, jog žymuo „CITRAMON (-UM, -AS)“ negali būti saugomas išimtinių teisių pagrindu, jis neatlieka skiriamosios funkcijos, nes yra tapęs kasdieniu pavadinimu, Lietuvos vartotojų naudojamu įvardijant gerai jiems žinomą prekių rūšį – vaistus nuo skausmo (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2011 m. gegužės 13 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-255/2011). Taigi, atkreiptinas dėmesys, kad prekių ženklų teisės aktai nustato ne tik prekių ženklų savininkų išimtinės teises, bet ir tam tikras pareigas, skatinančias pačius prekių ženklų savininkus aktyviai rūpintis tinkamu prekių ženklų naudojimu, kad nebūtų klaidinama dėl prekių ir (ar) paslaugų kilmės ir siekiant apibrėžtumo tarp skirtingų verslo subjektų naudojamų ženklų.

Apibendrinus galima teigti, kad prekių ženklų savininkui elgiantis pasyviai ir tinkamai nesirūpinant prekių ženklų naudojimu komercinėje veikloje, t. y. ignoruojant kitų ūkio subjektų veiksmus registruojant panašius ženklus panašioms prekėms ir (ar) paslaugoms žymėti, ženklas netenka skiriamąjo požymio, ko pasekoje prarandama ir ženklo apsauga pagal prekių ženklų teisę.

2. ŽYMENS, TURINČIO SKIRIAMĄJĮ POŽYMĮ, APSAUGA PAGAL PREKIŲ ŽENKLŲ TEISĘ

Atsižvelgiant į Paryžiaus konvencijos 1 straipsnio 2 dalies nuostatas, kuriose prie pramoninės nuosavybės apsaugos objektų priskiriami prekių ženklai, bei Lietuvos Respublikos civilinio kodekso (toliau – CK) 1.111 straipsnį, nustatantį, kad civilinių teisių objektais laikomi intelektinės veiklos rezultatai, kurie civilinių teisių objektais tampa nuo to momento, kai jie intelektinės veiklos rezultatais pripažįstami įstatymų nustatyta tvarka, negalima teigti, kad komercinėje veikloje naudojamą žymenį galima prilyginti prekių ženkliui, t. y. civilinių teisių objektui, su kuriuo yra siejamos civilinių teisinių santykių subjektų teisės ir pareigos (Mikelėnas *et al*, 2001, p. 213). Civiliniai teisiniai santykiai, atsirandantys iš intelektinės veiklos, yra laikomi absoliučiais, t. y. šių teisinių santykių subjekto teisę atitinka visų trečiųjų asmenų pareiga nepažeisti jo turimų išimtinių teisių. Panašiai kaip ir materialinės nuosavybės teisės subjektas (daikto savininkas), intelektinės nuosavybės subjektas, *inter alia* prekių ženklo savininkas, gali leisti arba drausti kitiems asmenims naudotis savo teisėmis, arba, kitaip tariant savo intelektinės veiklos rezultatais (Vileita *et al* 2009, p. 493). Tačiau tam, kad intelektinės veiklos rezultatai būtų laikomi civilinių teisių objektais, būtina ne tik objektyvi šio rezultato išraiška, bet ir įstatymų nurodytų veiksmų atlikimas, su kuriais įstatymas sieja momentą, nuo kurio tam tikras intelektinės veiklos rezultatas, pavyzdžiui, registravimas, laikomas civilinių teisių objektu, kas yra būdinga svarbiausiems pramoninės nuosavybės objektams, *inter alia* prekių ženkliams (Vileita *et al* 2009, p. 493). Iš esmės tai galėtų reikšti, kad, pavyzdžiui, vien tik sukūrus logotipą ir pradėjus juo žymėti gaminamas prekes ir (ar) teikiamas paslaugas, negalima teigti, kad naudojamas prekėms ir (ar) paslaugoms žymėti simbolis yra laikomas civilinių teisių objektu ir dėl to jį galima drausti naudoti kitiems asmenims žymėti prekes ir (ar) paslaugas.

Nors išanalizavus prekių ženklų teisės aktus nėra randamos nuostatos, draudžiančios naudoti neįregistruoto žymens, svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad pagal prekių ženklų teisės aktus teisinė apsauga yra suteikiama registruotiems žymenims. Prekių ženklų įstatyme yra nustatyta, kad ženklo registracija suteikia ženklo savininkui išimtinės teises į tą ženklą (Prekių ženklų įstatymo 14 straipsnio 1 dalis). Taigi, tam, kad galima būtų komercinėje veikloje naudoti ženklą, nėra imperatyvaus reikalavimo būti jo savininku Prekių ženklų įstatymo prasme (t. y. jį įregistruoti įstatymų nustatyta tvarka ar kad jis įstatymų nustatyta tvarka būtų pripažintas plačiai žinomu ženklu), bet tik būnant ženklo savininku Prekių

ženklų įstatymo prasme, įstatymas garantuoja tokio savininko teisių apsaugą (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2002 m. spalio 23 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-1222/2002). Atsižvelgiant į tai galima teigti, kad Lietuvos Respublika nepriklauso toms valstybėms, kurios suteikia apsaugą neregistruotiems prekių ženkams tik dėl jų naudojimo, kaip, pavyzdžiui, Danijos Karalystė ar Vokietija⁹. Pavyzdžiui, Danijos Karalystėje ženklui gali būti suteikiama apsauga, pagrįsta jo paprastu naudojimu (angl. *mere use*). Pripažįstama, kad Danijos Karalystėje prekių ženklų apsauga suteikiama remiantis vien tik jo naudojimu komercinėje veikloje, nenustatant jokių papildomų kvalifikacinių kriterijų¹⁰ (Bomhard, Geier, 2017, p. 690). Taigi, priešingai nei kitose Europos Sąjungos valstybėse, Lietuvos Respublikoje nėra suteikiama apsauga pagal prekių ženklų teisę neregistruotiems ženkams išimtinai tik dėl jų naudojimo *per se*. Dėl to galima teigti, kad asmuo Prekių ženklų įstatymo 14 straipsnio 2 dalyje nustatytas išimtinės teisės, leidžiančias drausti kitiems asmenims, neturintiems jo sutikimo, vykdant komercinę veiklą naudoti bet koki žymenį prekėms ar paslaugoms žymėti, kai:

- 1) žymuo yra tapatus ženklui ir juo žymimos prekės ar paslaugos yra tapачios toms prekėms ar paslaugoms, kurioms ženklas yra įregistruotas;
- 2) žymuo yra tapatus ženklui arba į jį panašus ir juo žymimos prekės ar paslaugos yra tapачios prekėms ar paslaugoms, kurioms ženklas yra įregistruotas, arba į jas panašios, jeigu yra tikimybė suklaidinti dalį visuomenės; tikimybė suklaidinti apima tikimybę susieti žymenį su ženklu;
- 3) žymuo yra tapatus ženklui arba į jį panašus, nepaisant to, ar juo žymimos prekės ar paslaugos yra tapачios, panašios ar nepanašios į tas, kurioms ženklas buvo įregistruotas, jeigu pastarasis turi reputaciją Lietuvos Respublikoje ir jeigu dėl to žymens naudojimo be tinkamos priežasties nesąžiningai pasinaudojama ženklo pranašumais, pažeidžiamas skiriamasis ženklo požymis arba pakenkiama ženklo reputacijai,

⁹ Vokietijoje prekių ženklo teisinė apsauga gali būti įgyjama ne tik įregistravus prekių ženklą kompetentingoje institucijoje ar jį pripažinus plačiai žinomą, tačiau ir dėl ženklo naudojimo (vok. *Benutzungsmarken*). Teisinės apsaugos įgijimo sąlygos yra žymens, turinčio skiriamąjį požymį naudojimas kaip prekių ženklo tam tikro subjekto prekėms ar paslaugoms žymėti, naudojimas apyvartoje ir įgijimas rinkos galios tam tikroje rinkos srityje. Ženklas laikomas įgijęs rinkoje galią, kai didesnė dalis rinkos dalyvių kurie kaip nors susiję šiomis prekėmis, sieja tą žymenį su konkrečiu subjekto tam tikromis prekėmis ar paslaugomis. Koks turėtų būti nustatomas rinkos santykių dalyvių procentas, priklauso nuo konkrečios situacijos aplinkybių, tačiau vidutiniškai 20 – 25 procentų pakanka (Mizaras, 2016, p. 7).

¹⁰ Pavyzdžiui, Danijos Karalystės prekių ženklų įstatymo (dan. *Varemærkeloven*) 3 straipsnio 3 p. yra nustatyta, kad teisės į prekių ženklą gali būti nustatomas atskiro prekių ženklo naudojimo šioje šalyje prekėms ar paslaugoms, kurioms žymėti prekių ženklas yra nuolat naudojamas, kai naudojimas yra daugiau nei vietinio pobūdžio.

įgis tik tuomet, kai komercinėje veikloje naudojamas žymuo bus tinkamai užregistruotas pagal prekių ženklų teisės taisykles.

Vis dėl to, būtina pažymėti, kad registracija nėra vienintelis ženklo apsaugos būdas pagal prekių ženklų teisę, kadangi ženklas, Lietuvos Respublikoje pripažintas plačiai žinomą ženklu, saugomas ir neįregistruotas¹¹ (Prekių ženklų įstatymo 4 straipsnio 2 dalis), o tokiu jis gali būti pripažintas, jeigu dėl jo naudojimo ar reklamos rezultatai rodo, kad jis yra gerai žinomas tam tikroje visuomenės dalyje (Prekių ženklų įstatymo 4 straipsnio 1 dalis). Pastebėtina, kad ženklas galės būti pripažįstamas plačiai žinomą, jei atitiks tam tikrus kriterijus (plačiau žr. šio magistro darbo 2.2 dalyje), tad tai yra savarankiškas prekių ženklų teisės institutas, suteikiantis apsaugą ir neregistruotam prekių ženklui įstatyme nurodytais išimtiniais atvejais.

Apibendrinant galima konstatuoti, kad vadovaujantis Lietuvos Respublikos teisės normomis civiliniu teisės objektu negali būti laikomas bet koks asmens naudojamas žymuo prekėms ir (ar) paslaugoms žymėti. Tam, kad ženklas galėtų būti pripažįstamas civilinių teisių objektu, jis turi būti prekių ženklų teisės aktų nustatyta tvarka įregistruotas ir (ar) pripažintas plačiai žinomą. Taigi, galima teigti, kad ženklo neįregistravus ir (ar) nepripažinus teismo tvarka plačiai žinomą, asmuo į ženklą neįgyja išimtinių teisių, nustatytų prekių ženklų teisės aktuose.

2.1. Žymens skiriamojo požymio reikšmė žymens registracijai

Kaip jau minėta šiame darbe, vienas iš galimų žymenų apsaugos būdų pagal prekių ženklų teisę, yra žymens registracija. Apsauga žymeniui gali būti suteikta, jei žymuo bus įregistruotas pagal kurią nors iš šiuo metu įmanomų prekių ženklų registracijos sistemų, t. y. 1) nacionalinę prekių ženklų registracijos sistemą; 2) tarptautinę prekių ženklų registravimo sistemą), 3) Europos Sąjungos prekių ženklų registracijos sistemą.

Pirmas ir vienas iš paprasčiausių apsaugoti žymenį būdų, kurį verta rinktis tada, kai yra vykdomas arba dar tik planuojamas verslas yra smulkus, orientuotas tik į Lietuvos rinką ir iš esmės nėra planų prekes platinti ar paslaugas teikti užsienio valstybėse (Birštonas, Liauksminaitė, 2020, p. 237), yra paduoti nacionalinę paraišką registruoti prekių ženklą.

¹¹ Plačiai žinomo prekių ženklų apsauga pripažįstama ir tarptautiniu bei Europos Sąjungos lygmenimis (plačiai žinomų prekių ženklų apsaugą nustato Paryžiaus konvencijos 6^{bis} straipsnis, TRIPS 16 straipsnis, Reglamentas dėl ES prekių ženklo 8 straipsnio 2 dalies c punktas, ES prekių ženklų direktyvos 5 straipsnio 2 dalies d punktas).

Pagal nacionalinę prekių ženklų sistemą, galima registruoti prekių ženklą atskirai kiekvienoje pasirinktoje pasaulio valstybėje. Tokiu būdu įregistruoto prekių ženklo apsauga galios tik tų valstybių teritorijose, kuriose nacionalinių įstatymų nustatyta tvarka ženklas bus įregistruotas. Nacionaliniu keliu prekių ženklus registruoja nacionalinės pramoninės nuosavybės apsaugos tarnybos, pavyzdžiui, pareiškėjas, norintis įregistruoti ženklą, turi paduoti Valstybiniam patentui biurui paraišką (Prekių ženklų įstatymo 38 straipsnio 1 dalis), todėl reikia žinoti kiekvienos pasirinktos valstybės teisės aktų reikalavimus, be to teisės bus ginamas tos valstybės teismuose, kurių priimti sprendimai galios tik tos valstybės teritorijoje (Valstybinis patentų biuras, 2023). Taigi, nuo nacionaliniuose teisės aktuose įtvirtintų reikalavimų priklauso ženklo registracijos sėkmė.

Taip pat ženklas gali būti registruojamas ir pagal tarptautinę prekių ženklų registravimo sistemą. 1891 m. Madrido sutartis dėl tarptautinės prekių ženklų registracijos ir 1989 m. Madrido sutarties dėl tarptautinės prekių ženklų registracijos protokolo (toliau – **Madrido protokolas**), prie kurio yra prisijungusi ir Lietuvos Respublika, įtvirtina mechanizmą, leidžiantį pateikiant vieną paraišką registruoti ženklą įgyti apsaugą pasirinktose valstybėse. Jeigu leidžia įstatymai, bet kuri susitariančiosios šalies tarnyba, kuriai Tarptautinis biuras 3^{ter} (1) arba (2) straipsnyje nurodytomis sąlygomis praneša apie tarptautinės registracijos suteikiamos apsaugos išplėtimą į tą šalį, turi teisę pranešimu apie atsisakymą suteikti apsaugą pareikšti, kad šioje susitariančiojoje šalyje ženklui – tokio išplėtimo objektui apsauga negali būti suteikta. Toks atsisakymas gali būti pagrįstas tik tokiais motyvais, kurie Paryžiaus konvencijos dėl pramoninės nuosavybės apsaugos numatytais sąlygomis galėtų būti taikomi apie atsisakymą suteikti apsaugą pranešančioje tarnyboje tiesiogiai pareiškiamam ženklui (Madrido protokolo 5 straipsnis). Taigi, ženklo apsauga įsigalioja kiekvienoje pasirinktoje valstybėje, atskirai tos valstybės nacionalinei pramoninės nuosavybės apsaugos tarnybai patvirtinus tarptautinės registracijos galiojimą toje valstybėje (Valstybinis patentų biuras, 2023).

Trečiasis būdas suteikti žymeniui apsaugą, yra galimybė registruoti žymenį kaip Europos Sąjungos prekių ženklą, kuris registruojamas ESINT. Ši registracijos sistema pagrįsta vieningos galios principu, t. y. tokiu būdu įregistruotas prekių ženklas galios vieningai visoje Europos Sąjungoje (Valstybinis patentų biuras, 2023).

Kadangi šio darbo sritis nėra prekių ženklų registracijos sistemų analizė, toliau šiame darbe registracijų sistemų procedūriniai ypatumai nagrinėjami nebus. Apie šias prekių ženklų registracijų sistemas fragmentiškai užsiminti buvo būtina dėl to, kad registruojant žymenį pagal bet kurią iš šių sistemų, yra vertinama ar žymuo neatitinka absoliučių

atsisakymo registruoti ženklą pagrindų. Be to, registracija taip pat gali būti ir panaikinta remiantis absoliučiais ir (ar) santykiniais ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindais. Tai reiškia, kad, jei bus atsisakyta registruoti žymenį ir (ar) žymens registracija bus panaikinta remiantis kuriuo nors iš absoliučių ir (ar) santykinų atsisakymo registruoti ženklą ar ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindų, žymeniui nebus suteikta teisinė apsauga ir asmuo išimtinių teisių į ženklą pagal prekių ženklų teisę neįgis. Dėl šios priežasties toliau bus nagrinėjami absoliutūs ir santykiniai atsisakymo registruoti ženklą ar ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindai, skiriant didžiausią dėmesį žymens skiriamojo požymio reikšmei atsisakymui registruoti ženklą ir (ar) ženklo registracijos pripažinimui negaliojančia.

2.1.1. Skiriamojo požymio nebuvimas kaip absoliutus pagrindas atsisakyti registruoti žymenį ir pripažinti ženklo registraciją negaliojančia

Įvairiuose prekių ženklų teisės aktuose yra išvardyti absoliutūs pagrindai atsisakyti registruoti žymenį ir ženklo pripažinimo negaliojančia pagrindai, kurie yra vertinami pramoninės nuosavybės apsaugos tarnybos *ex officio*, pavyzdžiui, Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatyme yra nustatyta, kad Valstybinis patentų biuras, atlikdamas ženklo ekspertizę patikrina, ar ženklas atitinka šio įstatymo 7 straipsnio 1 ir 2 d. nustatytus reikalavimus (Prekių ženklų įstatymo 43 straipsnio 1 dalis). Be to, bet kuris asmuo gali pateikti Valstybiniam patentų biurui rašytines motyvuotas pastabas, kad pareikštas registruoti ženklas turėtų būti neregistruotas dėl pagrindų, nurodytų Prekių ženklų įstatymo 7 straipsnio 1 ir (ar) 2 dalyse (Prekių ženklų įstatymo 44 straipsnio 1 dalies 1 punktas).

Paryžiaus konvencijoje yra nustatyta, kad registracija gali būti atmesta arba pripažinta negaliojančia, jeigu: 1) ženklai gali pažeisti trečiųjų asmenų teises šalyje, kurioje prašoma apsaugos; 2) jeigu ženklai neturi kokių nors skiriamųjų požymių arba sudaryti išimtinai iš ženklų ar žymenų, kurie prekybos apyvartoje gali būti naudojami gaminių rūšiai, kokybei, kiekiui, paskirčiai, kainai, kilmės vietai arba pagaminimo laikui žymėti arba tapę visų naudojamais kasdieninėje kalboje arba nusistovėjusiose šalyse, kurioje prašoma apsaugos, prekybos tradicijose; 3) Jeigu ženklai prieštarauja moralei bei viešajai tvarkai ir ypač jeigu jie yra tokio pobūdžio, kad gali suklaidinti visuomenę. Taip pat Prekių ženklų įstatymo 7 straipsnio 1 dalyje yra nustatyti absoliutūs atsisakymo registruoti ženklą ir ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindai, t. y. ženklas neregistruojamas

arba įregistruoto ženklo registracija pripažįstama negaliojančia, jeigu jis: 1) sudarytas iš žymenų, neatitinkančių Prekių ženklų įstatymo 5 straipsnio nuostatų; 2) neturi jokio skiriamąjo ženklo požymio, 3) sudarytas tik iš tokių žymenų arba nuorodų, kurie prekyboje gali būti naudojami žymėti rūšiai, kokybei, kiekiui, paskirčiai, kt.; 4) sudarytas tik iš tokių žymenų arba nuorodų, kurie dabartinėje kalboje arba sąžiningoje ir nusistovėjusioje prekybos praktikoje yra tapę bendriniais; 5) sudarytas vien tik iš a) formos ar kitų charakteristikų, kurias nulemia pačių prekių rūšis; b) prekių formos ar kitų charakteristikų, būtinų techniniam rezultatui gauti; c) formos ar kitų charakteristikų, kurios prekėms suteikia esminę vertę; 6) prieštarauja viešajai tvarkai arba gerai moralei; 7) gali suklaidinti visuomenę, pavyzdžiui, dėl prekių ar paslaugų rūšies, kokybės ar geografinės kilmės. Analogiškai šiame įstatyme nustatyti pagrindai atsisakyti registruoti ženkla ir ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindai nustatyti ir ES prekių ženklų reglamento 7 straipsnyje, Prekių ženklų direktyvos 4 straipsnio 1 dalyje.

Atsižvelgus į paminėtus absoliučius atsisakymo registruoti ženkla ar ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindus, pastebėtina, kad absoliutūs reikalavimai keliami prekių ženklui kaip tokiam, nesiejant jo su jokiais kitais prekių ženklais (Birštonas, Liauksminaitė, 2020, p. 230). Nors prie absoliučių atsisakymo registruoti pagrindų priskiriami ir tokie pagrindai, kurie reikšmingi viešojo intereso apsaugai, pavyzdžiui, neregistruojami laikomi ženklai, prieštaraujantys viešajai tvarkai arba gerai moralei ir (ar) galintys suklaidinti visuomenę, pastebėtina, kad didžiausią absoliučių atsisakymo registruoti ženkla pagrindų grupę sudaro būtent tie pagrindai, kurie susiję su žymens skiriamąjo požymio nebuvimu. Be to, verta atkreipti dėmesį ir tai, kad teismų praktikoje yra pripažįstama, kad egzistuoja absoliučių atsisakymo registruoti ženkla pagrindų taikymo sričių sutapimas – žodinis prekių ženklas, kuris apibūdina prekių ir paslaugų savybes, dėl šios aplinkybės neturi jokio skiriamąjo požymio tų pačių prekių ir paslaugų atžvilgiu (Pirmosios instancijos teismo 2004 m. liepos 8 d. sprendimas byloje T-289/02).

Galima teigti, kad skiriamasis požymis laikomas reikšmingiausiu iš visų absoliučių atsisakymo registruoti ženkla ir ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindų. Pavyzdžiui, ES prekių ženklų reglamento preambulėje yra įtvirtinta, kad pirmiausia turi būti atsisakyti registruoti, jeigu prekių ženklas neturi skiriamųjų požymių (ES prekių ženklų reglamento preambulės 9 dalis). Teismų jurisprudencijoje taip pat pripažįstama, kad ženklo gebėjimas atlikti pagrindinę – skiriamąją – ženklo funkciją yra pagrindinis rodiklis, siekiant atsakyti į klausimą dėl ženklo registracijos teisėtumo ir juo suteikiamų teisių pagal prekių ženklų teisę apimties (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2012 m. lapkričio 8 d. nutartis

civilinėje byloje Nr. 3K-3-485/2012, kt.). Taigi, atkreiptinas dėmesys, kad, visų pirma, padavus paraišką registruoti žymenį, pirmiausia yra vertinama ar žymuo pasižymi skiriamuoju požymiu.

Praktikoje dažnai pasitaikantys atvejai, kuomet Valstybinis patentų biuras atsisako registruoti žymenis, kaip prieštaraujančius Prekių ženklų įstatymo 7 straipsnio 1 dalies 2 punktui. Pavyzdžiui, Valstybinis patentų biuras neįregistravo pareikštą registruoti žymenį „*APRANGOS KODAS*“, skirtą 25 Nicos klasės prekėms žymėti, argumentuodamas tuo, jog ženklas sudarytas vien tik iš skiriamąjo požymio neturinčių elementų, kurių visuma nesukuria jokio skiriamąjo požymio¹² (Valstybinio patentų biuro apeliacinio skyriaus 2020 m. birželio 23 d. sprendimas byloje Nr. 2Ap-2088); taip pat Valstybinis patentų biuras atsisakė registruoti žymenį „*POILSIO REIKALAMS*“, skirtą Nicos 32 ir 41 klasių prekėms ir paslaugoms žymėti, kaip neturintį skiriamąjo požymio, kadangi vartotojas pareikštą registruoti žymenį supras tik kaip nuorodą į tai, kad juo žymimos prekės bei paslaugos skirtos poilsiui, taigi šių konkrečių prekių bei paslaugų atžvilgiu (32 klasės prekėms „alus; gaivieji gėrimai“, 41 klasei paslaugoms „pramogų paslaugos“) žymuo tiesiogiai nurodys jų paskirtį, naudojimo ypatumus ir jokių būdu neatliks identifikacinės prekių ženklo funkcijos (Valstybinio patentų biuro apeliacinio skyriaus 2020 m. balandžio 3 d. sprendimas byloje Nr. 2Ap-206); be to buvo neįregistruotas žymuo, t. y. jausmaženklis (angl. *emoji*) „:D“, skirtas žymėti 9, 35, 38 Nicos klasių prekėms, kadangi Valstybinis patentų biuras nusprendė, kad pareikštas registruoti žymuo vidutinio vartotojo bus suvokiamas tik kaip įprastas toje srityje naudojamas dekoratyvinis elementas, perteikiantis teigiamą emociją, nes tokie jausmaženkliai yra dažnai naudojami siunčiant žinutes ar elektroninius laiškus telefonais (Valstybinio patentų biuro apeliacinio skyriaus 2021 m. balandžio 9 d. Nr. 2Ap-2144). Tai tik keli iš pavyzdžių, kuomet pramoninės nuosavybės apsaugos tarnyba nusprendė neregistruoti žymenų remiantis tuo, kad jie neturi skiriamąjo požymio. Apskritai, ESINT parengtos statistikos už 2010 – 2019 metus duomenimis¹³, daugiausiai žymenų registracijos paraiškų, t. y. net 54,9 proc., buvo atmesta remiantis ES prekių ženklų reglamento 7 straipsnio 1 dalies b p. pagrindu, t. y. dėl to, kad ženklai neturėjo skiriamąjo požymio. Be to, kita didelė dalis paraiškų registruoti žymenį kaip Europos Sąjungos prekių ženklą buvo atmesta vadovaujantis ES prekių ženklo reglamento 7

¹² Be to, Valstybinis patentų biuras pažymėjo, kad vidutinis Lietuvos vartotojas pareikštame registruoti žymenyje esantį žodžių junginį „*APRANGOS KODAS*“ suvoks tik kaip nuorodą į prekių pobūdį – aprangos prekes, o ne kaip nurodantį 25 klasės prekių komercinę kilmę (Valstybinio patentų biuro apeliacinio skyriaus 2020 m. birželio 23 d. sprendimas byloje Nr. 2Ap-2088).

¹³ EUIPO Trade Mark Focus 2010 to 2019 Evolution.

straipsnio 1 dalies c p. nustatytu pagrindu, t. y. dėl to, kad pareikšti registruoti žymenys buvo aprašomieji, kas iš esmės taip pat reiškia, kad ženklai neturėjo skiriamąjo požymio (ESINT, 2020, p. 19). Taigi, atkreiptinas dėmesys, kad skiriamąjo požymio nebuvimas yra nurodomas kaip pagrindinis absoliutus kriterijus, į kurį pirmiausia yra atsižvelgiama registruojant žymenį, o statistiniai duomenys rodo, kad būtent skiriamąjo požymio nebuvimas sudaro didžiausią kliūtį sėkmingai žymens registracijai.

Skiriamąjo požymio vertinimo žymens registracijos etape svarba gali būti siejama su pagrindine prekių ženklo funkcija, t. y. galimybe žymeniu siekiama prekes ir (ar) paslaugas, kurioms jį prašoma įregistruoti, identifikuoti kaip konkrečios įmonės prekes ir (ar) paslaugas (Europos Teisingumo teismo 2001 m. balandžio 29 d. sprendimo sujungtose bylose Nr. C-468/01 P–C-472/01 P, 2004 m. spalio 21 d. sprendimas byloje Nr. C-64/02 P). Suteikus tik vienam gamintojui ir (ar) paslaugų tiekėjui galimybę naudoti žymenį, kuris tikėtų apibūdinti ir kito verslo subjekto gaminamas prekes ir (ar) teikiamas paslaugas būtų suteiktas nepagrįstas pranašumas kažkuriam iš verslo subjektų, kadangi būtų leista uzurpuoti ženklą, kuris yra tinkamas apibūdinti ir kitų gamintojų gaminamas panašias prekes ir (ar) paslaugų tiekėjų teikiamas paslaugas. Tarptautinėje teismų praktikoje yra pripažįstama, kad sprendžiant dėl ženklo atitikties absoliutiems reikalavimams prekių ženklui, turi būti atsižvelgiama į kitų asmenų interesą, kad tam tikri ženklai (žymenys) liktų „laisvi“ ir prieinami visiems (Europos Teisingumo Teismo 2005 m. rugsėjo 15 d. sprendimas byloje Nr. C-37/03 P; 2006 m. sausio 12 d. sprendimas byloje Nr. C-173/04 P; kt.) Laisvi turi likti tokie žymenys, kurie yra plačiai naudojami, nusistovėję ir kurių priskyrimas vienam subjektui pažeistų lygiateisiškumo principą ir sukeltų nepatogumų vartotojams, o tam tikrais atvejais net galėtų riboti konkurenciją (Europos Teisingumo Teismo 2005 m. rugsėjo 15 d. sprendimas byloje C-37/03 P; 2006 m. sausio 12 d. sprendimas byloje C-173/04 P). Dėl to galima teigti, kad skiriamąjo požymio priskyrimas prie absoliučių atsisakymo registruoti ženklą ir (ar) žymens registraciją pripažinimo negaliojančia pagrindų ir jo įvertinimo patikėjimas pramoninėms nuosavybės apsaugos institucijoms, yra priemonė, leidžianti užtikrinti, kad jokio žymens savininkas neturėtų galimybių įgyti monopolį tam tikrų prekių ir (ar) paslaugų rinkoje, kuo iš esmės yra garantuojama apsauga visų gamintojų ir (ar) paslaugų tiekėjų ekonominiais interesams.

Apibendrinus konstatuotina, kad vienas iš žymens apsaugos būdų pagal prekių ženklų teisę yra ženklo registracija, kuri galima, jeigu žymuo neatitiks absoliučių atsisakymo registruoti ir (ar) registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindų. Taigi, žymuo gali būti teisiškai apsaugotas, t. y. įregistruotas, jeigu, pirmiausia, jis pasižymės skiriamuoju

požymiu. Tai reiškia, kad ir žymens savininko išimtinių teisių įgijimas tiesiogiai priklauso nuo to, ar žymuo pasižymi skiriamuoju požymiu, kadangi suteikti išimtinės teises į žymenį, neturinčio skiriamąjo požymio, gali būti prilyginama žymens uzurpacijos galimybei, kas gali lemti palankias sąlygas nesąžiningos konkurencijos rinkoje atsiradimui ir pakenkti kitų verslo subjektų komerciniams interesams.

2.1.2. Ankstesnio prekių ženklo skiriamąjo požymio reikšmė žymens registracijai

Pastebėtina, kad Valstybinis patentų biuras, atlikdamas pareikšto registruoti žymens ekspertizę, vertina tik pareikšto registruoti žymens atitiktį Prekių ženklų įstatyme numatytiems absoliutiems reikalavimams, tačiau šio žymens santykio su ankstesnėmis trečiųjų asmenų intelektinės nuosavybės teisėmis neatlieka. Vis dėl to, tai, kad pramoninės nuosavybės apsaugos tarnyba neatmeta paraiškos dėl ženklo registracijos, nereiškia, kad žymuo bus sėkmingai įregistruotas, kadangi suinteresuoti asmenys gali užprotestuoti paraišką, remdamiesi Prekių ženklų 8 straipsnio 1, 2 ir 3 dalimis (Prekių ženklų įstatymo 56 straipsnio 1 dalis), t. y. santykiniais atsisakymo registruoti ženklą ar ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindais.

Priešingai nei absoliutūs atsisakymo registruoti žymenį pagrindai, kurie siejami su ginčijamo ženklo savybėmis, santykiniai atsisakymo registruoti žymenį pagrindai yra pagrįsti tikimybe, kad ginčijamas žymuo gali būti painiojamas su ankstesnių prekių ženklu, t. y. kitomis intelektinės nuosavybės teisėmis, priklausančioms protestą pateikusiam asmeniui (Phillips, 2003 p. 426). Prekių ženklų įstatymo 8 straipsnyje yra nustatyta, kad jei suinteresuotas asmuo užginčija paraišką ar ženklo registraciją šio įstatymo 56 ar 58 straipsnyje nustatyta tvarka, ženklas neregistruojamas arba įregistruoto ženklo registracija pripažįstama negaliojančia, jeigu: 1) jis tapatus ankstesniam ženklui, o prekės ir paslaugos, kurioms jis pareikštas registruoti arba kurioms jis yra įregistruotas, yra tapačios prekėms ar paslaugoms, kurioms ankstesnis ženklas yra saugomas; 2) dėl savo tapatumo ar panašumo į ankstesnį ženklą ir dėl prekių ar paslaugų, kurioms ženklai yra skirti, tapatumo ar panašumo yra tikimybė suklaidinti dalį visuomenės; tikimybė suklaidinti apima tikimybę sieti su ankstesniu ženklu, kt. Atitinkamos nuostatos, koreliuojančios su pirmiau nurodyta Prekių ženklų įstatymo norma, yra įtvirtintos ir ES prekių ženklo reglamente, taip pat Direktyvoje dėl prekių ženklų. Taigi, remiantis prekių ženklų teisėje įtvirtintais santykiniais pagrindais suteikiama galimybė ginčyti žymens registraciją tretiesiems

asmenims, kurie mano, kad vėlesnis registruojamas žymuo dėl savo panašumo (tapatumo) į anksčiau įregistruotą prekių ženklą gali pradėti klaidinti dėl prekių ir (ar) paslaugų komercinio šaltinio.

Svarbu atkreipti dėmesį į tai, jog galimybė užginčyti ženklo registraciją remiantis santykiniais ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindais priklauso nuo ankstesnio prekių ženklo skiriamąjo požymio laipsnio. Kai sprendžiama dėl ženklo (ar atitinkamo ženklo elemento) apsaugos apimties, *inter alia* dėl kito ženklo klaidinamo panašumo, būtent ženklo (ženklų elemento) stiprumas ar silpnumas ir yra lemiančia aplinkybe, sąlygojančia išimtinių teisių į prekių ženklą ribas (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2012 m. lapkričio 2 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-446/2012). Taip pat teismų praktikoje yra pažymėta, kad nuo prekių ženklo skiriamosios (identifikacinės) funkcijos „stiprumo“, be kita ko, priklauso atitinkamo pramoninės nuosavybės objekto teisinės apsaugos „ribos“; vadinamojo stipraus prekių ženklo (sudaryto iš išskirtinių elementų ar elementų derinio) atveju kitų prekių ženklų panašumo vertinimas bus griežtesnis negu prekių ženklų, sudarytų iš mažiau išskirtinių elementų ar jų derinio; tam tikro panašumo riba, kurią bus leidžiama „peržengti“ kitiems subjektams priklausančioms prekių ženkams, savo teises ginančio „stipraus“ bei „silpno“ prekių ženklo atveju bus skirtinga (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2009 m. birželio 22 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-272/2009). Kaip yra pripažįstama ir Europos Teisingumo teismo bylų praktikoje, kuo stipresnis ankstesnio prekių ženklo skiriamasis požymis, tuo didesnė bus suklaidinimo galimybė (Teisingumo teismo 1997 m. lapkričio 11 d. sprendimas byloje Nr. C-251/95).

Atsižvelgiant į tai galima teigti, kad žymuo, dėl kurio pateikta paraiška registruoti, nors ir turi minimalų skiriamąjį požymį Prekių ženklų įstatymo 2 dalies 2 p. prasme, vis tiek tikėtina, kad negalės būti užregistruotas, jei bus klaidinančiai panašus į ankstesnį prekių ženklą, turintį stiprų skiriamąjį požymį, kadangi ankstesnio prekių ženklo savininkui užprotestavus vėlesnio žymens registracijos paraišką, įrodyti, kad vėlesnis ženklas nėra panašus į stiprų žymenį aiškiai identifikuojantį konkretų gamintoją (paslaugų tiekėją) būtų neįmanoma. Taigi, prekių ženkams, turintiems stiprų skiriamąjį požymį, taikoma platesnė apsauga nei prekių ženkams, turintiems silpną skiriamąjį požymį (Teisingumo teismo 1998 m. rugsėjo 29 d. sprendimas byloje Nr. C-39/97).

Apibendrinus galima konstatuoti, kad nuo ankstesnio įregistruoto prekių ženklo skiriamąjo požymio laipsnio priklauso ir vėlesnio žymens registracijos sėkmė. Stipresnis anksčiau įregistruoto prekių ženklo skiriamąjo požymio laipsnis mažina galimybes įregistruoti panašų ženklą, kadangi protesto patenkinimo galimybė yra didesnė. Tačiau, jei

ankstesnio prekių ženklo skiriamąjo požymio laipsnis yra silpnas – įregistruoti taip pat silpną skiriamąjį požymį turintį ženklą tikimybė didėja.

2.1.3. Skiriamąjo požymio įgijimas dėl naudojimo

Gali būti atvejų, kai anksčiau įregistruotas prekių ženklas neturi stipraus skiriamąjo požymio, todėl vėlesnio ženklo savininkas gali bandyti neigti ankstesnio prekių ženklo gebėjimą atlikti skiriamąją funkciją, nurodant, kad jis yra apibūdinamasis arba bendrinis, t. y. paduodant priešiškinį dėl ankstesnio prekių ženklo panaikinimo arba registracijos paskelbimo negaliojančia (ES prekių ženklo reglamento 127 straipsnio 1 dalis, Prekių ženklų įstatymo 70 straipsnio 5 dalis). Europos Teisingumo Teismas yra išaiškinęs, kad ankstesniems registruotiems prekių ženkams (tiek nacionaliniams, tiek ES) taikytina galiojimo prezumpcija, kuri gali būti paneigta tik pritaikius atitinkamam prekių ženklui taikomą registracijos pripažinimo negaliojančia (panaikinimo) procedūrą (Europos Teisingumo teismo 2012 m. gegužės 24 d. sprendimas byloje Nr. C-196/11 P).

Vis dėl to, atkreiptinas dėmesys, kad vėlesnio prekių ženklo savininkui ginčijant ankstesnio prekių ženklo registraciją dėl skiriamąjo požymio nebuvimo, ankstesnio prekių ženklo savininkas gali pasinaudoti prekių ženklų teisės aktuose nustatyta gynybos priemone¹⁴, t. y. bandyti įrodyti, jog anksčiau įregistruotas prekių ženklas *dėl jo naudojimo įgijo skiriamąjį požymį* (ES prekių ženklų Reglamento 59 straipsnio 3 dalis, Prekių ženklų įstatymo 7 straipsnio 2 dalis). Tai reiškia, kad nepaisant to, jog žymenys gali nepasižymėti skiriamuoju požymiu *ab initio*, šie žymenys gali įgyti skiriamąjį požymį dėl jų naudojimo (angl. *acquired distinctiveness*). Skiriamasis požymis yra įgyjamas dėl naudojimo, kai suinteresuoti asmenys atpažįsta prekę kaip pagamintą ar suteiktą tam tikros įmonės dėl ženklo naudojimo kaip prekių ženklo (Europos Teisingumo teismo sprendimas 2002 m. birželio 18 d. sprendimas byloje Nr. C-299/99). Tai reiškia, kad skiriamąjo požymio įgijimas dėl naudojimo turi būti vertinamas atsižvelgiant į du aspektus: pirma, į prekes ar paslaugas, kurioms prašoma įregistruoti prekių ženklą, ir, antra, kaip nagrinėjimų prekių ar

¹⁴ Pastebėtina, kad prekių ženklo skiriamąjo požymio dėl naudojimo gynybos priemone galima remtis ir tuomet, kai Valstybinis patentų biuras nusprendžia neregistruoti prekių ženklo remiantis tuo, kad ženklas neturi skiriamąjo požymio (Prekių ženklų įstatymo 7 straipsnio 2 dalis). Vienas iš sėkmingų pavyzdžių, yra ženklo „*PIG.U.L.T*“ registracija, kadangi pareiškėjui pavyko įrodyti, jog šis ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl jo naudojimo (Valstybinis patentų biuro apeliacinis skyrius priimdamas ženklo registracijai palankų sprendimą rėmėsi tokiais įrodymais kaip interneto parduotuvėje nuolat augantis registruotų klientų skaičius, teikiamas importo ir eksporto paslaugas, pasiūlymų vartotojams siuntimą ir kt.). (Valstybinio patentų biuro apeliacinio skyriaus 2022 m. lapkričio 23 d. sprendimas Nr. 2Ap-2252).

paslaugos kategoriją gali suvokti vidutinis, pakankamai informuotas ir protingai pastabus bei nuovokus vartotojas (Europos Teisingumo teismo 2002 m. birželio 18 d. sprendimas byloje C-299/99). Dėl antros sąlygos pastebėtina, kad pagal suformuotą nuoseklią teismų praktiką, tam, kad prekių ženklas dėl naudojimo įgytų skiriamąjį požymį, reikia, kad bent didelė atitinkamos visuomenės dalis (angl. *significant proportion of the relevant section of the public*) pagal prekių ženklą tam tikras prekes ar paslaugas atskirtų kaip pagamintas ar suteiktas konkrečios įmonės (Bendrojo teismo 2007 m. rugsėjo 12 d. sprendimas byloje T-141/06).

Siekiant nustatyti, ar nagrinėjamas žymuo dėl naudojimo įgijo skiriamąjį požymį, gali būti atsižvelgta į tokius veiksnius kaip prekių ženklo užimama rinkos dalis, kurioje prekių ženklas naudojamas, šio prekių ženklo naudojimo intensyvumą, geografinį paplitimą ir trukmę; įmonės investicijų, skirtų jo reklamai, dydį; kiek yra suinteresuotųjų asmenų, kurie pagal prekių ženklą atskiria prekes ar paslaugas kaip pagamintas ar suteiktas konkrečios įmonės; taip pat į prekybos ir pramonės rūmų ar kitų profesinių asociacijų pareiškimus (Europos Teisingumo teismo 1999 m. gegužės 4 d. sprendimas sujungtose bylose C-108/97 ir C-109/97, 2006 m. birželio 22 d. sprendimas byloje C-25/05 P).

Pastebėtina, kad praktikoje pasinaudoti šia gynybos priemone ir įrodyti, jog prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo yra tikras iššūkis. Vien aplinkybės, kad žymuo buvo naudojamas jau tam tikrą laikotarpį, nepakanka, siekiant įrodyti, jog visuomenė, kuriai skirtos nagrinėjamos prekės ar paslaugos, jį suvokia kaip komercinės kilmės nuorodą (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2020 m. lapkričio 11 d. nutarties civilinėje byloje Nr. e3K-3-297-1075/2020). Tik žymens naudojimas veikloje savaime nereiškia, kad jis turi skiriamąjį požymį (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2023 m. vasario 2 d. nutarties civilinėje byloje Nr. e3K-3-2-969/2023). Pavyzdžiui, Lietuvos Respublikos teismų praktikoje taip pat buvo išaiškinta, kad tik verslo partnerių paaiškinimai neatspindi visuomenės nuomonės apie tai, kokios firmos ir kokias teikiamas paslaugas ar parduodamas prekes atspindi žymuo. Be to, atitinkamas vartotojas – tai ne tik asmenys, faktiškai nusipirkę prekes ar paslaugas, bet ir bet kuris potencialiai suinteresuotas asmuo būsimų pirkėjų prasme, t. y. visi perspektyvūs prekių pirkėjai. Susirašinėjimas su klientais bei komerciniai pasiūlymai iliustruoja kuriamus ar jau sukurtus paslaugų teikimo santykius, bet nepagrindžia aplinkybės, kad klientai ir kiti suinteresuoti asmenys identifikuoja ieškovę pagal žymenį (Lietuvos apeliacinio teismo 2023 m. balandžio 13 d. nutartis civilinėje byloje e2A-282-330/2023). Atkreiptinas dėmesys ir tai, jog Lietuvos Respublikos teismų nagrinėjamų bylų praktikoje buvo taip pat buvo nustatyta, kad įrodinėjant skiriamąjį

požymio įgijimą dėl naudojimo, tik reklaminio stendo ir reklamos socialiniame tinkle „Facebook“ vienkartinis užsakymas neįrodo tęstinių ir intensyvių ieškovės veiksmų, susijusių su žymens viešinimu (Lietuvos apeliacinio teismo 2023 m. balandžio 13 d. nutartis civilinėje byloje e2A-282-330/2023).

Apibendrinant galima konstatuoti, kad ankstesnio registruoto silpną skiriamąjį požymį turinčio žymens savininkas gali pasinaudoti prekių ženklų teisėje nustatyta gynybos priemone ir bandyti įrodyti, jog žymuo įgijo skiriamąjį požymį dėl jo naudojimo. Vis dėl to, žymuo laikomas įgijusiu skiriamąjį požymį dėl naudojimo tik tais atvejais, kuomet didelė visuomenės dalis, t. y. faktiniai ir potencialūs vartotojai gali susieti ženklu žymimas prekes ir (ar) paslaugas su konkrečiu prekių gamintojų ir (ar) paslaugų tiekėju. Tuo tarpu prekių gamintojų ir (ar) paslaugų tiekėjų verslo partnerių pareiškimai, komercinės veiklos reklamos, skelbimai socialiniuose tinkluose, nėra laikomi pakankamais įrodymais, leidžiančiais pripažinti, kad prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo.

2.2. Skiriamąjo požymio reikšmė ženklo pripažinimui plačiai žinomam

Registracija nėra vienintelis žymenų apsaugos būdas pagal prekių ženklų teisę. Tarptautiniai, Europos Sąjungos ir nacionaliniai teisės aktai įtvirtina reikalavimą suteikti apsaugą ir neregistruotiems prekių ženkams, jei tokie ženklai pripažįstami plačiai žinomais (Paryžiaus konvencijos 6^{bis} straipsnis, TRIPS 16 straipsnis, ES prekių ženklo reglamento 8 straipsnio 2 dalies c p., Prekių ženklų įstatymo 4 straipsnio 2 dalis). Pavyzdžiui, Lietuvos Respublikoje ženklas pripažįstamas plačiai žinomam teismo tvarka (Prekių ženklų įstatymo 4 straipsnio 3 dalis). Taigi, prie civilinių teisių objektų yra priskiriami ir plačiai žinomais pripažinti prekių ženklai¹⁵, į kuriuos išimtinės teisės galima įgyti ir be žymens registracijos.

Pažymėtina, kad ne bet koks žymuo gali būti pripažintas plačiai žinomam prekių ženklui. Ženklas pripažįstamas plačiai žinomam, jei jo naudojimo ar reklamos rezultatai rodo, kad jis yra gerai žinomas tam tikroje visuomenės dalyje (Prekių ženklų įstatymo 4 straipsnio 1 dalis). PINO Bendroje rekomendacijoje dėl plačiai žinomų ženklų apsaugos nuostatų yra įtvirtinta, kad pripažįstant ženklą plačiai žinomam reikėtų atsižvelgti į tokius

¹⁵ Pavyzdžiui, Lietuvos Respublikoje plačiai žinomam ženklu yra pripažintas prekių ženklas „ŽMONĖS“ Vilniaus apygardos teismo 2013 m. gegužės 22 d. sprendimu byloje Nr. 2-2834-603/2013 (Valstybinis patentų biuras, 2024).

kriterijus: ženklo žinomumo atitinkame visuomenės sluoksnyje lygį; ženklo naudojimo trukmę, mastą ir geografinę sritį; ženklo reklamavimo trukmę, mastą ir geografinę sritį; ženklo registracijų trukmę ir ženklo bei (arba) paraiškų jį įregistruoti geografinę sritį; atvejus, kai kitų valstybių kompetentingos institucijos pripažino jį plačiai žinomu; ženkliui priskiriamą vertę (PINO, 2000, p. 6). Taigi, iš esmės šie kriterijai nurodo, kad turėtų būti vertinamas ne tik prekių ženklo žinomumas vartotojų tarpe, bet ir ženklo savininko veiksmų indėlis žymens žinomumo atsiradimui. Vis dėl to, pastebėtina, kad būtina turėti omenyje, kad kartais prekių ženklas, kuriam sukurti bei reklamuoti jo savininkas išleido daug lėšų, vartotojo nebus kaip nors ypatingai išskirtas iš kitų prekių ženklų ar, lyginant su kitais ženklais, labiau vertinamas. Ir atvirkščiai, prekių ženklas visuomenės (vartotojo) gali būti išskirtas iš kitų ženklų bei labai vertinamas, o juo pažymėta preke – pasitikima (Klimkevičiūtė, 2005, p. 35).

Atsižvelgiant į tai, pripažintina, kad plačiai žinomo, t. y. tokio, kurį tam tikri visuomenės sluoksniai (vartojantys atitinkamas prekes ir (arba) paslaugas, kurios pažymėtos tuo prekių ženklu; asmenys esantys tokiu prekių ženklu pažymėtų prekių ir (arba) paslaugų platinimo tinkle; verslo sluoksniai, veikiantys tų prekių ir (arba) paslaugų srityje, ir panašiai) gerai žino kaip priklausantį tam tikram asmeniui – tikrajam jo savininkui, teisinė apsauga siejama būtent su jo *žinomumu* (Klimkevičiūtė, 2005, p. 38).

Taigi, galima teigti, kad ženklas, kuris neturėtų stipraus skiriamąjo požymio, negalėtų būti pripažintas plačiai žinomu prekių ženklu, nes vargu ar skiriamąjo požymio neturintį ženklą ar silpną skiriamąjį požymį turintį ženklą vartotojai įsimins ir gebės atpažinti, kadangi jis galės sietis su kitais panašiais stipraus skiriamąjo požymio neturinčiais ženklais, kuriais gali būti žymimos panašios prekės ir (ar) paslaugos. Dėl to, gali būti daroma išvada, kad ženklas, neturintis skiriamąjo požymio negali būti ne tik registruojamas, bet ir pripažįstamas plačiai žinomu.

2.3. Skiriamąjo požymio reikšmė prekių ženklo reputacijai

Kaip išanalizuota šiame magistro darbe aukščiau, pagal prekių ženklų teisę žymenis galima apsaugoti dviem būdais, t. y. žymenį registruojant ir (ar) žymenį pripažįstant plačiai žinomu teismo tvarka, tačiau, atkreipiamas dėmesys, kad pagal prekių ženklų teisę taip pat yra pripažįstama prekių ženklų, turinčių reputaciją, apsauga. Pagal prekių ženklų teisę, ženklas laikomas turinčiu reputaciją, jeigu jis yra žinomas visuomenėje, su kuria susijęs šis prekių

ženklas, t. y. priklausomai nuo parduodamos prekės ar paslaugos, arba plačioje visuomenėje arba labiau specializuotoje visuomenėje, pavyzdžiui, konkretaus sektoriaus prekybininkų. Tik esant pakankamam šio prekių ženklo žinojimo laipsniui, visuomenė susidūrusi su vėlesniu prekių ženklu, gali susieti šiuos du prekių ženklus, net jei jie naudojami nepanašioms prekėms ar paslaugoms, ir dėl to gali būti padaryta žala ankstesniam prekių ženklui. Vis dėl to pažymėtina, kad negalima daryti išvados kad prekių ženklą turi žinoti tam tikra procentinė apibrėžtos visuomenės dalis (Europos Teisingumo teismo 1999 m. rugsėjo 14 d. sprendimas byloje C-375/97). Kuomet prekių ženklo savininkas sėkmingai investuoja į prekės ženklo produkto ar paslaugos kūrimą, prekių ženklas tampa vertingu verslo turtu, kadangi įgyja reputaciją. Tokiu atveju prekių ženklas pritraukia ir išlaiko vartotojus, garantuodamas kokybę, kainos ir kokybės santykį, bei kitas savybes (Phillips, 2003, p. 363). Teisingumo Teismo praktikoje pripažįstama, kad reputaciją turinčio ženklo apsaugai nesvarbu tai, ar yra vartotojų suklaidinimo galimybė, t. y. nereikalaujama, jog gerą vardą turinčio prekių ženklo ir trečiųjų asmenų naudojamo žymens panašumo laipsnis būtų toks didelis, kad atitinkama visuomenė galėtų juos supainioti; pakanka, kad gerą vardą turinčio prekių ženklo ir žymens panašumo laipsnis lemtų, kad atitinkama visuomenė pastebėtų prekių ženklo ir žymens ryšį.

Analizuojant reputaciją turinčių prekių ženklų apsaugą pagal prekių ženklų teisę, atkreiptinas dėmesys į tai, kad reputaciją turintiems prekių ženkams yra suteikiama platesnė apsauga nei registruotiems žymenims ir (ar) pripažintiems plačiai žinomiems žymenims. ES prekių ženklo reglamento 9 straipsnio 2 dalies c punkte, Prekių ženklų direktyvos 10 straipsnio 2 dalies c punkte, Prekių ženklų įstatymo 14 straipsnio 2 dalies 3 punkte, yra nustatyta, kad prekių ženklo savininkas turi teisę uždrausti kitiems asmenims, neturintiems jo sutikimo, vykdant komercinę veiklą, naudoti bet koki žymenį prekėms ar paslaugoms žymėti, kai žymuo yra tapatus ženklui arba į jį panašus, *nepaisant to, ar juo žymimos prekės ar paslaugos yra tapачios, panašios ar nepanašios į tas, kurioms ženklas buvo įregistruotas*, jeigu pastarasis turi reputaciją Lietuvos Respublikoje ir jeigu dėl to žymens naudojimo be tinkamos priežasties nesąžiningai pasinaudojama ženklo pranašumais, pažeidžiamas skiriamasis ženklo požymis arba pakenkiama ženklo reputacijai. Atsižvelgiant į teisinį reguliavimą, galima pastebėti, kad kitaip nei registruotų žymenų apsauga ir (ar) pripažintų plačiai žinomų prekių ženklų apsauga, reputaciją turinčių žymenų apsauga nėra siejama vien tik su draudimu kitiems ūkio subjektams naudoti komercinėje veikloje tapačius ir (ar) panašius ženklus žymėti tapachias ir (ar) panašias prekes ir (ar) paslaugas. Papildoma reputaciją turinčio ženklo apsauga pasireiškia tuo, kad apsaugos apimtį sąlygoja ne tik pagrindinė kilmės funkcija, bet ir ženklo reputacijos

(savarankiškos vertės) apsauga. Dėl to ir nesvarbu, kad dėl tapataus ar panašaus žymens naudojimo nebus suklaidinti vartotojai dėl prekių kilmės, tačiau sąžiningumo principo prasme nėra teisinga leisti kitam subjektui be pagrindo pasinaudoti gerai žinomo ženklo reputacija (Mizaras, 2016, p. 4). (Plačiau apie veiksmus, pažeidžiančius žymens, turinčio skiriamąjį požymį, savininko teises kitaip negu sukeliant painiavos galimybę, žr. šio magistro darbo 3.2. dalyje).

Taigi, atsižvelgiant į tai kas išdėstyta aukščiau, galima teigti, kad apsauga pagal prekių ženklų teisę gali būti suteikiama ne tik atsižvelgiant į žymens atliekamą prekių ir (ar) paslaugų komercinio šaltinio nustatymo funkciją. Reputaciją turintiems prekių ženkams platesnė teisinė apsauga yra suteikiama ne tik dėl to, jog gali būti klaidinama dėl prekių ir (ar) paslaugų kilmės, bet ir dėl to, kad nebūtų pažeista prekių ženklo reputacija. Tai parodo, jog nors prekių ženklai, turintys reputaciją pasižymi skiriamuoju požymiu (iš tikrųjų gerą vardą turintis prekių ženklas būtinai turi skiriamąjį požymį, bent jau įgytą dėl naudojimo (Europos Teisingumo teismo 2008 m. lapkričio 27 d. sprendimas byloje Nr. C-252/07), vis dėl to galima teigti, jog reputaciją turinčių prekių ženklų apsaugos poreikis siejamas ir su tuo, kad nebūtų nesąžiningai pasinaudojama prekių ženklo savininko darbo, finansinių ir kitų resursų indėliu, naudojant prekių ženklą žymėti kitos rūšies prekėms ir (ar) paslaugoms.

3. ŽYMENS, TURINČIO SKIRIAMĄJĮ POŽYMĮ, APSAUGOS GALIMYBĖS PAGAL NESĄŽININGOS KONKURENCIJOS TEISĘ

3.1. Apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos nustatančių teisės normų ir prekių ženklų teisės santykis bei jų skirtumai

Vienu iš pagrindinių valstybės ekonomikos ir konkurencingumo tarp ūkio subjektų augimo ir palaikymo veiksnių yra sąžiningas ir teisingas rinkos veikimas, kuris gali būti pasiektas tik esant konkurencijai rinkoje. Svarbu pastebėti, kad laisvos konkurencijos rinkoje niekas dirbtinai nesukuria – ji yra ne valstybės ar jos teisės nustatomų taisyklių rezultatas, o greičiau ūkio, grindžiamo privačia nuosavybe, natūrali būseną (Jakutavičius, 2008, cituota Klimas, 2007, p. 44). Iš esmės konkurenciją galima apibūdinti kaip kovą dėl pranašumo, o komerciniame pasaulyje ji yra suprantama kaip įmonių, siekiančių per tam tikrą laiką laimėti vartotojų palankumą siūlant jiems geresnes sąlygas, varžymosi procesas. Taigi,

konkurencijos teisė yra nukreipta prieš žalingą konkurencijos procesui veiklą, pavyzdžiui, konkuruojančių ūkio subjektų sudaromus antikonkurencinius vertikaliuosius ir horizontaliuosius susitarimus, piktnaudžiavimą dominuojančia padėtimi ir kt. (Whish, Bailey, 2023, p. 4, 6). Vis dėl to, siekiant užtikrinti vienodas konkurencijos galimybes, yra nepakankama vien tik drausti konkurenciją ribojančius susitarimus tarp konkurentų. Pastebėtina, kad ūkio subjektai, siekdami įgyti konkurencinį pranašumą gali imtis sąžiningai konkurencijai prieštaraujančių priemonių, t. y. neteisėtai pasinaudoti konkurento darbo ir verslo sėkmės rezultatais. Todėl yra antroji teisės normų grupė – nesąžiningos konkurencijos teisė, kuri nustato sąžiningos praktikos taisykles laisva konkurencija grindžiamoje rinkoje apibrėžiant, kokie veiksmai yra neleistini ir apskritai draudžiant „nesąžiningą“ verslo praktiką (Jakutavičius, 2008, p. 44).

Pabrėžtina ir tai, kad komercinėje veikloje naudojami žymenys skiriasi nuo kitų intelektualinės nuosavybės rūšių. Skirtingai nuo saugomų išradimų ar originalių kūrinių, skiriamuosius požymius turintys ženklai nelaikomi savaime saugotinais pasiekimais (Kur, Dreier, 2013, p. 157). Kadangi prekių ženklas gali būti sudarytas tik iš tokių žymenų, kurie gali atskirti vienos įmonės prekes ar paslaugas nuo kitų įmonių prekių arba paslaugų (ES prekių ženklo reglamento 4 straipsnio b punktas, Prekių ženklų įstatymo 3 straipsnis), prekių ženklų apsauga yra orientuota į tai, kad visuomenė nebūtų klaidinama dėl prekių ir (ar) paslaugų, žymimų prekių ženklu, komercinės kilmės ir vartotojai galėtų atskirti prekes (paslaugas) nuo kitų gamintojų ir (ar) paslaugų tiekėjų prekių (paslaugų). Identifikavę prekių ženklo pagrindu prekes ar paslaugas, vartotojai, kurių lūkesčius prekės patenkino, pradeda pasitikėti jų gamintoju, o kartu ir tuo pačiu ženklu pažymėtų prekių ir (ar) paslaugų kokybe. Taip skatinamas gamintojas rūpintis prekių ar paslaugų kokybe, kartu užtikrinant potencialių pirkėjų ratą, kurie pasitiki gamintojo garantija (Europos Teisingumo teismo 2006 m. kovo 30 d. sprendimas byloje Nr. C-259/04). Taigi, apskritai gali būti daroma prielaida, kad prekių ženklai turi būti suprantami kaip konkurenciją skatinanti priemonė (Kur, Dreier, 2013, p. 157). Atsižvelgiant į tai, galima teigti, kad prekių ženklo apsauga yra skirta apsaugoti ne patį prekių ženklo savininko kūrybinį darbą sukuriant prekių ženklą, o būtent prekių ženklo savininko vykdomos ir skatinančios konkurenciją sėkmingos komercinės veiklos (teikiant į rinką prekes (paslaugas) žymimas prekių ženklu) rezultatus, kuriais gali siekti pasinaudoti nesąžiningų ketinimų turintys konkurentai, klaidindami visuomenę dėl prekių ženklo kilmės.

Vis dėl to, žymenys ne visada gali būti apsaugomi remiantis prekių ženklų teisės normomis, kadangi prekių ženklų teisė saugo tik registruotus arba plačiai žinomais

pripažintus teismo tvarka prekių ženklus. Dėl to, natūraliai kyla klausimas, ar atsižvelgiant į tai, kad ūkio subjektai dėl įvairiausių priežasčių (pavyzdžiui, dėl finansinių, laiko resursų nebuvimo, informacijos trūkumo, kt.) neįregistruoja komercinėje veikloje naudojamų žymenų, arba jų naudojamų komercinėje veikloje žymenų negalima pripažinti plačiai žinomais dideliame vartotojų tarpe, galėtų apsaugoti komercinėje veikloje naudojamus žymenis, jei pastaruosius pradėtų naudoti nesąžiningų ketinimų turintys konkurentai, pradėdami jais žymėti savo į rinką tiekiamas prekes ir (ar) paslaugas, tokiu būdu siekdami klaidinti visuomenę dėl prekių ir (ar) paslaugų tikrojo komercinio šaltinio. Viena iš teisės doktrinoje esančių pozicijų pripažįsta, kad nesąžiningos konkurencijos institutas papildo prekių ženklų registracijos sistemą, todėl leidžia užtikrinti sąžiningos konkurencijos reikalavimus atitinkantį neregistruotų žymenų naudojimą (Želvys, 2011, p. 139). Dėl šios priežasties toliau bus nagrinėjamos pramoninę nuosavybę saugančios nesąžiningos konkurencijos teisės normos, siekiant išsiaiškinti ar komercinėje veikloje naudojami žymenys, kuriais žymimos prekės ir (ar) paslaugos galėtų būti saugomi ne tik pagal prekių ženklų teisę, bet ir pagal apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos nustatančias teisės normas, siekiant juos apsaugoti nuo kitų verslo subjektų nesąžiningų veiksmų.

Viename iš pirmųjų tarptautinių aktų, nustatančių pramoninės nuosavybės apsaugą, Paryžiaus konvencijoje, yra nustatytas nesąžiningos konkurencijos apibrėžimas, pagal kurį nesąžininga konkurencija laikomas bet koks konkurencijos veiksmas, prieštaraujantis sąžiningiems pramonės ir prekybos reikalų vedimo papročiams (Paryžiaus konvencijos 10^{bis} straipsnio 2 dalis). Šioje nuostatoje įtvirtinti veiksmai, prieštaraujantys sąžiningai praktikai (angl. *honest practises*), turėtų būti suprantami kaip veiksmai, atliekami tokiu būdu, kuris prieštarauja tiems veiksams, kurie tam tikroje rinkoje įprastai yra laikomi kaip teisingi, sąžiningi ir be apgaulės atliekami veiksmai, kurie gali skirtis įvairiose rinkose ir laikui bėgant kisti. Be to būtina įvertinti ir tai, kad gali būti skirtumų tarp nacionalinių teisės sistemų, skirtingai reglamentuojančių nesąžiningos konkurencijos veiksmų rūšis ir jų draudimą (Senftleben, 2024, p. 83). Taip pat PINO atliktoje studijoje yra pripažinta, kad Paryžiaus konvencijoje nesąžiningos konkurencijos apibūdinimas kaip praktikos, prieštaraujančia pramonės ir prekybos reikalų papročiams, nesukuria aiškių, visuotinai priimtinių elgesio standartų, nes vartojamų sąvokų reikšmė yra kintanti. Sąžiningumas (angl. *fairness* ar *honesty*) yra visuomenės sociologinių, ekonominių, moralinių ir etinių sampratų atspindys, todėl skirtingose valstybėse (o kartais net ir pačioje valstybėje) gali skirtis. Pripažįstama ir tai, kad bet kokie bandymai aprėpti visus esamus ir būsimus konkurencijos veiksmus vienu plačiu apibrėžimu, kuris apibrėžtų kiekvieną draudžiamą elgesį, yra nesėkmingi (PINO, 1994, p. 23-24). Vis dėl to, siekiant nustatyti nesąžiningos

konkurencijos veiksmų kategorijas, Paryžiaus konvencijoje yra įtvirtintas nebaigtinis ir pavyzdinis sąrašas veiksmų, laikomas minimaliu apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos standartu. Paryžiaus konvencijoje^{10^{bis}} straipsnio 3 dalyje detalizuota, kad yra draudžiami:

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

Pastebėtina, kad Paryžiaus konvencijos 10^{bis} straipsnio 2 ir 3 dalyse įtvirtintos teisės nuostatos gali būti suprantamos, kaip suteikiančios apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos ne tik tiesioginiams konkurentams, bet ir konkuruojantiems ūkio subjektams, veikiantiems skirtingose pramonės ar prekybos segmentuose¹⁶ (Senftleben, 2024, p. 85). Be to, pripažįstama, kad moderni nesąžininga konkurencija turi trejopą apsaugos tikslą, kuris pasireiškia konkurentų, vartotojų ir, apskritai, visos visuomenės interesų apsauga (PINO, 1994, p. 25). Manytina, kad ši trejopa apsauga pasireiškia ir Paryžiaus konvencijos 10^{bis} straipsnio 3 dalyje įtvirtintame pavyzdiniame sąžiningai konkurencijai prieštaraujančių veiksmų sąrašė. Taigi, atsižvelgiant į tai, kad Paryžiaus konvencijos 10^{bis} straipsnio 3 dalyje pateikiamas nedetalizuotas ir neišsamaus pobūdžio veiksmų kategorijų, prieštaraujančių sąžiningai konkurencijai sąrašas, siekiant nustatyti ar šios Paryžiaus konvencijos normos gali būti taikomos žymenų, turinčių skiriamąjį požymį, apsaugai pagal nesąžiningos konkurencijos teisę, reikėtų išnagrinėti kiekvieną iš jų detaliau.

Remiantis Paryžiaus konvencijos 10^{bis} 3 dalies 2 punktu draudžiamais ir sąžiningai konkurencijai prieštaraujančiais veiksmais pripažįstami melaginiai teiginiai nukreipti prieš konkurento vykdomą komercinę veiklą ir jo gaminamą produkciją, kurie skleidžiami tam, kad būtų sumenkinta konkurento reputacija. Žala konkurento verslo reputacijai gali būti padaryta dėl įvairiausių formų nuorodų apie konkurento įmonę. Pripažintina, kad tai gali būti neteisingos nuorodos tiek apie konkurento gaminamas prekes, jų kainas, konkurento

¹⁶ PINO pavyzdinių nuostatų dėl apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos (angl. *Model provisions on protection against unfair competition*) 1.06 dalyje yra nustatyta, kad pagal Paryžiaus konvencijos 10^{bis} straipsnio 2 dalyje įtvirtintą nuostatą, kurioje nesąžininga konkurencija laikomas bet koks konkurencijos veiksmas, reiškia, kad Paryžiaus konvencijos nuostatos taikomos ir tais atvejais, kai nėra tiesioginės konkurencijos tarp šalių, kuri atliko nesąžiningus veiksmus ir šalies prieš kurią tokie veiksmai buvo nukreipti (PINO, 1996, p. 10).

įmonės darbuotojus, kvalifikaciją ir pan., tiek teiginiai apie asmeninį verslininko statusą, pavyzdžiui, jo rasę, tautybę, religiją, politines pažiūras ir pan., kurios net neturi nieko bendro su ūkio subjekto vykdoma komercine veikla (PINO, 1994, p. 46). Pastebėtina, kad Paryžiaus konvencijos 10^{bis} 3 dalies 2 punkte sąžiningai konkurencijai prieštaraujantys veiksmai nėra susiję su nesąžiningu žymens, turinčio skiriamąjį požymį, naudojimu siekiant klaidinti dėl prekių (paslaugų) komercinės kilmės, dėl to nepatenka į šio magistro darbo nagrinėjimo sritį ir plačiau analizuojami šiame darbe nebus.

Pagal Paryžiaus konvencijos 10^{bis} straipsnio 3 dalies 3 punktą yra draudžiama klaidinti visuomenę dėl prekių rūšies, gamybos būdo, savybių, kiekio ir kt. Atkreiptinas dėmesys, kad jei Paryžiaus konvencijos 10^{bis} 3 dalies 1 ir 2 punktuose reglamentuojama painiava su konkurento prekėmis arba melagingų teiginių apie jas skleidimas, tai Paryžiaus konvencijos 10^{bis} 3 dalies 3 punkte nėra aiškos nuorodos į konkurento prekes. Taigi, pastebėtina, jog priešingai nei Paryžiaus konvencijos 10^{bis} 3 dalies 1 ir 2 punktai, ši norma gali būti taikoma ir tada, kuomet ūkio subjektas klaidina vartotojus ne tik dėl konkurento, bet ir dėl savo paties prekių ir (ar) paslaugų savybių. Atsižvelgiant į tai galima teigti, kad šia Paryžiaus konvencijos norma siekiama apsaugoti būtent visą visuomenę, o ne tik konkurentus. Be to, paminėtina, jog į šios normos taikymo sritį patenka atvejai, kuomet vartotojai klaidinami dėl verslo subjekto prekių ar paslaugų vidinių savybių, bet ne dėl tokių prekių ar paslaugų kilmės ar jas teikiančio subjekto tapatybės (Truskaitė, 2010, cituota Ladas, 1975, p. 1733). Pavyzdžiui, į šios normos taikymo sritį galėtų patekti tokie vartotojų klaidinimo atvejai, kuomet žymeniu „BIO“ žymimos iš tikrųjų neorganinės prekės (Phillips, 2003, p. 72), taip pat atvejai, kuomet vartotojai yra linkę rinktis vietinės kilmės prekes, dėl ko jos neteisingai nurodomos kaip vietinės kilmės prekės, net tais atvejais, kai užsienio prekės yra geresnės kokybės (PINO, 1994, p. 39) ir pan. Verta paminėti ir tai, jog ūkio subjektų ir vartotojų santykius Europos Sąjungos lygmeniu reglamentuoja 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir iš dalies keičianti Tarybos direktyvą 84/450/EEB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvas 97/7/EB, 98/27/EB bei 2002/65/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 (toliau – **Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva**), kurią įgyvendina Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas. Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos 1 straipsnyje įtvirtintas šios direktyvos tikslas yra padėti tinkamai veikti vidaus rinkai ir pasiekti aukštą vartotojų apsaugos lygį suderinant valstybių narių įstatymus ir kitus teisės aktus dėl nesąžiningos komercinės veiklos, kenkiančios vartotojų ekonominiams interesams. Taigi, pastebėtina,

kad šių normų tikslas yra reglamentuoti ūkio subjektų ir vartotojų santykius (o ne konkuruojančių verslo subjektų santykius), siekiant apsaugoti būtent vartotojus interesus (o ne sąžiningų konkurentų interesus). Remiantis tuo galima teigti, kad Paryžiaus konvencijos 10^{bis} 3 straipsnio 3 dalies nuostatos taip pat nėra aktualios bandant išsiaiškinti žymens, turinčio skiriamąjį požymį, teisinės apsaugos galimybes pagal nesąžiningos konkurencijos teisę, kadangi šiuo darbu siekiama nustatyti kaip apsaugoti žymenį būtent nuo nesąžiningos konkurentų veiklos (t. y. analizuoti verslininkų (angl. *business to business*) santykius reglamentuojančias teisės normas).

Atsižvelgiant į tai, kad Paryžiaus konvencijos 10^{bis} straipsnio 3 dalies 2 ir 3 punktuose nėra nustatyti draudžiami veiksmai susiję su klaidinimu dėl prekių kilmės komercinio šaltinio, atkreiptinas dėmesys, kad šio darbo nagrinėjamai sričiai aktualiausias yra Paryžiaus konvencijos 10^{bis} straipsnio 3 dalies 1 punktas, nustatantis, kad yra draudžiami visi veiksmai, dėl kurių gali būti supainiotos įmonės, gaminiai arba konkurento pramoninė ar prekybinė veikla. Taigi, pirmiausia reikėtų pastebėti, kad ši norma draudžia klaidinimą (angl. *confusion*), kuris nustatomas atsižvelgiant į saugomo ženklo skiriamąjį požymio laipsnį, jo savininko reputaciją, atitinkamą vartotojų išprusimą, ženklų bei prekių panašumą (PINO, 1994, p. 28). Taip pat pripažintina, kad suklaidinimas neapsiriboja vien tik suklaidinimu dėl komercinio šaltinio, bet taip pat apima ir tuos atvejus, kuomet klaidinančiai sukuriamas įspūdis, kad tarp dviejų verslo subjektų yra verslo ryšys, t. y. klaidinimas dėl asociacijos (angl. *confusion as to affiliation*) (PINO, 1994, p. 28). Taip pat svarbu pažymėti ir tai, kad ši Paryžiaus konvencijos nuostata yra labai plati, nes ji gali apimti bet kokią veiksmą, susijusį su naudojamu žymeniu, etikete, šūkiu, pakuote, prekių forma ar spalva arba bet kokia kita verslininko naudojama skiriamąja nuoroda (PINO, 1994, p. 27).

Taigi, manytina, kad būtent ši nuostata yra skirta reglamentuoti nesąžiningiems konkurentų veiksams, kuomet yra nesąžiningai naudojamas bet koks konkurento žymuo, turintis skiriamąjį požymį, siekiant suklaidinti vartotojus dėl prekių komercinio šaltinio. Nors Paryžiaus konvencija nesiekia nustatyti vienodos materialinės teisės susitariančioms valstybėms, pripažįstama, kad įgyvendinant Paryžiaus konvenciją, joje numatyti standartai dažnai valstybėse narėse buvo perkelti į nacionalinę teisę nediferencijuojant subjektų, kuriems jie taikomi. Šie standartai tapo nacionalinės nesąžiningos konkurencijos dalimi, taikomos tiek kitų susitariančių valstybių, tiek vidaus asmenims (Jakutavičius, 2008, p. 81). Galima pastebėti, kad Paryžiaus konvencijos 10^{bis} straipsnio 3 dalies nuostatos yra perkeltos ir Konkurencijos įstatymo 15 straipsnį.

Analizuojant Lietuvos Respublikos nacionalinius teisės aktus, galima pastebėti, kad Konkurencijos įstatyme nėra įtvirtinta nesąžiningos konkurencijos sąvoka. Tačiau, Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punkte yra nustatyta, kad ūkio subjektams draudžiama atlikti bet kuriuos veiksmus, prieštaraujančius ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, kai tokie veiksmai gali pakenkti ūkio subjekto galimybėms konkuruoti, įskaitant savavališką naudojimą žymens, kuris tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto pavadinimą, registruotą prekių ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekių ženklą, ar kitą pirmumo teise naudojamą žymenį su skiriamuoju požymiu, jeigu tai sukelia ar tikėtina, kad gali sukelti:

- 1) painiavą su šiuo ūkio subjektu ar jo veikla, arba
- 2) jeigu siekiama nesąžiningai pasinaudoti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba
- 3) jeigu dėl to gali nukentėti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba
- 4) jeigu dėl to gali susilpnėti šio ūkio subjekto naudojamo ženklo ar žymens skiriamasis požymis.

Pažymėtina, kad Lietuvos Aukščiausiojo Teismo praktikoje yra išaiškina, kad kaip matyti iš Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punkte įtvirtinto teisinio reguliavimo, be bendrosios Konkurencijos 15 straipsnio 1 dalies taikymui būtinos nustatyti sąlygos (veiksmai turi prieštarauti ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, kai tokie veiksmai gali pakenkti ūkio subjekto galimybėms konkuruoti), kumuliatyviai turi būti nustatytos kitos Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punkto taikymui būtinos sąlygos: (1) savavališkas naudojimas žymens, kuris yra tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto pavadinimą, registruotą prekių ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekių ženklą, ar kitą pirmumo teise naudojamą žymenį su skiriamuoju požymiu¹⁷, ir (2) – alternatyviai:

- 1) jeigu tai sukelia ar tikėtina, kad gali sukelti painiavą su šiuo ūkio subjektu ar jo veikla, arba
- 2) jeigu siekiama nesąžiningai pasinaudoti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba
- 3) jeigu dėl to gali nukentėti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba

¹⁷ Pastebėtina, kad ši Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies norma yra išsamesnė negu Paryžiaus konvencijos 10^{bis} 3 straipsnio 1 punktas, kadangi pastarajame teisės akte nėra įtvirtintas žymenų, kurių nesąžiningas naudojimas laikomas sąžiningos komercinės praktikos pažeidimu, sąrašas.

- 4) jeigu dėl to gali susilpnėti šio ūkio subjekto naudojamo ženklo ar žymens skiriamasis požymis (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2020 m. lapkričio 11 d. nutarties civilinėje byloje Nr. e3K-3-297-1075/2020).

Taigi, atsižvelgiant į tokį Konkurencijos teisės įstatyme nustatytą reglamentavimą, galima teigti, kad pagal šį įstatymą nesąžininga konkurencija turėtų būti suprantama kaip ir pagal Paryžiaus konvencijos 10^{bis} straipsnio 2 dalį, tačiau pastebėtina, kad Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 p. pateikiamas išsamesnis sąrašas veiksmų, laikytinų sąžiningos konkurencijos pažeidimu. Pagal Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punktą yra draudžiami panašūs veiksmai į tuos veiksmus, kurie nustatyti Prekių ženklų įstatymo 14 straipsnio 2 dalyje, pagal kurią prekių ženklų savininkas turi teisę drausti kitiems asmenims, neturintiems jo sutikimo, vykdant komercinę veiklą naudoti bet kokią žymenį prekėms ar paslaugoms žymėti, kai:

- 1) žymuo yra tapatus ženklui ir juo žymimos prekės ar paslaugos yra tapačios toms prekėms ar paslaugoms, kurioms ženklas yra įregistruotas;
- 2) žymuo yra tapatus ženklui arba į jį panašus ir juo žymimos prekės ar paslaugos yra tapačios prekėms ar paslaugoms, kurioms ženklas yra įregistruotas, arba į jas panašios, jeigu yra tikimybė suklaidinti dalį visuomenės; tikimybė suklaidinti apima tikimybę susieti žymenį su ženklu;
- 3) žymuo yra tapatus ženklui arba į jį panašus, nepaisant to, ar juo žymimos prekės ar paslaugos yra tapačios, panašios ar nepanašios į tas, kurioms ženklas buvo įregistruotas, jeigu pastarasis turi reputaciją Lietuvos Respublikoje ir jeigu dėl to žymens naudojimo be tinkamos priežasties nesąžiningai pasinaudojama ženklo pranašumais, pažeidžiamas skiriamasis ženklo požymis arba pakenkiama ženklo reputacijai.

Analizuojant Prekių ženklų įstatyme ir Konkurencijos įstatyme nustatytą reguliavimą, galima pastebėti, kad šie du teisės aktai reguliuoja tarp ūkio subjektų komercinėje veikloje susiklosčiusius santykius ir prekių ženklų savininkas turi panašias teises į tas, kurios suteikiamos ūkio subjektui pagal Konkurencijos teisės įstatymą. Tačiau, būtina pastebėti, kad remiantis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos institutu neįgyjama išimtinių teisių į kokius nors objektus ar veiklos rezultatus, o saugoma sąžininga konkurencija, t. y. draudžiami neigiamą poveikį sąžiningai konkurencijai darantys veiksmai (Mizaras, 2008, p. 75). Taip pat verta atkreipti dėmesį tai, kad prekių ženklo savininko teisės yra siauresnės apimties, kadangi prekių ženklo savininkas įgyja išimties teises tik į registruotą žymenį arba plačiai žinomą prekių ženklą. Tuo tarpu Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies

1 punktas nors ir neapibrėžia konkrečių žymenų rūšių, kurioms jis būtų taikomas, tačiau Lietuvos Aukščiausiojo teismo praktikoje yra išaiškinta, kad ūkio subjektą ar jo veiklą (parduodamas prekes ir (ar) teikiamas paslaugas) gali identifikuoti ne tik prekių ženklas, bet ir kiti įvairūs žymenys, pavyzdžiui, juridinio asmens pavadinimas, domenas ir kt. Tokie žymenys dažnai vadinami verslo identifikatoriais. Tai reiškia, kad į Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punkto taikymo sritį patenka tokie žymenys, kurie identifikuoja tam tikrą ūkio subjektą ar jo veiklą, t. y. išskiria ūkio subjektą ar jo veiklą iš kitų ūkio subjektų ar jų veiklos. Kitaip tariant, tam, kad būtų galima remtis apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos, visų pirma žymuo turi turėti skiriamąjį požymį (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2020 m. lapkričio 11 d. nutarties civilinėje byloje Nr. e3K-3-297-1075/2020). Verta pastebėti, kad galimybė apsaugoti žymenis pagal nesąžiningos konkurencijos teisę iš dalies priklauso nuo priežasčių, dėl kurių apsauga nesuteikiama žymenims pagal specialiuosius įstatymus. Pripažįstama, kad, jei žymenims, neatitinkantiems specialiųjų teisės aktų reikalavimams, būtų suteikta apsauga pagal nesąžiningos konkurencijos teisę, nebūtų užtikrinama suderinta apsaugos sistema (PINO, 1994, p. 31). Žymens skiriamąjo požymio įrodinėjimas Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punkto prasme iš esmės nesiskiria nuo prekių ženklų ar juos sudarančių elementų skiriamąjo požymio įrodinėjimo standartų pagal Prekių ženklų įstatymą (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2023 m. vasario 2 d. nutartis civilinėje byloje Nr. e3K-3-2-969/2023). Skiriamąjo požymio turėjimas gali būti analizuojamas remiantis bendraisiais prekių ženklų teisėje išvystytais principais (Lietuvos apeliacinio teismo 2019 m. kovo 12 d. nutartis civilinėje byloje Nr. e2A-91-823/2019). Taigi, galima teigti, kad pagal prekių ženklų teisę gali būti saugomi tik skiriamąjį požymį turintys registruoti žymenys ir žymenys, pripažinti plačiai žinomais, o pagal Konkurencijos įstatymą, nustatantį apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos, gali būti saugomas bet koks komercinis žymuo, turintis skiriamąjį požymį.

Taip pat galima pastebėti dar vieną esminį skirtumą tarp Prekių ženklų 14 straipsnio 2 dalies 1 ir 2 punktuose ir Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punkte nustatytų teisės nuostatų. Priešingai nei reglamentuojama Prekių ženklų įstatymo 14 straipsnio 2 dalies 1 ir 2 punktuose, Konkurencijos įstatyme yra nustatyta, kad draudžiamą naudoti žymenį, kuris tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto pavadinimą, registruotą prekių ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekių ženklą, ar kitą pirmumo teise naudojamą žymenį su skiriamuoju požymiu, tačiau nėra užsimenama apie žymeniu žymimų prekių ir (ar) paslaugų tapatumą ir (ar) panašumą, kas yra būtina sąlyga ginant prekių ženklų savininko teises pagal Prekių ženklų įstatymo 14 straipsnio 2 dalies 1 ir 2 punktus. Tiesa, Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalyje yra minima, kad draudžiama atlikti bet

kuriuos veiksmus, prieštaraujančius ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, kai tokie *veiksmai gali pakenkti ūkio subjekto galimybėms konkuruoti*¹⁸. Pagal Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 8 dalį konkurentais laikomi ūkio subjektai, kurie toje pačioje rinkoje susiduria arba gali susidurti su tarpusavio konkurencija, o prekės rinka yra visuma prekių, kurios, pirkėjų požiūriu, yra tinkamas pakaitalas viena kitai pagal jų savybes, naudojimą ir kainas (Konkurencijos įstatymo 3 straipsnio 19 dalis). Be to, atkreiptinas dėmesys, kad Lietuvos Aukščiausiojo Teismo praktikoje yra išaiškinta, kad norint asmens atliktus veiksmus pripažinti nesąžiningos konkurencijos veiksmais, būtina konstatuoti dvi esmines sąlygas: pirma, turi būti nustatytas konkurencijos santykis tarp verslo ar profesinė veikla užsiimančių subjektų; antra, būtina nustatyti, kad atitinkami konkurento veiksmai atliekami turint tikslą konkuruoti, ir būtent atliekant tokius veiksmus yra naudojamos kitų subjektų reputacija, produktų, žymenų imitavimu ar kitais nesąžiningais veiksmais (vartotojų klaidinimu ir pan.), sąmoningai siekiant tapti konkuruojančiu subjektu (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2018 m. gruodžio 12 d. nutartis civilinėje byloje Nr. e3K-3-472-313/2018, 2011 m. spalio 4 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-366/2011). Tačiau būtina pastebėti, kad Konkurencijos 15 straipsnyje, teismų praktikoje nėra kalbama apie konkurentus, bet kalbama apie konkurenciją, o (sąžininga) konkurencija, yra saugoma ne tik konkuruojančių ūkio subjektų, bet ir vartotojų bei visos visuomenės naudai, todėl nesąžiningos konkurencijos veiksmų nereikėtų susiaurinti iki nesąžiningų konkurentų veiksmų; nesąžininga konkurencija gali pasireikšti ir tarp subjektų, tarp kurių konkurencinio ryšio gali ir nebūti (Birštonas *et al*, 2010, p. 794). Taip pat būtina pabrėžti, kad apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos tikslas yra platesnis negu kartelių teisės: apsauga taikoma, nesvarbu, nesąžiningus veiksmus daro subjektas, veikiantis toje pačioje verslo srityje, ar ne (Mizaras, 2008, p. 77). Taigi, galima teigti, kad Konkurencijos 15 straipsnio 1 dalies 1 punktu galima remtis ir tuomet, kai kitas verslo subjektas naudoja klaidinančiai panašų (tapatų) žymenį žymėti ir netapačias ir (ar) nepanašias prekes, kuo gali remtis tiek neregistruoto žymens savininkas, tiek registruoto ir (ar) plačiai žinomo prekių ženklų savininkas, kas atitinkamai galėtų reikšti, kad Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punktas nustato platesnę apsaugą nei prekių ženklų įstatymas.

Nepaisant prekių ženklų teisės ir apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos reglamentuojančių teisės normų skirtumų, gali kilti klausimas dėl prekių ženklų teisės ir nesąžiningos konkurencijos teisės normų tarpusavio santykio. Praktikoje yra nemažai atvejų, kuomet prekių ženklo savininkas, gindamas savo teises, remiasi ne tik Prekių ženklų

¹⁸ Šis *de minimis* kriterijus skirtas apriboti apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos instituto taikymą mažareikšmių veikų atžvilgiu (Birštonas *et al*, 2010, p. 792).

įstatymo 14 straipsnio nuostatomis, bet ir Konkurencijos įstatymo 15 straipsnyje nustatytomis teisės normomis. Tai iliustruojantis pavyzdys galėtų būti Lietuvos Aukščiausioje Teisme nagrinėta byla, kuomet ieškovė, kurios vardu buvo registruotas grafinis prekių ženklas „GERIKATILAI.LT“ ir domenas „gerikatilai.lt“, ginčijo atsakovės registruotą domeną „geraskatilas.lt“ (Lietuvos Aukščiausiojo teismo 2023 m. vasario 2 d. nutartis civilinėje byloje Nr. e3K-3-2-969/2023), o teismai tuo pačiu atveju vertina galimą apsaugą tiek pagal prekių ženklų teisę, tiek pagal Konkurencijos įstatyme nustatytas normas, suteikiančias apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos. Pastebėtina, kad Lietuvos teismų praktikoje yra išaiškinta, kad Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostata draudžiami veiksmai savo turiniu panašūs į Prekių ženklų teisės įstatymo 14 straipsnio uždraustus veiksmus, t. y. naudojimą žymens, kuris tapatus įregistruotam ženklui tapačioms ar panašioms prekėms ir (ar) paslaugoms ar klaidinamai į jį panašus, kai dėl to yra galimybė suklaidinti visuomenę, įskaitant ir klaidinamą asocijavimą su įregistruotu ženklu. Žymenys, saugomi pagal prekių ženklų teisę, gali būti ginami ir prekių ženklų teisės, ir konkurencijos teisės pagrindu, o pagrindinis prekių ženklų savininko teisių apsaugos instrumentas yra prekių ženklų teisė, tačiau kartu praktikoje yra išaiškinta, jog tais atvejais, kai įregistruoto prekių ženklo savininko teisių gynyba galima tiek pagal prekių ženklų teisę, tiek pagal konkurencijos teisę, konkurencijos teisė yra išimtinė priemonė, taikoma subsidiariai, kai remiantis vien prekių ženklų teise ji pažeistoms teisėms ginti nėra pakankama. Konkurencijos teisė prekių ženklų savininko teisėms ginti gali būti taikoma tada, kai konkretaus atvejo prekių ženklų teisė neapima arba padarytas pažeidimas peržengia prekių ženklų teisės reguliavimo ribas (Lietuvos apeliacinio teismo 2016 m. birželio 10 d. nutartis civilinėje byloje Nr. e2A-414-823/2016). Teisės doktrinoje taip pat viena iš vyraujančių nuomonių yra ta, kad Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punkte nustatytu reguliavimu galima remtis ir tuomet, kai ženklas yra saugomas pagal prekių ženklų teisę, t. y. žymuo yra įregistruotas arba pripažintas plačiai žinomam. Doktrinoje pripažįstama, kad jei yra pažeidžiamos tokios registruotos teisės, tuomet geriau remtis tiesiogiai prekių ženklus reglamentuojančiomis teisės normomis, nes jos suteikia stipresnę ir patikimesnę apsaugą, nors nėra draudžiama kartu remtis ir apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos – iš tikrųjų tai yra daroma dažnai. (Birštonas, Liaukšminaitė, 2020, p. 311). Taip pat viena iš teisės doktrinoje vyraujančių pozicijų, yra pripažįstanti, kad apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos institutas yra autonomiškas, svarbu nustatyti reikiamas konkrečiu atveju taikymo sąlygas (Mizaras, 2008, p. 76).

Taigi, galima teigti, kad prekių ženklų teisės normos ir apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos nustatančios teisės normos savo turiniu yra panašios, tačiau atsižvelgiant į

tai, kad prekių ženklų teisė suteikia išimtinės teises prekių ženklo savininkui, o vadovaujantis apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos nustatančiomis taisyklėmis yra suteikiama drausti veiksmus, prieštaraujančius sąžiningos komercinės veiklos papročiams, galiame teigti, kad tai yra du savarankiški institutai, kurie gali būti taikomi atskirai, bet iš esmės nėra draudžiama juos taikyti ir kartu, jei yra nustatomos visos reikiamos jų taikymo sąlygos.

Vadovaujantis tuo kas išdėstyta aukščiau, gali kilti klausimas, kokiais atvejais gali būti aktualus Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punktas, kadangi Prekių ženklų įstatymo 14 straipsnio 2 dalyje yra nustatyta, kad prekių ženklų savininkas turi teisę drausti kitiems asmenims, neturintiems jo sutikimo, vykdant komercinę veiklą *naudoti bet koki žymenį prekėms ar paslaugoms žymėti*. Sutiktina su teisės mokslininkų nuomone, kad svarbiausią reikšmę nesąžiningos konkurencijos atvejis įgyja tuomet, kai verslininko naudojamas žymuo nėra įregistruotas kaip juridinio asmens pavadinimas ar prekių ženklas (bei nėra tapatus ar panašus į neregistruotą plačiai žinomą prekių ženklą). Tokiu atveju aptariamas apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos atvejis tampa pagrindiniu ir iš esmės vieninteliu kūrėjo interesų gynimo būdu. Tokiu atveju, nesąžiningam konkurentui panaudojus neregistruotą žymenį, prekių ženklų teisės normos nėra taikomos (Birštonas, Liaukšminaitė, 2020 p. 312). Šią poziciją galima papildomai pagrįsti ir tuo, kad pagal prekių ženklų teisę neregistruotam ir plačiai žinomam nepripažintam ženklui gali būti suteikiama apsauga tik vienu išimtiniu atveju – jeigu kitas ūkio subjektas padavė paraišką turėdamas nesąžiningų ketinimų, asmuo, naudojantis komercinėje veikloje ženklą pirmiau, gali ginčyti vėlesnio ženklo registraciją Prekių ženklų įstatymo 58 straipsnyje nustatyta tvarka (Prekių ženklų įstatymo 7 straipsnio 3 dalis), tačiau kaip minėta, jei asmuo, turintis nesąžiningų ketinimų, naudos ženklą komercinėje veikloje jo neįregistravus ir tai kels painiavą su ankstesniu žymeniu, turinčiu skiriamąjį požymį, apsauga galės bus taikoma tik pagal Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punkto nuostatas.

Taigi, ištyrus prekių ženklų teisės normas ir apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos teisės nustatančias teisės normas, galima teigti, kad žymens, turinčio skiriamąjį požymį, apsauga pagal prekių ženklų teisę yra siauresnio pobūdžio, kadangi pagal prekių ženklų teisę gali būti saugomas tik įregistruotas žymuo ir plačiai žinomas prekių ženklas, o pagal apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos, kuri skirta apsaugoti sąžiningą komercinę praktiką, gali būti ginamas bet koks komercinėje veikloje naudojamas žymuo, turintis skiriamąjį požymį, nepaisant to ar juo žymimos nesąžiningo konkuruojančio ūkio subjekto panašios ir (ar) tapačios prekės ir (ar) paslaugos. Be to, nors prekių ženklų teisė ir teisinė

apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos yra savarankiški institutai, nėra draudžiama praktikoje juos taikyti kartu tuo pačiu metu, jei nustatomos jų pritaikomumo sąlygos, tačiau reikia turėti omenyje, kad jei žymuo negalės būti saugomas pagal prekių ženklų teisės normas, nesąžiningu būdu komercinėje veikloje naudojamo žymuo, turintis skiriamąjį požymį, galės būti saugomas tik remiantis apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos nustatančiomis teisinėmis normomis.

3.2. Veiksmai, pažeidžiantys žymens, turinčio skiriamąjį požymį, savininko teises kitaip negu sukeliant painiavos galimybę

Pagal Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punkte sąžiningai komercinei veiklai prieštaraujančiais veiksmais laikomi ne tik veiksmai, kurie gali sukelti painiavą su šiuo ūkio subjektu ar jo veikla, bet ir veiksmai, kuriais siekiama:

- 1) nesąžiningai pasinaudoti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba
- 2) jeigu dėl to gali nukentėti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba
- 3) jeigu dėl to gali susilpnėti šio ūkio subjekto naudojamo ženklo ar žymens skiriamasis požymis.

Ši Konkurencijos įstatymo norma nustato panašias taisykles kaip ir Prekių ženklų įstatymo 14 straipsnio 2 dalies 3 punktas, pagal kurį prekių ženklo savininkas turi teisę uždrausti kitiems asmenims, neturintiems jo sutikimo, vykdant komercinę veiklą naudoti bet kokį žymenį prekėms ar paslaugoms žymėti, kai žymuo yra tapatus ženklui arba į jį panašus, nepaisant to, ar juo žymimos prekės ar paslaugos yra tapačios, panašios ar nepanašios į tas, kurioms ženklas buvo įregistruotas, jeigu pastarasis turi reputaciją Lietuvos Respublikoje ir jeigu:

- 1) dėl to žymens naudojimo be tinkamos priežasties nesąžiningai pasinaudojama ženklo pranašumais;
- 2) pažeidžiamas skiriamasis ženklo požymis; arba
- 3) pakenkiama ženklo reputacijai.

Taigi, Prekių ženklų įstatymo 14 straipsnio 2 dalies 3 punkte (ES prekių ženklo reglamento 9 straipsnio 2 dalies c punkte, Direktyvos dėl prekių ženklų 10 straipsnio 2 dalies c punkte) yra įtvirtina reputaciją turinčio prekių ženklo apsauga. (Apie reputaciją turinčio prekių ženklų ypatumus žr. šio magistro darbo 2.3. dalyje).

Pastebėtina, jog nesąžiningas pasinaudojimas ankstesnio prekių ženklo skiriamuoju požymiu arba geru vardu turi būti suprantamas kaip apimantis atvejus, kai akivaizdžiai eksploatuojamas arba piktybiškai naudojamas garsus prekių ženklas arba kai bandoma pasinaudoti jo reputacija; kitaip tariant, tai yra galimybė, kad gerą vardą turinčio prekių ženklo reputacija arba juo perteikiamos savybės bus perkeltos prašomu įregistruoti prekių ženklu žymimoms prekėms, todėl prekyba jomis palengvės dėl susiejimo su gerą vardą turinčiu ankstesniu prekių ženklu. Ženklo žinomumas, išskirtinumas, geras vardas bei reputacija ir pan. pritraukia ne tik tuo prekių ženklu žymimų prekių vartotojus. Kartu tai traukia ir kitus ūkio subjektus – tiek tiesioginius konkurentus, tiek ir *nesančius konkurentais*, kurie, siekdami tam tikru firmos vardu (juridinio asmens pavadinimu) identifikuoti save kaip ūkio subjektą ar prekių ženklu identifikuoti savo gaminamas prekes ir (arba) teikiamas paslaugas, tam panaudoja kitam asmeniui priklausančią plačiai žinomą prekių 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 reputacija, t. y. neteisėtai pasinaudojama kito pasiekimais (vadinamoji „*free riding*“ teorija) (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2020 m. lapkričio 11 d. nutartis civilinėje byloje Nr. e3K-3-297-1075/2020).

Pakenkimas prekių ženklo reputacijai (angl. *detriment to repute*), kuris dar gali būti vadinamas prekių ženklo juodinimu (angl. *dilution by tarnishing* arba *tarnishing*), yra tokie atvejai, kai be tinkamos priežasties naudojant ginčijamą ženklą gali nuvertėti visuomenėje gerą vardą (reputaciją) įgijusio ženklo įvaizdis arba prestižas. Pavyzdžiui, pakenkimas reputacijai gali įvykti tuomet, kai prekių ženklas yra atkuriamas žeminančiame arba nepadoriame kontekste arba kontekste, kuris pats nėra malonus, bet yra nesuderinamas su konkrečiu ankstesnio ženklo įvaizdžiu, kurį šis yra įgijęs visuomenės akyse dėl jo savininko reklaminių priemonių (ESINT, 2024, p. 1297). Tokio kenkimo galimybė gali atsirasti dėl to, kad trečiojo asmens siūlomos prekės ar paslaugos pasižymi charakteristikomis ar kokybe, galinčiomis daryti neigiamą poveikį prekių ženklo įvaizdžiui (Europos Sąjungos teisingumo teismo 2009 m. birželio 18 d. sprendimas byloje Nr. C-487/07). Taip pat įdomu pastebėti, kad vien tai, kad vartotojas nustato ryšį tarp ženklų, nėra nei pakankamas, nei lemiamas veiksnys, nes be kita ko, žymenys arba vėlesniu ženklu žymimos prekės ir (arba) paslaugos taip pat turi provokuoti neigiamą arba žalingą poveikį, kai yra siejamos su gerą vardą (reputaciją) turinčiu ženklu (ESINT, 2024, p. 1297). Pavyzdžiui, kenkimas reputacijai buvo patvirtintas, kai buvo paduota paraiška registruoti prekių ženklą „*KAPPA*“ žymėti tabako prekes, kas kenkė reputaciją turinčiam prekių ženkliui „*KAPPA*“,

registruotam sportiniams drabužiams ir avalynei žymėti (ESINT 2012 m. kovo 12 d. sprendimas byloje R 297/2011-5).

Taigi, nors Prekių ženklų įstatymo 14 straipsnio 2 dalies 3 punkto ir Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punkto normų sudėtys yra panašios tais atvejais, kai draudžiami veiksmai, kuriais siekiama *pasinaudoti žymens reputacija* ir (ar) dėl kurių gali *nukentėti žymens reputacija*, būtina atkreipti dėmesį į tai, kad skiriasi šių normų sudėtys tais atvejais, kuomet veiksmas daroma žala žymens skiriamajam požymiui. Prekių ženklų įstatyme yra nustatyta, kad ženklo savininkas turi teisę uždrausti kitiems asmenims naudoti bet koki žymenį prekėms ar paslaugoms žymėti, kai žymuo yra tapatus ženklui arba į jį panašus, nepaisant to, ar juo žymimos prekės ar paslaugos yra tapačios, panašios ar nepanašios į jas, kurioms ženklas įregistruotas, jeigu *pastarasis turi reputaciją Lietuvos Respublikoje* ir jeigu dėl tokio žymens naudojimo *pažeidžiamas skiriamasis ženklo požymis* (Prekių ženklų įstatymo 14 straipsnio 2 dalis 3 punktas). Tuo tarpu Konkurencijos įstatymas nustato, kad sąžiningai komercinei veiklai prieštaraujančiais veiksmais laikomi veiksmai, jeigu dėl to *gali susilpnėti šio ūkio subjekto naudojamo ženklo ar žymens skiriamasis požymis*, taigi, priešingai nei Prekių ženklų įstatyme, neužsimenama, kad draudžiamais veiksmais laikomas *reputaciją turinčio žymens skiriamojo požymio pažeidimas*, dėl to pastebimas tam tikras teisinis neaiškumas (Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalies 1 punktas).

Pakenkimas skiriamajam požymiui (angl. *detriment to distinctiveness*) arba skiriamojo požymio blukinimas (angl. *dilution*), kaip jis suprantamas pagal prekių ženklų teisę, atsiranda nuo to momento, kai susilpnėja šio prekių ženklo galėjimas identifikuoti prekes ar paslaugas, kurioms jis registruotas ir naudojamas kaip pagamintoms ar suteiktoms minėto prekių ženklo savininko, nes vėlesnio prekių ženklo naudojimas lemia ankstesnio prekių ženklo tapatybės ir jo poveikio visuomenės sąmonei išsklaidymą. Taip yra būtent tada, kai ankstesnis prekių ženklas, iš karto sukeldavęs asociacijas su prekėmis ar paslaugomis, kurioms jis registruotas, nebegali to padaryti (Europos Sąjungos Teisingumo teismo 2008 m. lapkričio 27 d. sprendimas byloje C-252/07). Šioje byloje teismas taip pat konstatavo, kad įrodymas, jog dėl vėlesnio prekių ženklo naudojimo kenkiama arba būtų pakenkta ankstesnio prekių ženklo skiriamajam požymiui, reiškia, jog turi būti įrodytas prekių ar paslaugų, kurioms ankstesnis prekių ženklas registruotas, paprastų vartotojų ekonominio elgesio pasikeitimas dėl vėlesnio prekių ženklo naudojimo arba rimta galimybė, kad toks pasikeitimas įvyks ateityje, tačiau vertinant, ar dėl vėlesnio prekių ženklo naudojimo kenkiama arba būtų pakenkta ankstesnio prekių ženklo skiriamajam

požymiui, nesvarbu tai, ar ankstesnio prekių ženklo skiriamasis požymis yra realiai komerciškai naudingas vėlesnio prekių ženklo savininkui. Taip pat Europos Sąjungos Teisingumo teismas yra išplėtojęs „paprastų vartotojų ekonominio elgesio pokyčio“ koncepciją. Jis nurodė, kad tai yra autonominė objektyvi sąlyga, kurios negalima išvesti tik iš objektyvių elementų, susijusių, pavyzdžiui, su tuo, kaip vartotojai suvokia gerą vardą (reputaciją) turinčio ženklo įvaizdžio ir tapatybės sklaidą (Europos Sąjungos Teisingumo teismo 2013 m. lapkričio 14 d. sprendimas byloje C-383/12 P).

Atsižvelgiant į tai galima teigti, kad skiriamojo požymio silpninimas turėtų būti suprantamas kaip tam tikro reputaciją turinčio ženklo naudojimas kitame kontekste negu įprasta, pavyzdžiui, reputaciją vartotojų tarpe turinčiu prekių ženklu žymint netapačias ir nepanašias prekes. Atsižvelgiant į tai, kad skiriamojo požymio silpninimas yra tam tikras prekių ženklo reputacijos „išsklaidymas“, gali būti teigiama, kad reputacijos neturinčiam žymeniui apskritai Konkurencijos įstatymo 15 straipsnio 1 dalyje 1 punkte įtvirtinta norma negalėtų būti taikoma, kadangi vien tai, jog žymuo turi skiriamąjį požymį nereiškia, kad jis turi tam tikrą gerą vardą dėl kurio vartotojai yra linkę rinktis būtent juo žymimas prekes ir (ar) paslaugas, ir kurio reputacija atitinkamai nukentės, jei kitas ūkio subjektas pradės nesąžiningai naudoti reputaciją turintį prekių ženklą kitos rūšies prekėms ir (ar) paslaugoms žymėti. Dėl to Konkurencijos 15 straipsnio 1 dalies 1 punktas draudžiantis veiksmus dėl kurių galėtų būti silpninamas žymens skiriamasis požymis, galėtų būti taikomas tik siekiant apsaugoti reputaciją turinčius žymenis.

Taigi, išanalizavus prekių ženklų teisės normų ir apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos nustatančias teises normas, nustatančias reputaciją turinčių žymenų apsaugą, galima konstatuoti, kad reputaciją turintys ženklai gali būti saugomi tiek pagal prekių ženklų teisę, tiek pagal apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos reglamentuojančias teises normas, tačiau vis dėl to, reikėtų turėti omenyje tai, kad kaip buvo analizuota šiame darbe, prekių ženklų teisė įtvirtina apsaugą tik registruotiems ir (ar) plačiai pripažintiems prekių ženklu, t. y. pagal prekių ženklų teisę reputaciją turintis ženklas galės būti ginamas tik tuomet, jei jis yra įregistruotas ir (ar) pripažintas plačiai žinomam, o jei reputaciją turintis ženklas yra neįregistruotas ir nepripažintas plačiai žinomam – apsauga gali būti suteikiama pagal apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos reglamentuojančias teises normas.

IŠVADOS

1. Žymens skiriamojo požymio samprata gali būti suprantama kaip komercinėje veikloje naudojamo žymens galėjimas atlikti skiriamąją funkciją, t. y. identifikuoti konkrečios įmonės prekes ir (ar) paslaugas, ir atskirti tas prekes ir (ar) paslaugas nuo kitų įmonių prekių ir (ar) paslaugų. Skiriamąją funkciją galės atlikti tik stiprų skiriamąjį požymį turintys žymenys, pavyzdžiui, išgalvoti, pasirenkamieji, sugestyvūs žymenys, kurie neturi tiesioginės prasminės sąsajos su jais žymomis prekėmis ir (ar) paslaugomis, tuo tarpu aprašomieji žymenys yra laikomi turinčiais silpną skiriamąjį požymį, o bendriniai žymenys skiriamojo požymio neturi.
2. Skiriamasis požymis yra reikšmingiausias kriterijus vertinant ar žymuo įgys teisinę apsaugą pagal prekių ženklų teisę, kadangi vienas iš pagrindinių absoliučių atsisakymo registruoti ženklą pagrindų, nustatytų Reglamente dėl ES prekių ženklo, Prekių ženklų direktyvoje, Prekių ženklų įstatyme, yra skiriamojo požymio nebuvimas. Neturintis skiriamojo požymio žymuo negalės būti įregistruotas, dėl to teisiškai apsaugotas nebus ir asmuo į jį neįgis išimtinių teisių. Be to, skiriamojo požymio neturintys žymenys negalės būti pripažinti plačiai žinomais prekių ženklais teismo tvarka. Įregistravus silpną skiriamąjį požymį turintį ženklą didėja tikimybė, kad tokio ženklo registracija bus ginčijama kitų prekių ženklų savininkų, tačiau silpną skiriamąjį požymį turinčio žymens savininkas gali bandyti įrodyti, jog žymuo įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo.
3. Prekių ženklų teisė ir apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos yra du autonomiški teisės institutai, kurie gali būti taikomi tiek atskirai, tiek kartu, jei nustatomos visos jų taikymo sąlygos, tačiau teisinė apsauga, suteikiama pagal teisės normas, reglamentuojančias apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos, yra platesnė nei apsauga pagal prekių ženklų teises normas, kadangi žymuo, turintis skiriamąjį požymį, gali būti saugomas pagal apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos reglamentuojančias teisės normas ir neįregistruotas, bei nepripažinus jo plačiai žinomumui teismo tvarka, o pagal prekių ženklų teisę saugomi tik registruoti žymenys bei plačiai žinomais pripažinti žymenys. Teisinė apsauga pagal teisės normas, nustatančias apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos, yra platesnė ir tuo aspektu, jog ji gali būti taikoma ir tais atvejais, kuomet žymeniu, turinčiu skiriamąjį požymį, yra žymimos nesąžiningų ketinimų turinčio konkuruojančio ūkio subjekto gaminamos ir (ar) teikiamos netapačios bei nepanašios prekės ir (ar) paslaugos.

ŠALTINIŲ SĄRAŠAS

Teisės norminiai aktai

- 1) Madrido sutarties dėl tarptautinės ženklų registracijos protokolai (1989). *Valstybės žinios*, 1997, Nr. 50-1193.
- 2) Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo (1994). *Valstybės žinios*, 1994, 75-1796.
- 3) Sutartis dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba (1994).
- 4) 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo. *OL L 154*, p. 1.
- 5) 2015 m. gruodžio 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2015/2436, valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti. *OL L 336*, p. 1.
- 6) 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir iš dalies keičianti Tarybos direktyvą 84/450/EEB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvas 97/7/EB, 98/27/EB bei 2002/65/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2006/2004. *OL L 149*, p. 22.
- 7) Lietuvos Respublikos Civilinis kodeksas (2000). *Valstybės žinios*, 2000, Nr. 74-2262.
- 8) Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymas (1999). *Valstybės žinios*, 1999, Nr. 30-856.
- 9) Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymas (2000). *Valstybės žinios*, 2000, Nr. 92-2844.

Specialioji literatūra

- 10) Adarsh, S. (2024). *Automating Abercrombie: Machine-learning trademark distinctiveness* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5024139 [žiūrėta 2025 m. kovo 2 d.].
- 11) Birštonas, R. et al. (2010). *Intelektinės nuosavybės teisė*. Vadovėlis. Vilnius: Registrų centras.
- 12) Birštonas, R. ir Liauksminaitė, J. (2020). *Intelektinės nuosavybės apsauga kūrybinėse industrijose*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.

- 13) Bomhard V. and Geier A. *Unregistered trademarks in EU Trademark Law* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: [UNREGISTERED TRADEMARKS IN EU TRADEMARK LAW \(1\).pdf](#) [žiūrėta 2025 m. kovo 2 d.].
- 14) Jakutavičius, M. (2008). Nesąžiningos konkurencijos teisė: koncepcijų ir doktrinos įvairovė užsienio valstybėse. *Teisė*, p. 44-58 [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <https://www.zurnalai.vu.lt/teise/article/view/386/327> [žiūrėta 2025 m. kovo 2 d.].
- 15) Jakutavičius, M. (2008). Tarptautinis nesąžiningos konkurencijos teisės vienodinimas. *Teisė*, p. 76-90 [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <https://etalpykla.lituanistika.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2008~1367164047277/datastreams/DS.002.0.01.ARTIC/content> [žiūrėta 2025 m. kovo 2 d.].
- 16) Klimkevičiūtė, D. (2005). Plačiai žinomo prekių ženklo samprata ir prekių ženklo pripažinimo plačiai žinomumui kriterijai (kai kurie teoriniai ir praktiniai aspektai). *Jurisprudencija*, t. 71(63); p. 34-48 [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <https://ojs.mruni.eu/ojs/jurisprudence/article/view/3022> [žiūrėta 2025 m. kovo 2 d.].
- 17) Kur, A., & Dreier, T. (2013). *European intellectual property law : text, cases and materials*, Edward Elgar Publishing.
- 18) Mikelėnas, V., Vileita, A., Taminskas, A., & Baranskaitė, A. (2001). *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras. Pirmoji [1] knyga, Bendrosios nuostatos*, Vilnius: Justitia.
- 19) Mizaras, V. (2008). *Autorių teisė : monografija*. Vilnius: Justitia.
- 20) Mizaras, V. (2011). [interaktyvus]. Prieiga per internetą: https://web.vu.lt/tf/v.mizaras/dokumentai/INT_Pagrindai.pdf [žiūrėta 2025 m. balandžio 5 d.].
- 21) Mizaras, V. (2016). *Prekių ženklų teisė (tezės)* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: https://web.vu.lt/tf/v.mizaras/wp-content/uploads/2016/04/Prekiu-zenklai_tezes.pdf [žiūrėta 2025 m. kovo 1 d.].
- 22) Phillips, Jeremy. (2003). *Trade Mark law. A practical anatomy*. New York: Oxford University Press, 2003.
- 23) Rogers, E. S. (1910). *Some Historical Matter concerning Trade-Marks* [interaktyvus], The Michigan Law Review Association. Prieiga per internetą: [Some Historical Matter concerning Trade-Marks.pdf](#) [žiūrėta 2025 m. kovo 2 d.].
- 24) Schechter, F. I. (1927). *The Rational Basis of Trademark Protection* [interaktyvus], The Harvard Law Review Association. Prieiga per internetą: [Schechter-RationalBasisTrademark-1927.pdf](#) [žiūrėta 2025 m. kovo 2 d.].

- 25) Senftleben, M. (2024). *Protection against unfair competition in the European Union: from divergent national approaches to harmonized rules on search result rankings, influencers and greenwashing* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <https://academic.oup.com/jiplp/article/19/2/149/7571329>.
- 26) Truskaitė, J. (2010). *Komercinių žymenų teisinės apsaugos problemos*. Daktaro disertacija, Socialiniai mokslai, teisė (01S), Vilniaus universitetas. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- 27) Vileita, A., Mizaras, V., & Vilniaus universitetas, leidžiantysis kolektyvas. (2009). *Civilinė teisė : bendroji dalis*. Vadovėlis. Vilnius: Justitia.
- 28) Whish, R., & Bailey, D. (2021). *Competition law*. Oxford University Press.
- 29) Želvys, A. (2011). *Teisių į preių ženklus licencijavimo probleminiai aspektai*. Daktaro disertacija, Socialiniai mokslai, teisė (01S), Vilniaus universitetas. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.

Teismų praktika

- 30) *Hoffmann-La Roche & Co. AG* [ETT], Nr. C-102/77 [1978-05-23]. ECLI:EU:C:1978:108.
- 31) *SABEL BV* [ETT], Nr. C-251/95 [1997-11-11]. ECLI:EU:C:1997:528.
- 32) *Canon Kabushiki Kaisha* [ETT], Nr. C-39/97 [1998-09-29]. ECLI:EU:C:1998:442.
- 33) *Windsurfing Chiemsee*. [ETT], Nr. C-108/97 ir C-109/97 [1999-05-04]. ECLI:EU:C:1999:230.
- 34) *Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH*. [ETT], Nr. C-342/97 [1999-06-22]. ECLI:EU:C:1999:323.
- 35) *General Motors Corporation*. [ETT], Nr. C-375/97 [1999-09-14]. ECLI:EU:C:1999:408.
- 36) *Taurus-Film GmbH & Co.* [EBT], Nr. T-135/99 [2001-01-31]. ECLI:EU:T:2001:30.
- 37) *Koninklijke Philips Electronics NV*. [ETT], Nr. C-299/99 [2002-06-18]. ECLI:EU:C:2002:377.
- 38) *Linde AG, Winward Industries Inc., Rado Uhren AG* [ETT], Nr. C-53/01- C-55/01 [2003-04-08]. ECLI:EU:C:2003:206.
- 39) *Henkel KGaA*. [ETT], Nr. C-218/01 [2004-02-12]. ECLI:EU:C:2004:88.
- 40) *Procter & Gamble* [ETT], Nr. C-468/01 P–C-472/01 P [2004-04-29]. ECLI:EU:C:2004:259.
- 41) *Telepharmacy Solutions Inc.* [ETT], Nr. T-289/02 [2004-07-08]. ECLI:EU:T:2004:227.

- 42) *Erpo Möbelwerk GmbH* [ETT], Nr. C-64/02 P [2004-10-21]. ECLI:EU:C:2004:645.
- 43) *BioID AG, en liquidation* [ETT], Nr. C-37/03 P [2005-09-15]. ECLI:EU:C:2005:547.
- 44) *Deutsche SiSi-Werke GmbH & Co. Betriebs KG* [ETT], Nr. C-173/04 P [2006-01-12]. ECLI:EU:C:2006:20.
- 45) *Emanuel*. [ETT], Nr. C-259/04 [2006-03-30]. ECLI:EU:C:2006:215.
- 46) *Levi Strauss & Co.* [ETT], Nr. C-145/05 [2006-04-27]. ECLI:EU:C:2006:264.
- 47) *Storck*. [ETT], Nr. C-25/05 P [2006-06-22]. ECLI:EU:C:2006:422.
- 48) *IVG Immobilien AG* [EBT], Nr. T-441/05 [2007-06-13]. ECLI:EU:T:2007:178.
- 49) *Glaverbel SA* [ETT], Nr. T-141/06 [2007-09-12]. ECLI:EU:T:2007:273.
- 50) *Intel Corporation Inc* [ETT], Nr. C-252/07 [2008-11-27]. ECLI:EU:C:2008:655.
- 51) *L'Oréal ir kt.* [ETT], Nr. C-487/07 [2009-06-18]. ECLI:EU:C:2009:378.
- 52) *Google France SARL, Google Inc.*[ETT], Nr. C-236/08 – C-238/08 [2010-03-23]. ECLI:EU:C:2010:159.
- 53) *Interflora Inc., Interflora British Unit* [ETT], Nr. C-323/09 [2011-09-22], ECLI:EU:C:2011:604.
- 54) *Formula One Licensing*. [ETT], Nr. C 196/11 P [2012-05-24]. ECLI:EU:C:2012:314.
- 55) *Smart Technologies ULC*. [ETT], Nr. C-311/11 P [2012-07-12]. ECLI:EU:C:2012:460.
- 56) *Environmental Manufacturing* [ETT], Nr. C-383/12 P [2013-11-14]. ECLI:EU:C:2013:741.
- 57) *Oberster Patent- und Markensenat* [ETT], Nr. C-409/12 [2014-03-06]. ECLI:EU:C:2014:130.
- 58) Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2002 m. spalio 23 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-1222/2002.
- 59) Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2009 m. birželio 22 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-272/2009.
- 60) Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2011 m. gegužės 13 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-255/2011.
- 61) Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2011 m. spalio 4 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-366/2011.
- 62) Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2012 m. lapkričio 2 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-446/2012.

- 63) Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2012 m. lapkričio 8 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-485/2012.
- 64) Lietuvos apeliacinio teismo 2016 m. birželio 10 d. nutartis civilinėje byloje Nr. e2A-414-823/2016.
- 65) Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2018 m. gruodžio 12 d. nutartis civilinėje byloje Nr. e3K-3-472-313/2018.
- 66) Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2020 m. lapkričio 11 d. nutartis civilinėje byloje Nr. e3K-3-297-1075/2020.
- 67) Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2023 m. vasario 2 d. nutarties civilinėje byloje Nr. e3K-3-2-969/2023.
- 68) Lietuvos apeliacinio teismo 2023 m. balandžio 13 d. nutartis civilinėje byloje e2A-282-330/2023.

Kiti šaltiniai

- 69) OHIM 2007 m. sausio 30 d. sprendimas byloje Nr. 000001020.
- 70) ESINT 2012 m. kovo 12 d. sprendimas byloje R 297/2011-5.
- 71) Valstybinio patentų biuro apeliacinio skyriaus 2020 m. balandžio 3 d. sprendimas byloje Nr. 2Ap-206.
- 72) Valstybinio patentų biuro apeliacinio skyriaus 2020 m. birželio 23 d. sprendimas byloje Nr. 2Ap-2088.
- 73) Valstybinio patentų biuro apeliacinio skyriaus 2021 m. balandžio 9 d. Nr. 2Ap-2144.
- 74) WIPO (1994). *Protection against unfair competition: analysis of the present world situation*. [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <https://digitallibrary.un.org/record/194808>. [žiūrėta 2025 m. kovo 2 d.].
- 75) WIPO (1996). *Model Provisions on Protection Against Unfair Competition*. [interaktyvus]. Prieiga per internetą: https://tind.wipo.int/record/28768?v=pdfub_832.pdf. [žiūrėta 2025 m. kovo 2 d.].
- 76) WIPO (2000). *Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: [wipo recommendations well-known marks.pdf](#) [žiūrėta 2025 m. kovo 2 d.].
- 77) WIPO (2017). *Making a Mark. An introduction to Trademarks for Small and Medium-sized Enterprises* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: [wipo-pub-900-1-en-making-a-mark-an-introduction-to-trademarks-for-small-and-medium-sized-enterprises.pdf](#) [žiūrėta 2025 m. kovo 2 d.].

- 78) euipo.eu. Prekių ženklų nagrinėjimo gairės. [interaktyvus] Prieiga per internetą: <https://guidelines.euipo.europa.eu/binary/2214311/2000000000> [žiūrėta 2025 m. kovo 1 d.].
- 79) EUIPO. (2019). EUIPO Trade Mark Focus 2010 to 2019 Evolution. [interaktyvus]. Prieiga per internetą: https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/news/EUIPO_TM_Focus_Report_2010-2019_Evolution_en.pdf.
- 80) Wipo.int. *WIPOD – International Trademark System Talks: Transcript of Episode 1. A History of Trademarks: From the Ancient World to the 19th Century*. [interaktyvus] Prieiga per internetą: [A History of Trademarks: from the Ancient World to the 19th Century](#) [žiūrėta 2025 m. kovo 2 d.].
- 81) vpb.lrv.lt. *Statistiniai grafikai*. [interaktyvus] (modifikuota 2025-03-06) . Prieiga per internetą: <https://vpb.lrv.lt/lt/apie-valstybini-patentu-biura-1/statistika-ir-sociologiniai-tyrimai/statistiniai-grafikai/> [žiūrėta 2025 m. kovo 20 d.].
- 82) vpb.lrv.lt. *Ką žinote apie plačiai žinomus prekių ženklus?* [interaktyvus] (modifikuota 2024-07-31). Prieiga per internetą: <https://vpb.lrv.lt/lt/naujienos/ka-zinote-apie-placiai-zinomas-prekiu-zenklus-1/> [žiūrėta 2025 m. balandžio 1 d.].
- 83) ekalba.lt Bendrinės lietuvių kalbos žodynas. [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <https://ekalba.lt/bendrines-lietuviu-kalbos-zodynas/%C5%BEymuo?paieska=%C5%BEymuo&i=a1bf9bb1-7241-45d6-8296-830246f5fdbe&getSurroundingRecords=true> [žiūrėta 2025 m. balandžio 6 d.]

SANTRAUKA

Žymens, turinčio skiriamąjį požymį, teisinė apsauga

Emilija Urbanovič

Šiame magistro darbe buvo siekiama nustatyti žymens, turinčio skiriamąjį požymį, teisinės apsaugos galimybes pagal prekių ženklų teisės normas ir apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos įtvirtinančias teisės normas, tyrimo metu skiriant didžiausią dėmesį žymens skiriamąjo požymio reikšmei siekiant žymens teisinės apsaugos. Darbe žymens skiriamąjo požymio samprata yra apibrėžiama kaip žymens galėjimas nurodyti juo žymimu prekių ir (ar) paslaugų komercinį šaltinį. Taip pat tyrimo metu analizuojamos žymenų rūšys, klasifikuojamos pagal skiriamąjo požymio intensyvumą, ko pasėkoje nustatyta, kad išgalvoti, pasirenkamieji ir sugestyvūs žymenys yra laikomi stipriais žymenimis, aprašomieji žymenys pripažįstami silpną skiriamąjį požymį turinčiais žymenimis, o bendriniai žymenys skiriamąjo požymio neturi. Magistro darbe nagrinėjant žymenų apsaugą pagal prekių ženklų teisę buvo nustatyta, kad skiriamąjo požymio neturintys žymenys negalės būti registruojami, kadangi vienas iš absoliučių atsisakyti registruoti žymenį pagrindų, nustatytų Paryžiaus konvencijoje, ES prekių ženklo reglamente, Prekių ženklų direktyvoje, Prekių ženklų įstatyme, yra skiriamąjo požymio neturėjimas. Nustatyta, kad skiriamąjo požymio neturintys žymenys taip pat negalės būti pripažįstami plačiai žinomais žymenimis, dėl ko apsauga pagal prekių ženklų teisę tokiems žymenims nebus suteikiama. Tyrimo metu įvertinus tai, kad žymens registracija gali būti pripažinta negaliojančia remiantis absoliučiais ir santykiniais pagrindais, buvo analizuojamos žymens skiriamąjo požymio įgijimo dėl naudojimo sąlygos. Tyrimo metu analizuojant komercinėje veikloje naudojamo žymens galimybes pagal apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos teisę nustatančias teises normas, įtvirtintas Paryžiaus konvencijoje, Konkurencijos įstatyme, nustatyta, kad apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos yra platesnė, kadangi ji gali būti taikoma siekiant apsaugoti bet kokią komercinėje veikloje naudojamą identifikacinį žymenį, turintį skiriamąjį požymį, be to Konkurencijos įstatyme, priešingai nei prekių ženklų teisės normose, nėra nustatyta, kad galima drausti naudoti panašų žymenį tik tapačioms ir (ar) panašioms prekėms žymėti. Magistro darbe nagrinėjant Lietuvos teismų praktiką, teisės doktrinoje vyraujančias mokslininkų pozicijas, buvo išsiaiškinta, kad prekių ženklų teisė ir nesąžiningos konkurencijos teisė yra autonomiški institutai, kuriuos nėra draudžiama taikyti kartu.

SUMMARY

Legal protection of a sign with a distinctive character

Emilija Urbanovič

The aim of this Master's thesis was to determine the possibilities of legal protection of a sign with a distinctive character under the provisions of trademark law and the provisions of the law on protection against unfair competition, focusing on the importance of the distinctive character of the sign for the purpose of legal protection of the mark. The work defines the concept of distinctive character of a sign as the ability of a sign to indicate the commercial source of the goods and/or services it designates. The study also analysed the types of signs classified according to the intensity of distinctiveness, which resulted in the identification of fanciful, arbitrary and suggestive signs as strong signs, descriptive signs as weakly distinctive and generic signs as lacking distinctiveness. In the Master's thesis on the protection of signs under trade mark law, it was found that signs that are not distinctive will not be registrable, as one of the absolute grounds for refusal of registration of a sign, as set out in the Paris Convention, the EU Trademark Regulation, the Trade Marks Directive, the Law on Trade Marks, is the absence of distinctiveness. The study also found that signs that lack distinctiveness will also not be recognised as well-known signs, and therefore will not be granted protection under trade mark law. The study analysed the conditions for acquiring the distinctive character of a sign through use, taking into account the fact that the registration of a sign may be invalidated on absolute and relative grounds. The study analysed the possibilities of a sign used in commerce in accordance with the legal rules on protection against unfair competition laid down in the Paris Convention and the Law on Competition, and found that the protection against unfair competition is more extensive, since it can be applied to protect any identifying sign used in the course of commercial activity which has a distinctive character, and the Law on Competition, unlike trademark law, does not provide that the use of a similar sign may be prohibited only to designate identical and/or similar goods. In the course of the Master's thesis, the analysis of the Lithuanian case law and the positions of scientists prevailing in the legal doctrine revealed that trade mark law and unfair competition law are autonomous institutes, which are not prohibited from being applied together.