

**Vilniaus universiteto Teisės fakulteto
Privatinės teisės katedra**

Kristupo Spirgio,
V kurso, komercinės teisės
studijų šakos studento

Magistro darbas

**Ankstesnės neregistruotos teisės kaip prekių ženklo pripažinimo negaliojančiu
pagrindas**

Vadovas: prof. dr. (HP) Vytautas Mizaras
Recenzentas: lekt. dr. Mantas Rimkevičius

Vilnius

2016

TURINYS

IŽANGA.....	2
1. PREKIŲ ŽENKLO IR NEREGISTRUOTOS ANKSTESNĖS TEISĖS SAMPRATA.....	6
1.1. Prekių ženklo sąvoka.....	6
1.1.1. Ankstesnės neregistruotos teisės sąvoka.....	8
2. PREKIŲ ŽENKLO REGISTRACIJOS PRIPAŽINIMAS NEGALIOJANČIA DĖL KONKREČIŲ ANKSTESNIŲ NEREGISTRUOTŲ TEISIŲ.....	11
3. NEIREGISTRUOTAS PREKIŲ ŽENKLAS.....	14
3.1. ES prekių ženklo registracijos negaliojimas dėl ankstesnio neregistruoto žymens .	15
3.2. Nesąžiningi pareiškėjo ketinimai	17
3.2.1. Praktika dėl nesąžiningų ketinimų	21
4. ASMENS VARDAS, PAVARDĖ IR PSEUDONIMAS	27
4.1. Asmens teisė naudoti savo vardą komercinėje veikloje.....	30
5. TEISĖ Į ATVAIZDĄ.....	31
5.1. Asmens sutikimas dėl jo atvaizdo panaudojimo kaip prekių ženklo	34
6. NEREGISTRUOTAS JURIDINIO ASMENS PAVADINIMAS.....	37
6.1. Konfliktai tarp neregistruoto juridinio asmens pavadinimo ir prekių ženklo	37
6.2. Neregistruoto juridinio asmens pavadinimo apsauga.....	41
7. GEOGRAFINĖ NUORODA	43
7.1. Neregistruotos geografinės nuorodos ir prekių ženklo konfliktas	45
7.2. Prekių sąsaja su geografine nuoroda	48
7.3. Neregistruotos geografinės nuorodos apsauga.....	50
7.4. Geografinė nuoroda kaip prekių ženklo registracijos negaliojimo pagrindas.....	51
8. PRAMONINIS DIZAINAS AR KITAS PRAMONINĖS NUOSAVYBĖS OBJEKTAS	53
8.1. Neregistruoto Bendrijos dizaino apsauga.....	55
9. AUTORIŲ IR KITOS INTELEKTINĖS NUOSAVYBĖS TEISĖS.....	56
9.1. Prekių ženklo negaliojimas dėl ankstesnių autorių teisių.....	57
IŠVADOS.....	60
ŠALTINIŲ SĄRAŠAS	61
SANTRAUKA	72
SUMMARY	73

IŽANGA

Nagrinėjamos temos aktualumas. Prekių ženklų registravimo populiarumas yra itin sparčiai augantis – per paskutinius dešimt metų kasmetinis registracijų skaičius beveik padvigubėjo pasauliniu lygmeniu¹. Kruopščiai atrinktas ir puoselėtas prekių ženklas yra didelę vertę turintis, konkuravimo ir verslo įrankis. Vartotojai vertina žinomus prekių ženklus ir yra pasiruošę mokėti daugiau už jais pažymėtas prekes, todėl vien gerą reputaciją turinčio prekių ženklo turėjimas suteikia bendrovei konkurencinį pranašumą². Tačiau svarbu, jog bendrovės siekiamos efektyviai konkuruoti, didinti pardavimus, nepažeistų kitų asmenų teisių. Todėl šios temos aktualumas pasireiškia būtent per atskirų trečiųjų asmenų teisių apsaugos nuo prekių ženklų svarbą.

Tam tikrų ankstesnių neregistruotų teisių ir prekių ženklo konfliktai praktikoje pasitaiko itin retai. Pavyzdžiui, teisės į vardą, atvaizdą ir ženklo konfliktas yra itin retas reiškinys. Todėl kiekvieno darbe aptariamo prekių ženklo registracijos ginčijimo pagrindo aktualumas pasireiškia skirtingai. Kita vertus, Europos Sąjungoje vyksta aktyvios diskusijos dėl poreikio sustiprinti geografinių nuorodų apsaugą³, išplėsti registracijos objektų sąrašą, todėl prasminga aptarti dabartines asmenų galimybes apsaugoti teises į neregistruotas geografines nuorodas nuo monopolizavimo prekių ženkluose, išsiaiškinti ar tokia apsauga pakankama. Neregistruotam Bendrijos dizainui garantuojama apsauga nuo kopijavimo, tačiau nei doktrinoje, nei praktikoje nėra išsamiau analizuota kokia šios apsaugos apimtis, ar dizaineris galėtų tokios apsaugos pagrindu ginčyti prekių ženklo registraciją. Todėl neregistruoto Bendrijos dizaino savininko teisių apimties analizė taip pat yra nauja ir aktuali.

Temos aktualumą patvirtina ir naujausios stambių prekių ženklų bylos. Socialinių tinklų gigantas⁴, viena populiariausių interneto svetainių pasaulyje⁵, „Pinterest“ 2013 m. prarado galimybę naudoti savo prekių ženklą ES, nes nesugebėjo įrodyti neregistruoto prekių

¹ 2004 m. pasaulyje užregistruota 1770674 prekių ženklų, o 2014 m. – 3489111 [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-03-18]. Prieiga per internetą: <<http://ipstats.wipo.int/ipstatv2/IpsStatsResultvalue>>.

² WIPO. *Making a mark* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-03-18]. Prieiga per internetą: <http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/900/wipo_pub_900.pdf>, p. 4.

³ Europos Komisija. Žalioji knyga: Galimybė geografinės nuorodos apsaugą taikyti ir ne žemės ūkio produktams [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/com/com_com\(2014\)0469_/com_com\(2014\)0469_lt.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/com/com_com(2014)0469_/com_com(2014)0469_lt.pdf)>, p. 5.

⁴ MERCED, M. J. *Pinterest Valuation at \$11 Billion After New Round of Fund-Raising* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-03-15]. Prieiga per internetą: <http://www.nytimes.com/2015/03/17/business/dealbook/pinterest-valuation-at-11-billion-after-new-round-of-fund-raising.html?_r=0>.

⁵ Pagal populiarumą www.pinterest.com JAV 13 pozicijoje, pasaulyje – 29 [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <<http://www.alexa.com/siteinfo/pinterest.com>>.

ženklų naudojimo ES rinkoje didesnės nei vietinės reikšmės, ginčydamas tapataus prekių ženklų registraciją⁶. Toks verdiktas parodo prekių ženklų ir ankstesnės neregistruotos teisės santykio analizės reikšmę šiuolaikinėje globalinėje rinkoje.

Taip pat temos aktualumą sąlygoja ir naujienos ES prekių ženklų reguliavime – imtasi prekių ženklų reformos, kuria siekiama suderinti prekių ženklų teisinį reguliavimą valstybėse narėse atnaujinant prekių ženklų reglamentą bei direktyvą⁷. Šiuo reglamentu įvedama nemažai⁸ naujovių⁹, kurios nors ir nėra tiesiogiai susijusios su šio darbo tema, parodo prekių ženklų sistemos dinamiškus pokyčius ir aktyvų ES prekių ženklų sistemos atnaujinimą.

Darbo tikslas. Darbe siekiama pateikti prekių ženklų registracijos pripažinimo negaliojančia dėl skirtingų ankstesnių neregistruotų teisių, analizę. Nustatyti ir iširti kiekvieno atskiro ženklų registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindo probleminius klausimus, taip pat įvertinti šių pagrindų taikymą Europos Sąjungos Teisingumo Teismo (prieš tai buvęs Europos Bendrijų Teisingumo Teismas, toliau – ESTT) ir Lietuvos teismų praktikoje.

Darbo uždaviniai, objektas ir tyrimo metodai. Šio darbo tikslui įgyvendinti keliami tokie uždaviniai, klausimai: (1) išanalizuoti ženklų registracijos ginčijimo neregistruoto ženklų pagrindu atvejį, pateikti išvadas dėl apsaugos apimtys; (2) iširti asmens teisės į vardą, kaip ženklų registracijos ginčijimo pagrindui, taikomą žinomumo visuomenėje kriterijaus apimtį ir pateikti išvadas; (3) pateikti analizę dėl asmens teisės į atvaizdą, kaip pagrindo prekių ženklų registracijos pripažinimui negaliojančia, objekto apimtys ir žinomumo visuomenėje kriterijaus taikymo šiam pagrindui; (4) išanalizuoti neregistruotos geografinės nuorodos apsaugos apimtį ir pateikti išvadas dėl poreikio šią apsaugą išplėsti; (5) iširti ar neregistruoto Bendrijos dizaino savininko teisė uždrausti dizaino kopijavimą apima ir teisę ginčyti tapataus ar klaidinamai panašaus prekių ženklų registraciją.

Objektas – šio darbo analizės objektas nulemtas pavadinimo - tai prekių ženklų registracijos pripažinimo negaliojančia atvejais, kai pagrindas registracijos panaikinimui yra ankstesnės neregistruotos teisės. Taigi darbe aptariami pagrindai turi atitikti dvi sąlygas: (1)

⁶ OHIM Apeliacinė taryba. 2013 m. lapkričio 5 d. sprendimas *Pinterest, Inc. v. Premium Interest Ltd.* B2009309.

⁷ European Commission Press release. *European Parliament and EU Council back European Commission trade mark reform package 29* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4823_en.htm>.

⁸ Atnaujintoje prekių ženklų direktyvoje vietoj 19 str. bus įvesta net 57 str.

⁹ Keičiamos direktyvoje ir reglamente naudojamos sąvokos, mažinami visose valstybėse narėse taikomi mokesčiai prekių ženklų registracijai, paraiškų padavimo tvarka, ženklų registracijai nebekeliamas grafinio atvaizdavimo reikalavimas.

pagrindas susijęs su ankstesne kito asmens teise; (2) ankstesnė teisė yra neregistruota. Nors plačiai žinomu pripažintas prekių ženklas atitinka abi šias sąlygas, dėl pripažinimo plačiai žinomu instituto ir teisės registravimo panašumo, šis atvejis darbe nebus aptariamas. Asmens vardas registruojamas Lietuvos Respublikos gyventojų registre¹⁰, tačiau šios teisės pagrindu ginčijant prekių ženklo registraciją, didesnę reikšmę turi asmens žinomumas, sąsajos su ženklu, o ne vardo registracija, kaip tokia. Todėl teisė į vardą, šio darbo kontekste, bus laikoma neregistruota teise.

Tyrimo metodai – darbe naudojamas lyginamasis metodas, analizuojant reikšmingų institutų taikymą ir reglamentavimą atskirose valstybėse. Taip pat neatsiejamas ir lingvistinis metodas, kuriuo remiantis aiškinama tam tikrų sąvokų reikšmė. Darbo išvados, tiek tarpinės, tiek galutinės, yra prieitos naudojant loginį metodą, siekiant nuoseklumo ir įtikinamo pagrindimo. Darbo tema atskleidžiama naudojant sisteminių metodą, kiekvieno pagrindo problematika nagrinėjama pagal tam tikrą seką, palaipsniui analizuojant skirtingus atskiro pagrindo aspektus.

Darbo originalumas. Per pastaruosius penkerius metus buvo rašyti magistriniai darbai, kuriuose aptariami tik atskirų ankstesnių (neregistruotų) teisių (neregistruoto žymens, geografinės nuorodos¹¹) ir prekių ženklo konfliktai. Šio darbo tema Lietuvos teisės doktrinoje išsamiai nenagrinėta, tai nėra pagrindinis tyrimo objektas, apsiribojama nedidelės apimties straipsniais. Todėl originalumas pasireiškia tuo, jog analizuojamos visos ankstesnės (neregistruotos) teisės, kaip pagrindai prekių ženklo registraciją pripažinti negaliojančia. Lietuvos teisės moksle prekių ženklo registracijos pripažinimas negaliojančia dėl ankstesnių neregistruotų teisių nėra išsamiau aptartas. Šiame darbe neapsiribojama teorine temos analize, siekiama išanalizuoti realias registracijos pripažinimo negaliojančia galimybes (ir kliūtis) remiantis aptariamais pagrindais. Kiekvienas aptariamas pagrindas praktikoje analizuotas skirtinga apimtimi¹² dėl to, jog vienu ankstesnių neregistruotų teisių ir prekių ženklo konfliktai yra labiau tikėtini nei kitų. Apibendrinant, visi aptariami pagrindai Lietuvos teismų praktikoje ir doktrinoje nėra plačiai išanalizuoti.

¹⁰ 2000 m. lapkričio 6 d. Lietuvos Respublikos vyriausybės nutarimu Nr. 1346 patvirtintų Lietuvos Respublikos gyventojų registro nuostatų 14.2. ir 14.3. p.

¹¹ GEDIMINSKAITĖ, R. *Neregistruoto prekių ženklo apsaugos galimybės*: magistro darbas. Socialiniai mokslai, teisė (01S). Vilnius: Vilniaus universitetas, 2015; ČESNAVIČIUS, J. *Geografinių nuorodų ir prekių ženklų konfliktai*: magistro darbas. Socialiniai mokslai, teisė (01S). Vilnius: Vilniaus universitetas, 2014.

¹² Pavyzdžiui, Lietuvos teismų praktikoje analizuotas tik vienas atvejis, kada buvo ginčijama prekių ženklo registracija remiantis asmens teise į vardą. Tuo tarpu asmens teisės į atvaizdą ir prekių ženklo konfliktas, dėl savo išskirtinio pobūdžio, apskritai nenagrinėtas.

Svarbiausi šaltiniai. Šio darbo pirminis šaltinis yra ES reglamentai, direktyvos, Lietuvos Respublikos teisės aktai. Tema analizuota remiantis reikšminga atskirų prekių ženklo ir ankstesnių neregistruotų teisių konfliktus nagrinėjusių ESTT ir Lietuvos aukščiausiųjų instancijų teismų praktika. Lietuviška doktrina šia tema nėra plati, galima išskirti R. Birštono knygą „Intelektinės nuosavybės teisė“¹³, kurioje skiriamas dėmesys būtent ankstesnėms teisėms, kaip ženklo registracijos ginčijimo pagrindui. Atskirų prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindai (geografinės nuorodos, neregistruoti prekių ženklai ir kt.) analizuoti remiantis svarbiausiais užsienio literatūros šaltiniais skirtais šioms atskiroms temoms. Darbo analizė taip pat paremta intelektinės nuosavybės srities mokslininkų B. Connor, A. Conrad, M. C. Correa, G. Heath ir E. Houlihan darbais.

¹³ BIRŠTONAS, R., *et al. Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010.

1. PREKIŲ ŽENKLO IR NEREGISTRUOTOS ANKSTESNĖS TEISĖS SAMPRATA

1.1. Prekių ženklo sąvoka

Paryžiaus konvencijoje dėl pramoninės nuosavybės apsaugos¹⁴ (toliau – Paryžiaus konvencija) prekių ženklai yra priskiriami prie pramonės nuosavybės objektų (Paryžiaus konvencijos 1 str. 2 d.). Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymo¹⁵ 2 str. 1 d. (toliau – PŽĮ) numato, jog prekių ženklas – tai bet koks žymuo, kurio paskirtis – atskirti vieno asmens prekes arba paslaugas nuo kito asmens prekių arba paslaugų ir kurį galima pavaizduoti grafiškai. Būtent ši, skiriamoji (identifikacinė) funkcija ir yra prekių ženklo esmė bei jo išimtinės teisinės apsaugos pagrindas¹⁶. ESTT yra išaiškinęs¹⁷, jog esminė prekių ženklo funkcija yra garantuoti prekių ženklu pažymėto produkto kilmę pirkėjui ar galutiniam vartotojui, taip leidžiant jam be jokios suklydimo galimybės atskirti tą prekę iš kitų prekių, turinčių kitą kilmę. Ši garantija reiškia, jog pirkėjas ar galutinis vartotojas gali būti įsitikinęs, kad prekių ženklu pažymėtas produktas atitinka kokybę siejama su konkrečiu prekių ženklu ir tos kokybės negalėjo sutrikdyti jokie tretieji asmenys be prekių savininko leidimo.

Lietuvos Aukščiausiojo Teismo (toliau – LAT) jurisprudencijoje yra pažymėta, kad pagrindinė prekių ženklo funkcija – suteikti vartotojui juo pažymėtų prekių identiškumo garantiją. Prekių ženklų registracijai nustatyti reikalavimai nėra savitiksliai - jų prigimtis tiesiogiai išplaukia iš prekių ženklo sampratos¹⁸.

PŽĮ 5 str. formuluotė suponuoja baigtinį elementų, galinčių sudaryti prekių ženklą, sąrašą. Tačiau direktyvos valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti¹⁹ (toliau – Prekių ženklų direktyva) 2 str. nurodoma, jog prekių ženklas gali būti sudarytas iš bet kokio žymens, kurį galima pavaizduoti grafiškai ir turėtų skiriamąjį požymį. Atsižvelgiant į tai, jog PŽĮ 5 str. įgyvendinamas Prekių ženklų direktyvos 2 str., darytina išvada, jog elementų, galinčių sudaryti prekių ženklą, sąrašas laikytinas nebaigtiniu, svarbu

¹⁴ 1883 m. kovo 20 d. Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės apsaugos. *Valstybės žinios*, 1995, nr. 75-1796.

¹⁵ Lietuvos Respublikos Patentų įstatymas. *Valstybės žinios*, 1994, nr. 8-1202000.

¹⁶ BIRŠTONAS, R., et al. *Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010.

¹⁷ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1978 m. gegužės 23 d. sprendimas *Hoffmann-La Roche & Co. AG/Centrafarm Vertriebsgesellschaft Pharmazeutischer Erzeugnisse mbH* C-102/77, EU:C:1978:108; 2002 m. lapkričio 12 d. sprendimas *Arsenal Football Club plc/Matthew Reed* C-206/01, EU:C:2002:651.

¹⁸ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2000 m. gegužės 17 d. nutartis civilinėje byloje *Anheuser-Busch Incorporated v. Budejovicky Budvar N. P.*, Nr. 3K-3-554/2000; 2000 m. lapkričio 29 d. nutartis civilinėje byloje *UAB „Saulės spektras“ v. UAB „TeleMedia“*, Nr. 3K-3-1263/2000.

¹⁹ 2008 m. spalio 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2008/95/EB valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti.

tik tai, kad žymuo atitiktų keliamus kriterijus – atvaizdavimas grafiškai ir skiriamasis požymis. 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamente (EB) Nr. 207/2009 dėl ES prekių ženklo²⁰ (toliau – Reglamentas dėl ES²¹ prekių ženklo) 4 str. nustatyti iš esmės tokie patys reikalavimai prekių ženklų sudarantiems elementams.

2016 m. kovo 23 d. įsigaliojus 2015 m. gruodžio 16 d. Europos Parlamento Ir Tarybos Reglamentui (ES) 2015/2424²² (toliau – Reglamentas 2015/2424) prekių ženklui nebėra keliamas grafinio atvaizdavimo reikalavimas. Vadinasi Europos Sąjungos prekių ženklų registre bus palengvintas netradicinių ženklų registravimas, pavyzdžiui garso, kvapo ar skonio. Tokia naujovė vertintina teigiamai, kadangi jau kurį laiką buvo keliamas klausimas dėl nematomo prekių ženklo registracijos²³ ir tokia situacija neatitiko praktikoje naudojamų žymenų, kurių grafinis atvaizdavimas negalimas arba apsunkintas, savininkų interesų.

Prekių ženklai naudojami konkurencinėje kovoje, naujoms rinkoms užkariauti, reklamai ir pagaliau pelnui didinti²⁴. Populiarus ir kokybiškas prekių ženklas yra reikšmingas komercinei veiklai, tokiu ženklu pažymėtos prekės yra paklausesnės, gali būti pardavinėjamos aukštesne kaina, vien dėl teigiamų savybių, kurias ženklui priskiria vartotojai. Garsiu ženklu pažymėtas prekes vartotojai yra linkę laikyti labiau vertingomis. Šiuo metu brangiausias yra JAV vartotojų elektronikos gamintojo ir platintojo „Apple“ prekių ženklas, kuris vertas daugiau nei 145 milijardų dolerių. Kitų rinkos gigantų „Microsoft“ ir „Google“ prekių ženklai verti atitinkamai 69 ir 65 milijardų dolerių²⁵. Apibendrinant, galime apibūdinti, kad prekių ženklai tai - intelektinės nuosavybės objektai, skirti prekėms ir paslaugoms žymėti, turintys skiriamąjį požymį ir atitinkantys teisės aktų keliamus reikalavimus jų turiniui. Tačiau prekių ženklas nėra esminė šio darbo sąvoka, svarbiau yra aptarti ankstesnės neregistruotos teisės sąvoką.

²⁰ 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 207/2009 dėl Bendrijos prekių ženklo.

²¹ Ši sąvoka naudojama atsižvelgiant į tai, jog Reglamentu 2015/2424 atnaujinti ankstesnio Reglamento dėl (Bendrijos) prekių ženklo terminai - „Bendrijos prekių ženklas“ pakeistas terminu „Europos Sąjungos prekių ženklas“.

²² 2015 m. gruodžio 16 d. Europos Parlamento Ir Tarybos Reglamentas (ES) 2015/2424.

²³ ZMEJAUSKAITĖ, R. *Nematomo žymens registravimo Europos Bendrijos prekių ženklų problematika: kai kurie teoriniai ir praktiniai aspektai*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2010, p. 2 – 3; Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2003 m. lapkričio 27 d. sprendimas *Shield Mark BV/Joost Kist h.o.d.n. Memex C-283/01*, EU:C:2003:641.

²⁴ ŽILINSKAS, V.; KASPERAVIČIUS, P.; ir KIŠKIS, M. *Intelektinė nuosavybė ir jos teisinė apsauga*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2007, p. 303.

²⁵ The World's Most Valuable Brands [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-12]. Prieiga per internetą: <<http://www.forbes.com/powerful-brands/list/>>.

1.1.1. Ankstesnės neregistruotos teisės sąvoka

Šio darbo temos pavadinimas suponuoja, jog ankstesnės neregistruotos teisės bus analizuojamos, kaip prekių ženklų registracijos negaliojimo pagrindai. Šie negaliojimo pagrindai įvardijami Prekių ženklų direktyvos 3 ir 4 str., Reglamento dėl ES prekių ženklo 7 ir 8 str. ir PŽĮ 6 ir 7 str. Svarbu pažymėti, jog šiame darbe bus aptariami tik prekių ženklo registracijos negaliojimo pagrindai atitinkantys šiuos reikalavimus: (1) pagrindas susijęs su ankstesne kito asmens teise; (2) ši ankstesnė teisė yra neregistruota.

Ženklo registracijos negaliojimo pagrindai skirstomi į absoliučius (Reglamento dėl ES prekių ženklo 7 str., PŽĮ 6 str.) ir santykinius (Reglamento dėl ES prekių ženklo 8 str., PŽĮ 7 str.). Pažymėtina, jog absoliutūs ir santykiniai prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindai numatyti nacionalinės teisės ir ES teisės iš esmės yra tapatūs. Absoliutūs reikalavimai prekių ženklui yra reikalavimai ženklui *per se* kaip tokiam, o kiti (santykiniai, reliatyvūs) reikalavimai yra ženklo apsaugos išimtinių teisių pagrindu patikrinimas atsižvelgiant į santykį su trečiųjų asmenų ankstesnėmis (ar kitomis sąžiningomis) teisėmis²⁶. Prekių ženklų direktyvos 3 str. ir ją įgyvendinančiame PŽĮ 6 str. nurodyti absoliutūs prekių ženklo registracijos negaliojimo pagrindai susiję su neatitikimu formos ir turinio reikalavimams, visuomenės klaidinimu, prieštaravimu moralei darbe nebus aptariami, kadangi šie pagrindai yra nesusiję su ankstesnėmis kitų asmenų teisėmis.

Paryžiaus konvencijos 6 quinquies str. B d. 1 p. numatyta, jog prekių ženklo registracija gali būti pripažinta negaliojančia jeigu ženklas gali pažeisti trečiųjų asmenų teises. Prekių ženklų direktyvos 4 str. ir ją įgyvendinančiame PŽĮ 7 str. nurodyti santykiniai prekių ženklų registracijos negaliojimo pagrindai. Europos Sąjungoje valstybių narių prekių ženklų teisė yra harmonizuota, todėl prekių ženklų pripažinimo negaliojančiais pagrindai sutampa su ES ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindais (Lietuva, Vokietija²⁷, Prancūzija²⁸ ir kt.). Prašymas pripažinti ES prekių ženklo registraciją negaliojančia gali būti grindžiamas „ypač“ teise į vardą, teise į asmens atvaizdą, autoriaus teise, pramoninės nuosavybės teise arba bet kokia ankstesne teise, jeigu ginčijamo prekių ženklo naudojimas gali būti uždraustas vadovaujantis nacionaliniais įstatymais,

²⁶ BIRŠTONAS, R., *et al. Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010, p. 518.

²⁷ PAGENBERG, B. *Trademark Protection in Europe* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-26]. Prieiga per internetą: <http://www.bardehle.com/uploads/files/Trademark_Protection.pdf>.

²⁸ BEJOT, M. *Trademark cancellations: France* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <http://www.inta.org/CountryGuides/Documents/Cancellations_France_Sample.pdf>, p. 2.

reglamentuojančiais šių teisių naudojimą²⁹. ESTT taip pat yra pažymėjęs, jog Reglamento dėl ES prekių ženklo 53 str. 2 d. ES prekių ženklo registracija gali būti paskelbta negaliojančia suinteresuotojo asmens prašymu, vadovaujantis „bet kokiomis ankstesnėmis teisėmis“ ir straipsnyje nurodomas sąrašas nėra išsamus³⁰. Galima išskirti šias ankstesnes teises, kurių pagrindu prekių ženklo registracija gali būti pripažinta negaliojančia:

- 1) Ankstesnis prekių žymuo (Prekių ženklų direktyvos 4 str. 1 d., 4 d. b p., Prekių ženklų reglamento 53 str. 1 d.; PŽĮ 7 str. 1 d. 1-2 p.);
- 2) Juridinio asmens pavadinimas (Paryžiaus konvencijos 8 str., PŽĮ 7 str. 1 d. 4 p.);
- 3) Saugoma geografinė nuoroda (PŽĮ 7 str. 1 d. 5 p.);
- 4) Pramoninis dizainas ar kitas pramoninės nuosavybės objektas (Prekių ženklų direktyvos 4 str. 4 d. c p. iv pp., Prekių ženklų reglamento 53 str. 2 d. d p., PŽĮ 7 str. 1 d. 6 p.);
- 5) Autorių teisių saugomas literatūros, mokslo, meno kūrinys (Prekių ženklų direktyvos 4 str. 4 d. c p. iii pp., Prekių ženklų reglamento 53 str. 2 d. c p., PŽĮ 7 str. 1 d., PŽĮ 7 str. 1 d. 6 p.);
- 6) Asmens vardas, pavardė ar meninis pseudonimas (Prekių ženklų direktyvos 4 str. 4 d. c p. i pp., Prekių ženklų reglamento 53 str. 2 d. a p., PŽĮ 7 str. 1 d., PŽĮ 7 str. 1 d. 6 p.);
- 7) Asmens atvaizdas (Prekių ženklų direktyvos 4 str. 4 d. c p. ii pp., Prekių ženklų reglamento 53 str. 2 d. b p., PŽĮ 7 str. 1 d., PŽĮ 7 str. 1 d. 6 p.).

VPB sprenddamas dėl prekių ženklo registracijos, neatlieka ekspertizės pagal aukščiau išvardintus pagrindus. Atkreiptinas dėmesys, jog dėl nacionalinės ir ES prekių ženklų registravimo sistemų vieningumo, ankstesnė nacionalinė teisė gali būti pagrindu ginčyti vėlesnį ES ar tarptautinį prekių ženklą.

„Ankstesnės“ teisės reikšmė yra pakankamai aiški, tai reiškia teisę atsiradusią dar iki ginčijamo prekės ženklo įregistravimo ar paraiškos registravimui pateikimo. Akivaizdu, jog prekės ženklo registracijos nuginčijimas remiantis vėlesne teise, nei ginčijamo prekės ženklo registracijos ar paraiškos padavimo data, greičiausiai nebūtų įmanomas. Todėl svarbiau yra nustatyti, kas bus laikoma „neregistruota“ teise.

²⁹ Generalinės advokatės J. Kokott išvada. 2011 m. sausio 27 d. byloje *Edwin Co. Ltd/Elio Fiorucci*, C-263/09 P, EU:C:2011:30, paragrafas 30.

³⁰ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2011 m. liepos 5 d. *Edwin Co. Ltd/OHIM, Elio Fiorucci* sprendimas C-263/09 P, EU:C:2011:452, paragrafas 34 – 35.

Tarptautinių žodžių žodyne žodis „registracija“ apibūdinamas, kaip įrašymas į sąrašus, knygas, surašymas³¹. Todėl atitinkamai neregistruota teisė – tai į jokią registrą neįtraukta, neįregistruota teisė. Neregistruotos teisės savininkas neįgyja tam tikrų išimtinių teisių, kurias įgyja atitinkamas teisės įregistravęs asmuo (pvz. PŽĮ 38 str., Dizaino įstatymo 36 str. ir kt.). Tokia asmens neįregistruota teisė kyla iš faktinės būsenos, asmens veiksmais sukeliama padarinių, o ne iš juridinių faktų – tam tikros teisės įregistravimo. Neregistruota teisė egzistuoja iš kitų juridinių faktų, jos įtvirtinimui nereikalingi papildomi veiksmai. Taigi, aukščiau esančiame sąrašė išvardintos ankstesnės teisės turi atitikti dar vieną kriterijų – būti neregistruotos. Todėl pavyzdžiui prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia dėl ankstesnio registruoto prekių ženklo nepateks į šio darbo apimtį.

Aukščiau išdėstyto sąrašo pirmame punkte numatytas pagrindas bus aptariamasis tik ankstesnio neregistruoto prekių ženklo atveju. Prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia dėl plačiai žinomą pripažinto prekių ženklo (Paryžiaus konvencijos 6^{bis} str., Prekių ženklų reglamento 8 str. 2 d. c p., PŽĮ 7 str. 1 d. 3 p.) atvejis darbe nebus aptariamasis. Plataus prekių ženklo žinomumo aplinkybė yra pripažįstama šalies kompetentingas organo sprendimu (Paryžiaus konvencijos 6^{bis} str.). Ženklas plačiai žinomą Lietuvos Respublikoje pripažįstamas teismo tvarka (PŽĮ 9 str. 3 d.). Taigi iš esmės yra nustatomas juridinis faktas, institucijos sprendimu pripažįstama asmens teisė. Tokiu būdu prekių ženklo savininkas įgyja tam tikrą konstatuotą teisę, kuria remdamasis turi teisę ginčyti vėlesnio prekių ženklo registraciją, kas savo esme yra pakankamai artima ženklo registracijai dėl sukeliama padarinių. Šiuo darbu analizuojamos neregistruotos teisės ir prekių ženklo konfliktai, todėl plačiai žinomą pripažinto prekių ženklo atvejis neatitiktų šio darbo krypties.

Asmens atvaizdas yra viena iš sudėtinių asmens teisės į privataus gyvenimo gerbimą³², kuri egzistuoja *de facto* be jokios registracijos. Visi Lietuvoje įsteigiami juridiniai asmenys automatiškai įregistruoja ir savo pavadinimą (2.39 str. 4 d.). Tačiau užsienio juridinių asmenų veikiančių Lietuvoje (ar kitoje ne jų registracijos vietos valstybėje) pavadinimai yra saugomi jų neįregistravus (Paryžiaus konvencijos 8 str.). Geografinės nuorodos Lietuvoje registruojamos pagal Reglamento Nr. 1151/2012 pagrindu priimtą 2015 m. sausio 7 d. žemės

³¹ VAITKEVIČIŪTĖ, V. *Tarptautinių žodžių žodynas*. Vilnius: Alma littera, 2003, p. 834.

³² Europos Žmogaus Teisių Teismas. 2009 m. sausio 15 d. sprendimas *Reklos and Davourlis v. Greece*, No. 1234/05; Europos Žmogaus Teisių Teismas. 2003 m. liepos 17 d. *Perry v. the United Kingdom*, No. 63737/00.

ūkio ministro įsakymą Nr. 3D-10³³, tačiau į apsaugos apimtį patenka tik žemės ūkio ir maisto produktai, todėl kitos rūšies produktų geografinių nuorodos nėra registruojamos ir dėl jų apsaugos konkrečiu atveju sprendžia teismas. Dizaino įstatymo 36 str. nustato įregistruoto dizaino savininko teises. Neįregistruotas dizainas ar kitas pramoninės nuosavybės objektas nuo tapataus ar klaidinamo panaudojimo kaip prekių ženklo, gali būti ginami kaip autorių teisių objektai, kurių apsauga atsiranda juos sukūrus ir registracija nėra reikalinga (Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymo³⁴ (toliau – ATGTĮ) 13 str.). Nors vardas ir pavardė gimus fiziniam asmeniui arba juos pasikeičiant paties asmens sprendimu, yra registruojami Lietuvos Respublikos gyventojų registre³⁵, tačiau prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindas siejamas su tokio asmens žinomumu visuomenėje, o ne pačia registracija, todėl šis pagrindas bus aptariamasis darbe.

2. PREKIŲ ŽENKLO REGISTRACIJOS PRIPAŽINIMAS NEGALIOJANČIA DĖL KONKREČIŲ ANKSTESNIŲ NEREGISTRUOTŲ TEISIŲ

Kas pavogė mano piniginę, tas nieko iš manęs beveik nepavogė: ji buvo mano ir jo, ir tūkstančiams tarnavo, bet kas pagrobė mano gerą vardą, tasai, iš to nepraturtėjęs mane padarė elgeta išsyk³⁶. Ši frazė iš V. Šekspyro dramos „Otelas“ puikiai iliustruoja kokią didelę reikšmę turi geras vardas ir kodėl yra būtina apsaugoti asmenis (tiek fizinius, tiek juridinius) nuo nesąžiningo pasinaudojimo jų geru vardu sukuriant tam tikras sąsajas su įregistruotu prekių ženklu.

Lietuvoje prekių ženklai gali būti registruojami pagal tris registravimo sistemas: (1) nacionalinę prekių ženklų registravimo sistemą; (2) ES prekių ženklų apsaugos sistemą, kuri pilnai pradėjo veikti 1996 m. balandžio 1 d.³⁷ (Lietuvoje – nuo 2004 m. gegužės 1 d., tapus ES nare); (3) tarptautinę prekių ženklų registravimo sistemą. Pažymėtina, jog prekių ženklų registracijos tipai nepaneigia vienas kito ir suteikia iš esmės tapačią apsaugą, skirtingose teritorijose. 2015 metais Lietuvos Respublikos valstybiniam patentų biurui (toliau – VPB)

³³ Žemės ūkio ministro 2015 m. sausio 7 d. įsakymas Nr. 3D-10. Dėl žemės ūkio ir maisto produktų saugomų kilmės vietos nuorodų, saugomų geografinių nuorodų ir garantuotų tradicinių gaminių įregistravimo. TAR, 2015-01-08, Nr. 309.

³⁴ Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymas. *Valstybės žinios*, 1999, nr. 50-1598.

³⁵ 2000 m. lapkričio 6 d. Lietuvos Respublikos vyriausybės nutarimu Nr. 1346 patvirtintų Lietuvos Respublikos gyventojų registro nuostatų 14.2. ir 14.3. p.

³⁶ ŠEKSPYRAS., V. *Otelas. Raštai II*. Vilnius: Valstybinė grožinės literatūros leidykla, 1961, p. 155.

³⁷ 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo.

paduotos 2427 paraiškos prekių ženkluams įregistruoti³⁸. Tuo tarpu Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnyboje (angl. *European Union Intellectual Property Office*, toliau – EUIPO³⁹) 2015 metais Bendrijos ženklui registruoti paduotos net 130400 paraiškų⁴⁰. Prekių ženklus gali registruoti fiziniai asmenys, juridiniai asmenys ir asmenų sąjungos (asociacijos, susivienijimai ir kt., Reglamento dėl ES prekių ženklo 5 str.).

Prekių ženklų direktyva pačioms valstybėms narėms palieka teisę pasirinkti, kokią prekių ženklų ekspertizės sistemą (pareikštinę ar išsamią) taikyti nacionalinėje teisėje (Prekių ženklų direktyvos 2, 3, 4 str.)⁴¹. Pareikštinė prekių ženklų registravimo sistemoje registruojant prekių ženklą yra tikrinamas tik prekių ženklo gebėjimas apskritai būti prekių ženklu. Nėra tikrinamas registruojamo prekių ženklo ir ankstesnių trečiųjų asmenų teisių santykis. Tuo tarpu išsamios ekspertizės sistemoje, registruojant prekių ženklą yra įsitikinama, jog prekių ženklas neprieštaraus egzistuojančioms trečiųjų asmenų teisėms.

PŽĮ 14 str. 1 d. numatyta, jog VPB atlieka prekių ženklų ekspertizę, kurios metu patikrina, ar pareikštas ženklas atitinka prekių ženklu keliamus absoliučius reikalavimus nustatytus PŽĮ 6 str. (skiriamojo požymio tikrinimas, tikrinimas ar galima ženklą pavaizduoti grafiškai). Tačiau VPB netikrina, ar registruojamas ženklas nepažeidžia ankstesnių trečiųjų asmenų teisių. Taigi VPB atliekama ekspertizė priskirtina pareikštinei prekių ženklų registravimo sistemai⁴². Todėl asmenys, kurie mano, jog įregistruotas prekės ženklas pažeidžia jų teises per tris mėnesius nuo prekių ženklo registracijos paskelbimo gali pasinaudoti PŽĮ 18 str. nustatyta protesto teise. Šie ginčai nagrinėjami VPB Apeliacinio skyriaus. Apeliacinio skyriaus sprendimai per 6 mėn. gali būti skundžiami Vilniaus apygardos teismui. Praleidę 3 mėn. terminą protestui paduoti suinteresuoti asmenys remdamiesi PŽĮ 46 str. 1 d. gali kreiptis į teismą su prašymu pripažinti prekės ženklo registraciją negaliojančia tuo pagrindu, jog ženklas neatitinka PŽĮ 6 ir (ar) 7 str. nuostatų. Prašymas pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia gali būti pareiškiamas atsakovo

³⁸ 2015 metų Lietuvos Respublikos pramoninės nuosavybės objektų teisinės apsaugos statistika [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-22]. Prieiga per internetą: <http://www.vpb.gov.lt/docs/20160202_1.pdf>, p. 10.

³⁹ 2016-03-23 įsigaliojus Reglamentui 2015/2424 OHIM (angl. *Office for Harmonization in the Internal Market*) pavadinimas pakeistas į EUIPO.

⁴⁰ Statistics of Community Trade Marks [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-16]. Prieiga per internetą: <https://oami.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/about_ohim/the_office/SSC009-Statistics_of_Community_Trade_Marks-2016_en.pdf>, p. 2.

⁴¹ BIRŠTONAS, R., et al. *Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010, p. 526.

⁴² Lietuvos apeliacinio teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2003 m. sausio 13 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Merand“ v. UAB „Opra“, Nr. 2A-18/2003.

ir priešiškinio byloje dėl prekių ženklo savininko teisių pažeidimo. Kai asmuo yra įstatymų nustatyta tvarka žymenį įsiregistravęs kaip savo prekių ženklą, nenuginčijus tokio ženklo registracijos, jam negali būti uždrausta ši ženklą naudoti. Uždraudžiant naudoti įstatymų nustatyta tvarka įregistruotus prekių ženklus, kai ši jų registracija nėra nuginčyta, būtų nepaisoma fundamentalių prekių ženklų teisės principų⁴³.

Kadangi EUIPO, kaip ir VPB, gavusi paraišką dėl prekių ženklo registracijos atlieka tik formalią ekspertizę t. y. tikrina ar paraiška atitinka keliamus reikalavimus. Todėl iš esmės panaši ir ES prekių ženklo registracijos ginčijimo procedūra. Pabrėžtina, jog protestas dėl ES prekių ženklo remiantis kitomis ankstesnėmis teisėmis negali būti paduotas, šios teisės gali būti negaliojimo pagrindu jau po ženklo registracijos⁴⁴. Manytina, jog tokia taisykle yra pernelyg apribojama trečiųjų asmenų teisių apsauga. Užkertamas kelias efektyviam, trečiojo asmens teisės pažeidžiančio, ES prekių ženklo registravimo užginčijimui protesto laikotarpiu. Iš kitos pusės ir pareiškėjas yra suinteresuotas kuo anksčiau sužinoti apie trečiųjų asmenų teises, kurias galimai pažeidžia registruojamas ženklas, kadangi jis gali pasirinkti pakeisti tokį prekių ženklą, taip sutaupydamas išlaidų ginčams ir investicijų ženklo reklamai. Darytina išvada, jog Lietuvos prekių ženklų sistemoje protesto procedūra efektyviau užtikrina šalių teisių apsaugos balansą, kadangi protestą galima grįsti ir ankstinėmis teisėmis. Manytina, jog ES protesto procedūroje turėtų būti atsisakyta ribojimo remtis ankstesnėmis teisėmis, taip užtikrinant tiek suinteresuotų asmenų, tiek pareiškėjo interesus.

Tretieji asmenys dėl ES prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia gali kreiptis tiesiogiai į EUIPO, nes ši institucija turi išimtinę jurisdikciją dėl prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia. EUIPO sprendimai gali būti skundžiami Apeliacinei tarybai, kurios sprendimai gali būti patikrinami Bendrojo Teismo ir ESTT. Dėl ES prekių ženklų sistemos vieningumo, ES prekių ženklo registracija pripažįstama negaliojančia nepriklausomai nuo to ar ankstesnė teisė egzistuoja ES ar nacionaliniu lygiu⁴⁵.

Tokiu atveju, kai EUIPO turi įvertinti ankstesnės teisės saugojimą pagal nacionalinę teisę, EUIPO privalo savo iniciatyva, jos nuomone, šiuo tikslu tinkamomis priemonėmis gauti informacijos, susijusios su atitinkamos valstybės nacionaline teise, jei tokia informacija

⁴³ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus kolegija. 2004 m. rugsėjo 27 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Samsonas“ v. AB „Panerių investicijos“, Nr. 3k-3-461/2004.

⁴⁴ JACOB, R.; ALEXANDER, D.; ir LANE, L. *A Guidebook to Intellectual property. Patents, Trade Marks and Designs*. London: Sweet & Maxwell, 2004, p. 105.

⁴⁵ KUR, A. ir DREIER, T. *European intellectual property law*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2013, p. 191.

yra būtina vertinant aptariamo negaliojimo pagrindo taikymo sąlygas, ir ypač nurodytų faktų realumą ar pateiktų dokumentų įrodomąją galią⁴⁶. Prašymą pripažinti ES prekių ženklo registraciją negaliojančia remiantis ankstesne neregistruota teise gali paduoti tik šių teisių savininkas. Jeigu ankstesnio žymens savininkas penkerius metus apie tai žinodamas neprieštaravo dėl vėlesnio prekių ženklo naudojimo ES, jis netenka teisės, remdamasis ankstesne teise, prašyti paskelbti vėlesnio prekių ženklo įregistravimą negaliojančiu, išskyrus atvejus, kai paraiška registruoti vėlesnį ES prekių ženklą buvo paduota nesąžiningai (Reglamento dėl ES prekių ženklo 54 str. 1 d.).

Konfliktai tarp prekių ženklų ir ankstesnių neregistruotų teisių kyla dėl jų tapatumo arba klaidinamo panašumo. Tapatumas reiškia visų prekių ženklo sudedamųjų dalių atkartojimas, jų nepakeičiant ir nieko nepridedant arba jeigu pasireiškiantys skirtumai yra tokie nedideli, jog paprastas vartotojas gali jų nepastebėti⁴⁷. Tuo tarpu galimybės suklaidinti vertinimas, kiek jis susijęs su vizualiu, fonetiniu ar konceptuali nagrinėjamų žymenų panašumu, turi būti pagrįstas bendru jų daromu įspūdžiu, atsižvelgiant, visų pirma į jų skiriamuosius ir dominuojančius elementus. Tai, kaip paprastas vartotojas suvokia prekių ženklus, yra lemiamas kriterijus visapusiškai vertinant minėtą galimybę supainioti⁴⁸. Nors cituotose bylose buvo vertinami prekių ženklų požymiai, atsižvelgiant į tai, jog prekių ženklas iš esmės yra grafiškai atvaizduotas žymuo, šie išaiškinimai taikytini ir vertinant prekių ženklo bei ankstesnės teisės (jos išraiškos) požymius.

3. NEĮREGISTRUOTAS PREKIŲ ŽENKLAS

Paprastai neregistruotų prekių ženklų ir kitų verslo žymenų apsauga yra nustatoma nacionalinės teisės. Neregistruotas ES prekių ženklas apskritai „neegzistuoja“. Kai kuriose narėse (Danija, tam tikru lygiu Italija) apsauga neregistruotiems žymenims taikoma remiantis vien ankstesniu naudojimu, kitose šalyse (Vokietija, Švedija, Suomija) – reikalaujama, kad

⁴⁶ Bendrasis Teismas. 2009 m. gruodžio 9 d. sprendimas *Tresplain Investments Ltd/OHIM* T-303/08, EU:T:2010:505, paragrafas 67.

⁴⁷ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2003 m. kovo 20 d. sprendimas *LTJ Diffusion SA/Sadas Vertbaudet SA* C-291/00, EU:C:2003:169, paragrafas 54.

⁴⁸ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1997 m. lapkričio 11 d. sprendimas *SABEL BV/Puma AG, Rudolf Dassler Sport* C-251/95, EU:C:1997:528, paragrafas 23; Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1999 m. birželio 22 d. sprendimas *Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH/Klijsen Handel BV* C-342/97, EU:C:1999:323, paragrafas 25.

žymuo būtų įgavęs tam tikrą žinomumą rinkoje⁴⁹. Tačiau daugelyje valstybių narių tam, kad būtų suteikiama apsauga yra būtina registracija, kita vertus tam tikras *de facto* apsaugos lygis neregistruotam ženklui gali būti suteikiamas remiantis nesąžiningos konkurencijos normomis⁵⁰. Taigi ES nėra harmonizuotos neregistruotų prekių ženklų apsaugos, todėl šio objekto savininkai ginčydami jų teises pažeidžiančio ženklo registraciją privalo remtis nacionalinės teisės teikiama apsauga. Dėl nacionalinių sistemų skirtingumo, neregistruotų prekių ženklų savininkai susiduria su rimtais sunkumais, nes skirtingose valstybėse narėse, jie privalo naudotis skirtinga apsauga (jeigu ji apskritai numatyta konkrečioje valstybėje).

Lietuvoje yra saugomi tik plačiai žinomais pripažinti neregistruoti prekių ženklai (PŽĮ 9 str.). Lietuvos teisės aktai nenumato neįregistruoto prekių ženklo apsaugos ir jo savininkui išimtinių teisių, numatytų PŽĮ 38 str., nesuteikia. Tai nėra išimtis - Kipre, Estijoje, Prancūzijoje, Ispanijoje, Rumunijoje ir Kroatijoje nacionalinė prekių ženklų teisė taip pat nesaugo neregistruotų prekių ženklų⁵¹. ES prekių ženklo atveju, registracija gali būti ginčijama remiantis bet kurios valstybės narės teisėje saugomu ankstesniu neregistruotu žymeniu. Tačiau tokiam neregistruotam prekių ženklui keliamas reikalavimas būti didesnės negu vietinės reikšmės (Reglamento dėl ES prekių ženklo 8 str. 4 d.)⁵². Kokio lygio žinomumas yra įtvirtintas šiame straipsnyje nėra detalizuojama, todėl dėl šios aplinkybės turėtų būti sprendžiama atsižvelgiant į konkrečią situaciją.

3.1. ES prekių ženklo registracijos negaliojimas dėl ankstesnio neregistruoto žymens

Pagal Reglamento dėl ES prekių ženklo 53 str. 1 d. c p., aiškinamą kartu su to paties reglamento 8 str. 4 d., dėl žymens, kitokio nei prekių ženklas, egzistavimo ES prekių ženklo registracija gali būti pripažinta negaliojančia, jeigu šis žymuo atitinka šias keturias kumuliacines sąlygas: (1) šis žymuo turi būti naudojamas prekyboje; (2) jis turi turėti didesnę negu vietinė reikšmę; (3) teisė į šį žymenį turi būti įgyta pagal valstybės narės, kurioje žymuo buvo naudojamas iki paraiškos įregistruoti ES prekių ženklą padavimo, teisę; (4) galiausiai

⁴⁹ KUR, A. ir DREIER, T. *European intellectual property law*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2013, p. 191.

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ Office for Harmonization in the Internal Market. *National Law Relating to the Community Trade Mark and the Community Design* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-03-26]. Prieiga per internetą: <http://euipo.europa.eu/en/office/diff/pdf/National_law.pdf>, p. 55 – 73.

⁵² JACOB, R.; ALEXANDER, D.; ir LANE, L. *A Guidebook to Intellectual property. Patents, Trade Marks and Designs*. London: Sweet & Maxwell, 2004, p. 105.

šis žymuo turi suteikti jo savininkui teisę uždrausti naudoti vėlesnį prekių ženklą. Šios keturios sąlygos riboja kitokių nei prekių ženklai žymenų, kuriais gali būti remiamasi ginčijant ES prekių ženklo galiojimą visoje Sąjungos teritorijoje⁵³. Svarbu šias sąlygas apibūdinti ir pakomentuoti plačiau.

Dvi pirmosios sąlygos, susijusios su nurodyto žymens naudojimu ir didesne nei vietine reikšme, išplaukia iš pačios Reglamento dėl ES prekių ženklo 8 str. 4 d. formuluotės, todėl turi būti aiškinamos atsižvelgiant į Sąjungos teisę. Taigi Reglamentu dėl ES prekių ženklo įtvirtinami vienodi reikalavimai dėl žymenų naudojimo ir jų reikšmės, atitinkantys principus, kuriais grindžiama šiuo reglamentu įtvirtinta sistema⁵⁴. Pagal ES teisę ir ESTT išaiškinimus „naudojimas prekyboje“ reiškia, tai, jog žymuo turi atilikti esminę savo funkciją - turi būti naudojamas kaip skiriamasis požymis, t. y. jis turi padėti identifikuoti jo savininko vykdomą ūkinę veiklą⁵⁵. Pagal šį išaiškinimą žymens naudojimas išimtinai bendrovės pavadinimui, kada šis nesiejamas su teikiamomis paslaugomis ir prekėmis, negalėtų būti laikoma naudojimu prekyboje. Manytina, jog naudojimas turėtų būti realus, t. y. ženklų pažymėtos prekės ar paslaugos pateiktos į rinką. Naudojimo rinkoje apimtį paaiškina kita apsaugos sąlyga. Žymens didesnė nei vietinė reikšmė ES teisės požiūriu nustatoma, jeigu žymens poveikis neapsiriboja nedidele minėtos teritorijos dalimi, dažniausiai tam tikru miestu ar sritimi, atsižvelgiant į konkrečiam atvejui būdingas aplinkybes⁵⁶. Vadinasi net ir labai gerą vardą mažoje valstybės dalyje turintis žymuo, greičiausiai negalėtų būti pagrindu ginčyti ES prekių ženklo registraciją. Be to, vertinant nacionalinio ženklo žinomumą turėtų būti atsižvelgiama į neregistruoto nacionalinio prekių ženklo savininko klientus⁵⁷. Tokie reikalavimai neregistruotam prekių žymeniui vertintini teigimai, taip apsauga yra nukreipiama į realiai naudojamus ir tam tikrą reputaciją susikūrusius ženklus, t. y. į tokius ženklus, kuriems apsauga reikalingiausia.

Kitos dvi sąlygos, skirtingai nuo pirmųjų, vertinamos atsižvelgiant į nurodyto žymens naudojimą reglamentuojančios teisės nustatytus kriterijus. Tokia nuoroda į nacionalinę teisę

⁵³ Pirmosios instancijos teismas. 2009 m. kovo 24 d. sprendimas *Moreira da Fonseca/OHIM* T-318/06–T-321/06, EU:T:2009:77, paragrafas 32 ir 47.

⁵⁴ Pirmosios instancijos teismas. 2009 m. kovo 24 d. byloje *Moreira da Fonseca/OHIM* T-318/06–T-321/06, EU:T:2009:77, paragrafas 33.

⁵⁵ Europos Sąjungos Teisingumo teismas. 2011 m. kovo 29 d. byloje *Anheuser-Busch Inc./Budějovický Budvar, národní podnik* C-96/09 P, EU:C:2011:189, paragrafas 149.

⁵⁶ Pirmosios instancijos teismas. 2009 m. kovo 24 d. byloje *Moreira da Fonseca/OHIM* T-318/06–T-321/06, EU:T:2009:77, paragrafas 41.

⁵⁷ Pirmosios instancijos teismas. 2009 m. birželio 11 d. byloje *Last Minute Network Ltd/OHIM* T-114/07 ir T-115/07, EU:T:2009:196, paragrafas 62.

pateisinama tuo, jog Reglamentu dėl ES prekių ženklo pripažįstama galimybė ES prekių ženklų sistemai nepriklausančiais žymenimis remtis siekiant užginčyti ES prekių ženklą. Todėl tik nurodyto žymens naudojimą reglamentuojanti teisė leidžia nustatyti, ar šis žymuo yra ankstesnis už ES prekių ženklą ir ar jis gali pateisinti draudimą naudoti vėlesnį prekių ženklą⁵⁸. Vadinasi ES neregistruoto prekių ženklo apsauga yra visiškai priklausoma nuo nacionalinės teisės, būtent ji apsprendžia ar ženklas laikytinas saugomu. Pareiškėjas turi pareigą įrodyti EUIPO ne tik tai, kad tokia teisė kyla iš nacionalinės teisės aktų, bet ir pagrįsti pačių tokių teisės aktų taikymo sritį⁵⁹. Iš to seka, jog pareiškėjas turėtų pateikti EUIPO duomenis, jog neregistruotas žymuo yra saugomas nacionalinės teisės. Tai komplikuoja neregistruoto ženklo savininko padėtį, nes ginčydamas kitoje valstybėje naudojamo prekių ženklo registraciją, jis turėtų remtis būtent tariamo pažeidėjo valstybės teise. Neretai prekės ženkluams visuomenėje priskiriamos ne tik konkrečios prekės ar paslaugos, bet ir tam tikros savybės, tokios kaip prabanga, gera kokybė, tikslumas ir pan. Tretieji asmenys sužinoję, jog prekės žymuo neregistruotas, gali siekti pasinaudoti šio ženklo žinomumu ir jam priskiriamomis savybėmis.

3.2. Nesąžiningi pareiškėjo ketinimai

Nesąžiningų ketinimų ir nesąžiningos konkurencijos sąvokos, kai ginčo šalys yra konkurentai, iš esmės yra vienodos⁶⁰. Tačiau nesąžiningumo sąvoka yra platesnė, nei nesąžiningos konkurencijos sąvoka, kadangi nesąžiningai galima pasielgti ir situacijose, kur nėra konkurencinių santykių tarp teisėto prekių ženklo savininko ir nesąžiningo pareiškėjo. Nesąžiningi ketinimai - tai sąžiningumo priešingybė, dažniausiai reiškianti arba apimanti aiškiai išreikštą arba numanomą apgaulę, arba ketinimą apgauti ir suklaidinti, arba bet kurią kitą blogą ketinimą⁶¹. Doktrinoje prekių ženklai įregistruoti turint nesąžiningų ketinimų, o būtent praturtėti vien iš prekių ženklo registracijos, neturint tikslo ženklo naudoti komercinėje veikloje, dar vadinami spekuliaciniais ženklais. Tai svetimi ženklai, kuriuos įregistruoja nesąžiningi asmenys, sužinoję, kad neregistruoto ženklo savininkai ketina

⁵⁸ Pirmosios instancijos teismas. 2009 m. kovo 24 d. byloje *Moreira da Fonseca/OHIM* T-579/10, EU:T:2009:77, paragrafas 22.

⁵⁹ Bendrasis Teismas. 2013 m. gegužės 7 d. byloje *macros consult GmbH – Unternehmensberatung für Wirtschafts- und Finanztechnologie/OHIM* T-579/10, EU:T:2013:232, paragrafas 62.

⁶⁰ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2006 m. gegužės 10 d. nutartis civilinėje byloje *Technoservice SRL v. UAB „Neono linija“*, Nr. 3K-3-325/2006.

⁶¹ BIRŠTONAS, R., et al. *Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010, p. 553.

pardavinėti kokius nors gaminius, o kai tai pradeda daryti, pareikalauja iš jų pirkti įregistruoto ženklo licenciją⁶². ESTT byloje *Henkel v. OHIM*⁶³ yra pažymėjęs, jog tokiu atveju prekių ženklas neatlieka savo pagrindinės funkcijos – garantuoti vartotojui ar galutiniam naudotojui konkrečios prekės ar paslaugos kilmės tapatybę ir leisti neklystant atskirti šią prekę ar paslaugą nuo kitos kilmės prekių ir paslaugų. EUIPO parengtoje „Nesąžiningų ketinimų studijoje“⁶⁴ paraiška registruoti prekių ženklą laikoma paduota turint nesąžiningų ketinimų, egzistuojant dviem aplinkybėms: (1) pareiškėjas žinojo arba turėjo žinoti apie ankstesnį tapatų ar panašų⁶⁵ ženklą; (2) pareiškėjo ketinimai yra nesąžiningo pobūdžio. Vadinasi tokio pobūdžio bylose esminės įrodinėtinos aplinkybės yra pareiškėjo žinojimo apie ankstesnę teisę faktas bei subjektyvus pareiškėjo ketinimų pobūdis.

Nesąžiningų ketinimų studijoje nurodoma, jog prekių ženklų nenaudojimo faktas savaime nėra pakankamas tam, kad būtų galima laikyti, jog pareiškėjas veikė nesąžiningai. Vis tik ši aplinkybė, vertintina kartu su kitomis byloje reikšmingomis aplinkybėmis, turi didelę reikšmę nustatant, ar paraišką padavęs asmuo turėjo nesąžiningų ketinimų⁶⁶. Pavyzdžiui pareiškėjas įregistravęs tapatų arba klaidinamai panašų prekių ženklą į naudojamą, bet neregistruotą žymenį, nevykdo jokios veiklos su šiuo prekių ženklu. Kadangi prekių ženklų funkcija prekių ir paslaugų atskyrimas ir identifikavimas komercinėje rinkoje, tokie pareiškėjo veiksmai keltų pagrįstas abejones dėl jų sąžiningumo. Nesąžiningumui nustatyti vien prekių ženklų tapatumo fakto neužtenka. Nesąžiningumas nėra nepaneigiamas, pareiškėjas turi turėti galimybę pateisinti savo veiksmus. Tai jis galėtų padaryti pateikdamas įrodymus apie savo ketinimus naudoti, reklamuoti šį prekių ženklą (pvz. susitarimus su kitais subjektais dėl prekių ženklinimo, reklamos kūrimo, komercinius planus pateikti prekę į rinką ir pan.). Nesąžiningų ketinimų studijoje nurodoma, jog tokiu atveju, kai pareiškėjas nevykdo realios komercinės veiklos yra labiau tikėtina, kad paraiška dėl prekių ženklo registravimo paduota nesąžiningai ir ženklas buvo įregistruotas turint tikslą rezervuoti šį ženklą, tikintis iš

⁶² KASPERAVIČIUS, P.; ŽILINSKAS, V. *Intelektinė nuosavybė ir jos apsauga*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2004, p. 202.

⁶³ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2004 m. balandžio 29 d. sprendimas *Henkel/OHIM*, C-456/01 P ir C-457/01 P, EU:C:2004:258.

⁶⁴ Bad faith case study (Final version). Alikantė, 2003 m. sausio 31 d. [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-22]. Prieiga per internetą: <<http://oami.europa.eu/en/enlargement/pdf/badfaithCS3101.pdf>>.

⁶⁵ Du prekių ženklai yra panašūs, kai atitinkama visuomenė juos suvokia kaip vienodus bent jau iš dalies vienu ar keliais atitinkamais aspektais - generalinės advokatės E. Sharpston išvada. 2008 m. kovo 13 d. byloje *L & D SA C-488/06 P*, EU:C:2008:168, paragrafas 28.

⁶⁶ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2003 m. balandžio 14 d. nutartis civilinėje byloje *Vokietijos bendrovė Stada Arzneimittel AG v. Didžiosios Britanijos bendrovė Nestra Limited*, Nr. 3K-3-482/2003.

to praturtėti. Atsižvelgiant į tai, kad tai nėra nepaneigiama prezumpcija, tokia taisyklė nelaikytina per daug apribojanti pareiškėjo teises, pareiškėjas turi visas galimybes įrodyti ketinimų sąžiningumą.

Reglamento dėl ES prekių ženklo 52 str. 1 d. b p. nurodoma „nesąžiningų ketinimų“ sąvoka nėra apibūdinta ar paaiškinta jokiam Europos sąjungos teisės akte, tačiau EUIPO yra pasisakęs, jog nesąžiningi ketinimai neatitinka tinkamo komercinio elgesio standartų. Kitoks elgesys taip pat gali būti laikomas nesąžiningais ketinimais. Konceptualiai, nesąžiningi ketinimai gali būti suprantami kaip „nagarbingas ketinimas“⁶⁷. Tai tolygu akivaizdžiai nesąžiningiems verslo ketinimams ir atitinka situaciją, kai trečiųjų šalių prekių ženklai buvo įregistruoti pareiškėjo, kuris su tais prekių ženklais neturi jokio ryšio⁶⁸. Vertinant ketinimų sąžiningumą gali būti atsižvelgta ir į komercinę logiką, kuria vadovautasi pateikiant paraišką įregistruoti šį žymenį kaip ES prekių ženklą, ir į su paraiškos pateikimu susijusių įvykių chronologiją⁶⁹. Iš esmės vertinant tokią situaciją svarbiausia atsakyti į klausimą ar sąžiningas subjektas elgtųsi tokiu būdu kaip pareiškėjas.

Valstybių narių teisės aktuose įtvirtinta nesąžiningų ketinimų sąvoka skiriasi, pavyzdžiui Suomijoje nesąžiningi ketinimai siejami su tuo, jog pareiškėjas žinojo apie kitą prekių ženklą ir savąjį prekių ženklą pradėjo naudoti vėliau negu neregistruotą prekių ženklą⁷⁰. Tuo tarpu Prancūzijos teisės aktai apskritai nepateikia „nesąžiningų ketinimų“ sąvokos, ji yra suformuota teismų praktikos. Prancūzijos Aukščiausiasis Teismas yra konstatavęs, jog prekių ženklo registracija yra laikoma sukčiavimu, tokiu atveju, kai ji atliekama vieninteliu tikslu – atimti iš kito asmens galimybę naudotis veiklai reikiamu prekių ženklu⁷¹. Taigi yra kreipiamas dėmesys būtent į pareiškėjo veiksmų tikslus. Vokietijos prekių ženklų įstatyme nesąžiningi ketinimai siejami su (1) žinojimu apie ankstesnį prekių ženklą; (2) ankstesnio prekių ženklo teisine apsauga; (3) pareiškėjo ketinimais nesąžiningai

⁶⁷ OHIM Apeliacinė taryba. 2004 m. gruodžio 13 d. *East side Mario's* R 582/2003-4 [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <<http://oami.europa.eu/en/mark/marque/pdf/cancellation-EN.pdf>>, p. 11.

⁶⁸ OHIM Apeliacinė taryba. 2013 m. vasario 25 d. sprendimas *Finmeccanica S.p.A. v. Grupo Canosci, s.l.* R2448/2010-4 [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <<http://www.ipo.org/wp-content/uploads/2013/11/badfaithfilings.pdf>>, p. 39.

⁶⁹ Bendrasis Teismas. 2013 m. liepos 11 d. sprendimas *SA.PAR. Srl/OHIM* T-321/10, EU:T:2013:372, paragrafas 23, 30.

⁷⁰ Suomijos prekių ženklų įstatymas Nr. 1220 2004 m. gruodžio 21 d. 14 str. 7 d. [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <http://oami.europa.eu/pdf/mark/nl_fi_1_en.pdf>, p. 4, iš HOULIHAN, E. *Bad Faith Trade Mark Filings – An International Perspective* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <<http://www.ipo.org/wp-content/uploads/2013/11/badfaithfilings.pdf>>, p. 41.

⁷¹ Prancūzijos Aukščiausiasis Teismas komercinių bylų teisėjų kolegija. 2006 m. balandžio 25 d. apeliacijos Nr. 04-15.641, *Ibid*, p. 43.

konkuruoti⁷². Airijoje nesąžiningi ketinimai apibūdinami, kaip elgesys, kurį protingas ir patyręs žmogus laikytų neatitinkančiu priimtų komercinio elgesio standartų⁷³. Manytina, jog tokie apibrėžimai yra pernelyg abstraktūs, nėra pateikiama jokių veiksmų vertinimo kriterijų, tokių kaip registracijos laikas, pareiškėjo tikslas, žinojimas apie kito asmens teises. Žinoma, šių valstybių įstatymų leidėjas galėjo palikti šių kriterijų suformavimą teismų diskrecijai.

Prekių ženklų teisėje yra vadovaujamosi principu „kas pirmas laike, tas pirmas teisėje“⁷⁴ t. y. bendru atveju pirmam paraišką dėl prekių ženklo registracijos pateikusiam asmeniui priklauso ir visos teisės į prekių ženklą. LAT yra pažymėjęs, jog šis principas nors ir nėra absoliutus, tačiau visgi yra vienas pagrindinių principų prekių ženklų teisėje, o tam kad jį paneigti, vien tik kito ūkio subjekto atitinkamas komercinis interesas savaime nėra pagrindas pripažinti pirmiau įregistruoto prekių ženklo registraciją neteisėta ir negaliojančia⁷⁵. Taigi yra priimta, jog būtent vėlesnių teisių savininkui tenka pareiga įrodyti ankstesnės registracijos teisių savininko nesąžiningus ketinimus. Tačiau pabrėžtina, jog komercinio intereso kriterijus turi didelę reikšmę įrodant buvimą kito kriterijaus – žinojimo arba galėjimo žinoti apie kito asmens subjekcinę teisę į ginčijamą ženklą⁷⁶.

Pažymima, jog pareiškėjo nesąžiningais ketinimais negalima remtis paraiškos protesto procedūroje, šiuo pagrindu galima reikalauti pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia⁷⁷. Byloje nustatius, jog pareiškėjo prekių ženklo įregistravimas buvo savaiminis t. y. šis registravimas nebuvo nukreiptas į ateityje planuojamą vykdyti veiklą, galima spręsti ar šis registravimas nebuvo atliktas žinant apie ankstesnę kito asmens teisę. PŽĮ 7 str. 3 d. numatyta „pirmumo laike – pirmumo teisėje“ principo išimtis (bet ne taisyklė) – prekės ženklo registracija gali būti pripažinta negaliojančia, jeigu paaiškėja, kad pareiškėjas padavė paraišką įregistruoti ženklą turėdamas nesąžiningų ketinimų. Pagal Lietuvoje galiojantį teisinį reglamentavimą, tai – vienas iš vadinamųjų kitų (santykinių, reliatyvių) ženklo registracijos negaliojimo pagrindų, pagal kuriuos ekspertizė, sprendžiant dėl ženklo

⁷² Vokietijos prekių ženklų įstatymo 10 str., *Ibid*, p. 49.

⁷³ Airijos prekių ženklų įstatymo 8 str., *Ibid*, p. 62.

⁷⁴ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2009 m. lapkričio 17 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-507/2009.

⁷⁵ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2012 m. lapkričio 8 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Boslita“ ir Ko v. AS „Latvijas Balzams“ Nr. 3K-3-485/2012.

⁷⁶ BIRŠTONAS, R., et al. *Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010, p. 554.

⁷⁷ HEATH, G. *Annual Review of EU Trademark Law 2013 in Review* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-03-19]. Prieiga per internetą: <http://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20104/vol104_no2_a1.pdf>, p. 576.

registracijos VPB, neatliekama⁷⁸. Ginčyti prekių ženklo registraciją šiais pagrindais tretieji asmenys gali protesto laikotarpiu nuo įregistruoto ženklo paskelbimo (PŽĮ 18 str.) arba jau po ženklo registracijos (PŽĮ 7 str.). LAT jurisprudencijoje išaiškinta⁷⁹, kad pagrindas pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia dėl nesąžiningų ketinimų yra išimtinio pobūdžio (*ultima ratio*) priemonė, siekiant apginti kito asmens teises į atitinkamą prekių ženklą ar naudojamą žymenį.

Nacionalinė teisė sprendžia ar žymuo yra saugomas konkrečioje teritorijoje, o Sąjungos teisė sprendžia ar tas ženklas yra didesnės nei vietinės reikšmės. Kad būtų užtikrinta ši apsauga, Reglamento dėl ES prekių ženklo 8 str. 4 d. aiškiai nurodyti „valstybės narės įstatymai“, kurie taikomi minėtai ankstesnei teisei. Tik konkretaus žymens naudojimą reglamentuojanti nacionalinė teisė leidžia nustatyti, ar šis žymuo yra ankstesnis už ES prekių ženklą ir ar jis gali pateisinti draudimą naudoti vėlesnį prekių ženklą⁸⁰. Taigi visų pirma nustatyti ar žymuo saugojamas nacionalinės teisės aktu, jeigu tokia apsauga įrodoma, Sąjungos teisės pagrindu vertinama ar faktinis žymens žinomumas yra pakankamai reikšmingas. Todėl neregistruoto žymens savininkas savo teisės gynybą turėtų grįsti nacionalinės teisės (teritorijos kur naudojamas žymuo) teikiama apsauga ir faktiniu žymens žinomumu. Tokiu atveju jeigu ženklas visgi yra tik vietinės reikšmės, jo savininkas gali protestuoti prieš ES prekių ženklo naudojimą toje vietovėje, kurioje jo teisės yra apsaugotos, tiek, kiek tai leidžia tos valstybės narės įstatymai (Reglamento dėl ES prekių ženklo 111 str. 1 d.). Tai yra ES prekių ženklo vieningumo principo išimtis.

3.2.1. Praktika dėl nesąžiningų ketinimų

2009 m. birželio 11 d. Sprendime *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG v. Franz Hauswirth GmbH*⁸¹ ESTT pirmą kartą pateikė paaiškinimus kaip turėtų būti aiškinama Reglamento Nr. 40/94 (toliau – Reglamentas 40/90) 51 str. 1 d. b p. nurodyta nesąžiningų

⁷⁸ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2009 m. lapkričio 17 d. nutartis civilinėje byloje *ROLEX SA v. P. T. Permona* Nr. 3K-3-507/2009.

⁷⁹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2016 m. sausio 6 d. nutartis civilinėje byloje „*Siemens AG*“ v. *UAB „Simatika“*, Nr. 3K-3-57-611/2016; Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2012 m. lapkričio 8 d. nutartis civilinėje byloje *UAB „Boslita“ ir Ko v. AS „Latvijas Balzams“* Nr. 3K-3-485/2012.

⁸⁰ Pirmosios instancijos teismas. 2009 m. kovo 24 d. sujungtose bylose *Alberto Jorge Moreira da Fonseca, L^{da}/OHIM T-318/06-T-321/06*, EU:T:2009:77, paragrafas 34.

⁸¹ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2009 m. birželio 11 d. sprendimas *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG/Franz Hauswirth GmbH*, C-529/07, EU:C:2009:361.

ketinimų sąvoka, šie išaiškinimai cituojami ir vėlesnėse bylose⁸². ESTT padarytos išvados yra reikšmingos ir dabar, nes Reglamento 40/94 51 str. 1 d. b p. analogiškas jį pakeitusio Reglamento dėl ES prekių ženklo 52 str. 1 d. b p. Austrijos nacionaliniame teisme ieškovas Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG dėl prekių ženklo savininko teisių pažeidimo reikalavo Austrijoje įsteigtos Franz Hauswirth GmbH nustoti gaminti ir pardavinėti Europos Sąjungos teritorijoje šokoladinius zuikius, panašius į ieškovui priklausantį erdvinį ES prekių ženklą - šokoladinį zuikį, nes kyla pavojus juos supainioti. Franz Hauswirth, priešieškiniu nurodė, jog prekės ženklas buvo įregistruotas turint nesąžiningų ketinimų, todėl turėtų būti panaikintas. ESTT pasisakė, jog vertindamas pareiškėjo nesąžiningumą, turi atsižvelgti į aplinkybes egzistavusias paraiškos pateikimo metu. Taigi vertinant pareiškėjo sąžiningumą, neturėtų būti kreipiamas dėmesys į informaciją, kurią jis sužinojo jau pateikęs paraišką prekės ženklui registruoti, nes tai nekeičia pareiškėjo ketinimų pobūdžio veiksmų atlikimo metu. Analogiškai, vėlesni pareiškėjo veiksmai, tokie kaip ženklo perleidimas, negali paneigti nesąžiningumo, jeigu paraiškos padavimo metu pareiškėjas veikė nesąžiningai. Šiame kontekste aiškindamas sąvoką „turi žinoti“ ESTT pabrėžė, kad: „juo ilgesnė šio naudojimo trukmė, juo labiau tikėtina, kad pareiškėjui apie jį bus žinoma registravimo paraiškos pateikimo momentu^{83c}. LAT šiuo klausimu laikosi analogiškos pozicijos⁸⁴. Tai *inter alia* susiję su aplinkybe, kad ženklo registracijos pripažinimas negaliojančia, skirtingai nuo ženklo registracijos panaikinimo, yra negaliojimas *ab initio*⁸⁵.

Taigi vertinant ar pareiškėjas turėjo nesąžiningų ketinimų registruodamas prekių ženklą, turi būti atsižvelgiama tik į tas aplinkybes, kurios buvo prekės ženklo paraiškos padavimo metu, o ne į vėlesnes aplinkybes. Į vėlesnes aplinkybes atsižvelgtina tik tokiu atveju, jeigu jos padeda atskleisti prekės ženklo registravimo metu egzistavusias aplinkybes. Kaip sprendime nurodė ESTT, net ir nustatius pareiškėjo žinojimą, tai savaime dar nereiškia jo nesąžiningumo⁸⁶. Ypač kai registravimo paraiškos pateikimo momentu pareiškėjas žino,

⁸² Bendrasis Teismas. 2012 m. vasario 1 d. sprendimas *Carrols Corp./OHIM* T-291/09, EU:T:2012:39, paragrafas 44; Bendrasis Teismas. 2014 m. gegužės 8 d. sprendimas *Simca Europe Ltd/OHIM* T-327/12, EU:T:2014:240, paragrafas 36 – 40.

⁸³ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2009 m. birželio 11 d. sprendimas *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG/Franz Hauswirth GmbH*, C-529/07, EU:C:2009:361.

⁸⁴ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2008 m. birželio 25 d. nutartį civilinėje byloje UAB „Restoranų grupė w“, K. B. v. AB „Ragutis“, Nr. 3K-3-160/2008.

⁸⁵ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2002 m. gruodžio 3 d. nutartis civilinėje byloje *Alec M. Gallup v. Suomen Gallup OY*, Nr. 3K-3-1340/2002.

⁸⁶ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2009 m. birželio 11 d. sprendimas *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG/Franz Hauswirth GmbH* C-529/07, EU:C:2009:361.

kad neseniai rinkoje pradėjęs veikti trečiasis asmuo mėgina pasinaudoti minėtu žymeniu, kopijuodamas jo ženklą, ir tai verčia pareiškėją šį žymenį įregistruoti, kad užkirstų kelią naudoti jo išvaizdą. Tokie veiksmai artimesni savignybei negu piktnaudžiavimui ar siekimui pasipelninti. Todėl vien aplinkybė, jog asmuo registruodamas savo prekių ženklą žinojo arba turėjo žinoti apie ankstesnį žymenį, nereiškia, jog pareiškėjas turėjo ir nesąžiningų ketinimų, būtina atsižvelgti į pareiškėjo registracijos tikslą.

Minėto sprendimo 53 p. ESTT nurodė, kad, vertinant pareiškėjo nesąžiningumą, reikia atsižvelgti į visus nagrinėjamai bylai būdingus veiksnius, be kita ko, į:

- 1) tai, kad pareiškėjas žino ar turi žinoti, jog trečiasis asmuo bent vienoje valstybėje narėje naudoja tapatų ar su prašomu įregistruoti žymeniu galimą supainioti panašų žymenį tapačioms ar panašioms prekėms;
- 2) <...> pareiškėjo ketinimą užkirsti kelią šiam trečiajam asmeniui toliau naudoti šį žymenį;
- 3) teisinės apsaugos, suteikiamos trečiojo asmens žymeniui ir prašomam įregistruoti žymeniui, laipsnį.

Pirmąjį punktą, jog pareiškėjas žinojo apie ankstesnį prekių ženklą galima nustatyti iš tokių aplinkybių, kaip veikimas toje pačioje sferoje, ankstesni pareiškėjo ryšiai su neregistruoto prekių ženklo savininku ir pan. Sprendime ESTT paminėjo, jog žinojimo prezumpcija gali kilti, be kita ko, dėl to, kad konkrečiame ekonomikos sektoriuje bendrai žinoma apie tokį ženklo naudojimą, o šis žinojimas gali būti grindžiamas, be kita ko, tokio naudojimo trukme⁸⁷. Suprantama, jog ženklo žinomumas rinkoje priklauso nuo jo naudojimo trukmės. Antrąją aplinkybę suponuotų tai, jog įregistruotu ženklu nebuvo naudojamosi komercinėje veikloje ir šio ženklo registracijos pagrindu vėliau pareikalauta nutraukti naudojimąsi neregistruotu prekių ženklu ar pirkti licenciją jo naudojimui. ESTT taip pat pažymėjo, jog išvardyti veiksniai yra tik keli pavyzdžiai aplinkybių, į kurias gali būti atsižvelgiama nusprendžiant, ar paraišką įregistruoti pateikęs asmuo pateikdamas paraišką buvo nesąžiningas.

Šiame sprendime ESTT nurodė, jog ketinimas užkirsti kelią pardavinėti prekę gali, tam tikromis aplinkybėmis, liudyti apie pareiškėjo nesąžiningumą, ypač jeigu nustatoma, jog tai buvo pagrindinis pareiškėjo tikslas. Atsižvelgtina į tai, jog nustatant nesąžiningumą pagrindinis elementas yra pareiškėjo nesąžiningi ketinimai - subjektyvus kriterijus. Todėl

⁸⁷ *Ibid*, paragrafas 39.

siekiant objektyvumo nesąžiningumas paprastai turėtų būti nustatomas pagal susijusias objektyvias aplinkybes, nebent pareiškėjas pats pripažintų savo nesąžiningus ketinimus registruojant prekės ženklą⁸⁸. Vadinasi ankstesnio neregistruoto žymens savininkas objektyviomis aplinkybėmis, rašytiniais įrodymais turėtų įrodyti, jog pareiškėjas iš tiesų siekė nesąžiningų tikslų. Tokią aplinkybę galėtų pagrįsti šalių susirašinėjimai ar kiti dokumentai patvirtinantys, jog pareiškėjas neturėjo jokio komercinio tikslo prekių ženklo registravimui ir vėliau kreipėsi į trečiąjį asmenį siekdamas uždrausti pardavinėti prekes pažymėtas šiuo prekių ženklu.

Kitoje Bendrojo Teismo byloje *Carrols Corp. v. OHIM*⁸⁹ ieškovė ginčijo prekių ženklo registraciją taip pat remdamasi nesąžiningais pareiškėjo ketinimais. Teismas atmetė ieškinį remiantis tuo, jog ieškovė neįrodė ir net netvirtino, jog prieš pateikiant ginčijamo prekių ženklo paraišką egzistavo tiesioginiai ar netiesioginiai santykiai tarp ginčo šalių, kuriais būtų galima paaiškinti pareiškėjo nesąžiningumą. Bylos šalių kontaktus iki ženklo registracijos paaiškina pareiškėjo ankstesne teise pagrįstas protestas prieš prekių ženklų registraciją Ispanijoje, kurios prašė ieškovė, ir jie negali paaiškinti tariamo pareiškėjo nesąžiningumo. Teismas nusprendė, jog ieškovei pateiktas pasiūlymas sumokėti 5 mln. USD finansinę kompensaciją už ES prekių ženklo perleidimą, kad ir kokia didelė ji būtų, negali įrodyti, jog ginčijamo prekių ženklo paraiškos pateikimo momentu įstojusi į bylą šalis buvo nesąžininga. Be to, ženklų tapatumas nesant jokių kitų svarių įrodymų, negali įrodyti pareiškėjo nesąžiningumo paraiškos pateikimo momentu.

Visų pirma, remiantis šiais išaiškinimais galima daryti išvadą, jog bylose, kuriose nagrinėjamas šalies nesąžiningų ketinimų klausimas, yra itin svarbu įvertinti ar buvo ir jeigu buvo, tai kokio pobūdžio, šalių kontaktai iki paraiškos pateikimo. Jeigu kontaktai susiję išimtinai su ankstesnių teisių pažeidimu (pavyzdžiui šaliai pateikiamas prašymas nutraukti neregistruoto ženklo naudojimą), tai negalėtų įrodyti pareiškėjo nesąžiningumo. Priešingai, tokios aplinkybės parodo, jog subjektas suvokė teisių konfliktą. Antra, ženklų tapatumas pats savaime nėra pakankamas įrodymas konstatuoti šalies nesąžiningumo. Todėl ankstesnės teisės savininkui yra priskirtina įrodinėjimo našta, būtent ši šalis turėtų pateikti įrodomus, kurie patvirtintų, jog ženklai ne tik tapatūs, bet ir patvirtintų pareiškėjo žinojimą apie ankstesnę teisę (pvz. sutartinius, ikisutartinius arba posutartinius santykius, abipusius

⁸⁸ Generalinės advokatės E. Sharpston išvada. 2009 m. kovo 12 d. byloje *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG/Franz Hauswirth GmbH* C-529/07, EU:C:2009:148.

⁸⁹ Bendrasis Teismas. 2012 m. vasario 1 d. sprendimas *Carrols Corp./OHIM* T-291/09, EU:T:2012:39.

įsipareigojimus⁹⁰ patvirtinantys dokumentai) arba pareiškėjo nesąžiningų veiksmų kryptingumą (pvz. susirašinėjimas patvirtinantis, jog registruodamas ženklą pareiškėjas siekė nesąžiningai konkuruoti).

LAT pateikė šiuo klausimu svarbius išaiškinimus civilinėje byloje⁹¹, kurioje ieškovai K. B. ir UAB „Restoranų grupė FORTAS“ siekė pripažinti atsakovo AB „Ragutis“ prekių ženklų⁹² registracijas negaliojančiomis dėl atsakovo nesąžiningų ketinimų, pareiškiant registruoti prekių ženklus. Kasacinis teismas vertindamas ar atsakovas AB „Ragutis“ savo vardu įregistruodamas prekės ženklą „FORTAS“ ir kitus susijusius ženklus turėjo nesąžiningų ketinimų, atsižvelgė ir į tai, jog atsakovas AB „Ragutis“ yra vienas seniausių ir didžiausių alaus gamintojų Lietuvoje ir tiesiog neturėjo poreikio kaip nors pasinaudoti ieškovo UAB „Restoranų grupė FORTAS“, pradėjusio restoranų verslą tik 1996 m., prekių ženklu FORTAS nesąžiningų ketinimų prasme. Vadinasi sprendžiant dėl nesąžiningų ketinimų registruojant prekės ženklą atsižvelgtina ir į tai ar pareiškėjas, atsižvelgiant į jo vykdomą veiklą bei turimą reputaciją, galėtų turėti suinteresuotumą pasinaudoti ginamo žymens reputacija. Iš tiesų, mažai tikėtina, jog veiklą atitinkamoje srityje ilgą laiką vystantis ir reputaciją susikūręs subjektas turėtų interesą pasinaudoti naujo neregistruoto žymens reputacija. Taigi vadovaudamasis šiuo išaiškinimu teismas turėtų vertinti ar yra tikėtina, jog konkretus subjektas turėjo interesą pasinaudoti kito asmens reputacija.

Be jau išvardintų kriterijų, teisės doktrinoje⁹³, yra išskiriami kriterijai į kuriuos atsižvelgtina sprendžiant dėl pareiškėjo ketinimų sąžiningumo ar nesąžiningumo: (1) nesąžiningų ketinimų kryptingumas ir poveikis konkrečiai tam asmeniui, kuris siekia užginčyti prekių ženklo registraciją; (2) subjekcinė teisė, grindžiama prekių ženklo registracija, plačiu žinomumu, geru vardu ir reputacija; (3) Reklamos faktas; (4) Subjektų ankstesnis bendradarbiavimas; (5) Prekių ženklų ir jais pažymėtų prekių ir paslaugų tapatumas.

Taigi teismas turėtų įvertinti, o ieškovas gindamas savo ankstesnio neregistruoto žymens teisę, siekti įrodyti ir šiuos kriterijus. Nesąžiningų veiksmų kryptingumas yra susijęs

⁹⁰ Bendrasis Teismas. 2013 m. liepos 11 d. sprendimas *SA.PAR. Srl/OHIM* T-321/10, EU:T:2013:372, paragrafas 28.

⁹¹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2008 m. birželio 25 d. nutartis civilinėje byloje *K. B., UAB „Restoranų grupė FORTAS“ v. AB „Ragutis“*, Nr. 3K-3-160/2008.

⁹² FORTAS ŠVIESUSIS ALUS Light beer; FORTAS STIPRUS ALUS Strong beer; FORTAS TAMSUSIS ALUS DARK BEER ir FORTAS LEDO alus.

⁹³ BIRŠTONAS, R., *et al. Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010, p. 554.

su pareiškėjo veiksmų planavimu, išankstiniu nukreipimu konkrečiam tikslui – nesąžiningai konkuruoti su konkurentu, naudojančiu žymenį. Tai, jog prekių ženklų pažymėtos prekės ar paslaugos buvo reklamuojamos sumažina tikimybę, jog pareiškėjas nežinojo apie ankstesnį prekių ženklą. Kaip jau minėta cituotoje kasacinio teismo byloje⁹⁴, ankstesnis subjektų bendradarbiavimas leidžia spręsti, jog pareiškėjas turėjo žinoti apie ankstesnį žymenį. Jeigu ankstesnis prekių ženklas kurį laiką nebuvo naudojamas, nereiškia, jog tapataus ar panašaus prekių ženklo registracija nebus įvertinta, kaip pareikšta turint nesąžiningų ketinimų, jeigu nenaudojamas prekių ženklas vis dar turi reputaciją ir pareiškėjas žinojo apie egzistuojančią nenaudojamą ankstesnę teisę ir siekė pasinaudoti (angl. *free-ride*) ankstesnio prekių ženklo reputacija⁹⁵.

Asmuo prašantis prekės ženklo registraciją pripažinti negaliojančia turi įrodyti, jog prekės ženklą įregistravęs asmuo žinojo arba negalėjo nežinoti apie ankstesnį žymenį. Priešingu atveju būtų nepagrįsta prekės ženklo registraciją pripažinti negaliojančia remiantis ankstesne teise apie kurią prekės ženklo savininkas apskritai nežinojo.

LAT civilinėje byloje Nr. 3K-3-325/2006⁹⁶ vertindamas pareiškėjo žinojimą apie ankstesnę teisę PŽĮ 7 str. 3 d. kontekste atsižvelgė į tokias aplinkybes: (1) pareiškėjo registruoti prekių ženklą direktorius ir vienas iš steigėjų J. V., prieš tai dirbo bendrovėje, kuri prekiavo ir ieškovo prekėmis; (2) būtent J. V. tvarkė atitinkamus klausimus, susijusius su ženklo registracija⁹⁷; (3) rinka, kurioje susikerta ieškovo bei atsakovo interesai pagal savo pobūdį ir specifiką nėra didelė, ir bendrovėms, veikiančioms šioje srityje, buvo žinoma apie ieškovo bendrovę. Remdamasis šiomis aplinkybėmis kasacinis teismas konstatavo, jog pareiškėjas žinojo apie ankstesnį žymenį. Taigi šioje byloje pateikti išaiškinimai parodo, jog vertinant pareiškėjo nesąžiningus ketinimus yra labai svarbu įsigilinti ir nustatyti visus įmanomus (ir netgi numanomus) ryšius tarp pareiškėjo ir asmens, kuris gina savo ankstesnę teisę teisme. Vertinant nesąžiningumą atsižvelgtina netgi į atskirų darbuotojų susijusių su ženklo registracija žinojimą apie prekių ženklą.

Apibendrinant, neregistruotų prekių ženklų apsaugą, galima teigti, kad harmonizavimo ES lygiu nebuvimas sukelia pernelyg didelius trukdžius bendrovėms veikiančioms vieningoje

⁹⁴ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2006 m. gegužės 10 d. nutartis civilinėje byloje *TECHNOSERVICE SRL v. UAB „Neono linija“*, Nr. 3K-3-325/2006.

⁹⁵ Bendrasis Teismas. 2014 m. gegužės 8 d. sprendimas *Simca Europe Ltd/OHIM T-327/12*, EU:T:2014:240, paragrafas 63.

⁹⁶ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2006 m. gegužės 10 d. nutartis civilinėje byloje *TECHNOSERVICE SRL v. UAB „Neono linija“*, Nr. 3K-3-325/2006.

⁹⁷ V.J. pateikė paraišką, ženklo registracijos proceso metu susirašinėjo su VPB darbuotojais, kt.

ES rinkoje. Žinoma dėl nacionalinių teisinių sistemų skirtingumo harmonizavimas nėra lengvas uždavinys. Vis dėl to, įvertinant galiojančią neregistruotų ženklų apsaugą nacionaliniu (kaip minėta, daugelyje valstybių reikalaujama tam tikro ženklo žinomumo) bei ES lygiu ir atsižvelgiant į teigiamą harmonizacijos poveikį ES vieningai rinkai, neregistruotų ženklų savininkų teisių aiškumo užtikrinimą, turėtų būti svarstomas šio instituto harmonizavimas. Iš esmės reikėtų nustatyti aiškius kriterijus suponuojančius neregistruoto ženklo apsaugą ES lygiu. Natūralu, jog asmenys pradedantys verslą labiau rūpinasi įsitvirtinimu rinkoje, o ne naudojamo ženklo apsauga, kuri yra neatsiejama nuo mokesčių ir užtrunkančių procedūrų. Tam, kad asmuo susirūpintų ženklo apsauga visų pirma reikia sukurti ženklo vertę. Dėl šių priežasčių egzistuoja poreikis harmonizuoti neregistruoto ženklo apsaugą ir jos kriterijus ES. Kadangi šiuo metu neregistruoto ženklo apsauga yra visiškai priklausoma nuo nacionalinės teisės. Dabartinė situacija, kada valstybės narės nėra įpareigosos saugoti neregistruotus ženklus, bet ir nėra draudžiama tokią apsaugą nustatyti, lemia esminius šio objekto apsaugos skirtumus ES – vienoje šalyje apskritai nėra nustatyta apsauga, kitose savininkų teisės saugomos tik nesąžiningos konkurencijos normomis arba apsauga suteikiama apskritai tik plačiai žinomiems neregistruotiems ženkliams.

4. ASMENS VARDAS, PAVARDĖ IR PSEUDONIMAS

Asmens vardas, pavardė yra skirti asmeniui identifikuoti, atskirti nuo kitų asmenų. Fiziniam asmeniui vardas ir pavardė suteikiami registruojant civilinės metrikacijos įstaigoje jo gimimą (Civilinės metrikacijos taisyklių⁹⁸ 33.1 p.). CK 2.20 str. komentare⁹⁹ nurodoma, jog teisės į vardą sudedamosios dalys yra teisė į pavardę, vardą ar vardus, taip pat teisė į pseudonimą (išgalvotą vardą ar pavardę). Atsižvelgiant į tai, kad daugybė žmonių turi tokius pačius vardus ir pavardes, o pseudonimai iš viso neregistruojami, nepaisant vardo ir pavardės registracijos, asmens teisė į vardą laikytina neregistruota teise prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia kontekste. Tokia išvada darytina dar ir dėl to, jog ženklo registracijos ginčijimas šiuo pagrindu yra labiau grįstas asmens žinomumu bei sąsajomis su ženklu nei su pačia vardo registracija.

⁹⁸ Patvirtintos Lietuvos Respublikos Teisingumo ministro 2006 m. gegužės 19 d. įsakymu Nr. 1R-160. *Valstybės žinios*, 2006, nr. 65-2415.

⁹⁹ BAKANAS, A., et al. *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras*. Antroji knyga. Asmenys. Vilnius: Justitia, 2002, p. 51.

Žinomo asmens vardo, pavardės ar pseudonimo panaudojimas kaip prekės ženklo be asmens sutikimo yra dar vienas santykinis prekės ženklo registracijos negaliojimo pagrindas (Reglamento dėl ES prekių ženklo 53 str. 2 d. b p., PŽĮ 7 str. 1 d. 6 p.). Reikalavimas gauti žymaus asmens, kurio vardas ketinamas naudoti prekių ženkle, sutikimą yra įtvirtintas daugelio valstybių narių teisėje (pvz. Lietuvos, Italijos¹⁰⁰). Šis pagrindas paremtas poreikiu apsaugoti asmens gerą vardą, reputaciją. Tokia apsauga PŽĮ nustatyta siekiant užtikrinti, jog prekės ženklai nepažeistų CK 2.20 str. įtvirtintos asmens teisės į vardą, pavardę ir pseudonimą. Kartu su prašymu panaikinti asmens teisę į vardą pažeidžiantį prekių ženklą, asmuo galėtų reikalauti ir turtinės bei neturtinės žalos atlyginimo CK 2.21 str. 1 d. pagrindu. Minėtame straipsnyje numatyta, jog fizinis asmuo turi teisę ne tik pats naudotis savo vardu, bet ir uždrausti tai daryti neturintiems jo sutikimo asmenims. Teisė į vardą yra asmens neturtinė civilinė teisė (CK 1.114 str.). Tačiau ESTT požiūriu Reglamento dėl ES prekių ženklo sąvoka „teisė į vardą“ apima ne tik žmogaus asmeninę savybę, bet ir vardo komercinį panaudojimą¹⁰¹. Asmens pavardė ir vardas yra asmenį individualizuojantys jo teisinio statuso elementai. Kiekvienas žmogus veikia, įgyja teisių ir pareigų savo vardu¹⁰².

Pažymėtina, jog PŽĮ 7 str. 1 d. 6 p. numatyta apsauga taikoma, tik tam tikrą žinomumą visuomenėje turinčio asmens vardui, pavardei ar pseudonimui. Tokia nuostata įtvirtinta, nes nežinomas asmuo nebus asocijuojamas su jo asmenvardžiui tapačiu prekės ženklu, todėl ir šio asmens teisė į vardą nebus pažeidžiama. Problema kyla dėl „žinomumo visuomenėje“ nustatymo, kokiais kriterijais remtis nustatant, jog asmuo ginčijantis jo vardui tapataus prekės ženklo registraciją yra pakankamai žinomas visuomenėje. Minėtos nuostatos formuluotėje žinomų asmenų vardai nurodomi jų neskirstant pagal sritis, kuriose žinomumas įgytas. Taip pat nėra jokios priežasties, kuri pateisintų PŽĮ 7 str. 1 d. 6 p. netaikymą tuo atveju, kai žinomo asmens vardas jau įregistruotas arba naudojamas kaip prekių ženklas. Taigi, šioje nuostatoje įtvirtinta tik viena sąlyga - kad atitinkamo asmens vardas būtų žinomas visuomenėje. Manytina, jog asmens žinomumas turėtų būti nustatomas teismo atsižvelgiant į bendrą visuomenės žinojimą apie konkretų asmenį patvirtinančius įrodymus (pvz. apklausas). Kaip vienas iš šios aplinkybės nustatymo kriterijų galėtų būti tai, kiek yra tikėtina, jog konkretus asmuo bus asocijuojamas su atitinkamu prekių ženklu. Pavyzdžiui

¹⁰⁰ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2011 m. liepos 5 d. sprendimas *Edwin Co. Ltd/OHIM, Elio Fiorucci* C-263/09 P, EU:C:2011:452.

¹⁰¹ *Ibid*, paragrafas 33.

¹⁰² BAKANAS, A., *et al. Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras*. Antroji knyga. Asmenys. Vilnius: Justitia, 2002, p. 51.

2011 m. įregistruotas ženklas „Marius“ negalėtų būti laikomas pažeidžiančiu, pavyzdžiui Lietuvos visuomenėje pakankamai gerai žinomo¹⁰³, aktorius Mariaus Jampolskio teisę į vardą, kadangi šis vardas yra itin paplitęs¹⁰⁴ ir nėra jokių kitų asociacijų tarp šio asmens ir ženklu žymimų prekių (ženklas registruotas apšvietimo, šildymo ir kt. įrenginiams (11 Nicos klasė¹⁰⁵)).

Šiuo klausimu Lietuvos teismų praktika labai negausi. Lietuvos apeliacinio teismo civilinėje byloje¹⁰⁶ buvo siekiama pripažinti brendžio prekės ženklo, sudaryto iš moters vardo, registraciją negaliojančia dėl tapatumo žinomos visuomenėje moters vardui. Šioje byloje pirmosios instancijos teismas konstatavo, kad prekių ženklas, sudarytas tik iš moters vardo, nėra vienareikšmiškai susietas su ieškove, nes žymuo, nesudarantis junginio su ieškovės pavarde S., yra suvokiamas kaip paplitęs Lietuvoje vardas. Lietuvos apeliacinis teismas atmetė tokias pirmosios instancijos teismo išvadas ir nurodė, jog sąsajas tarp brendžio ir ieškovės vardo patvirtina tokios aplinkybės: (1) ieškovė sukūrė šiam atsakovo gaminamam alkoholiniam gėrimui etiketę; (2) dalyvavo brendžio pristatymo renginiuose; (3) žiniasklaidoje ieškovė buvo siejama su šiuo alkoholiniu gėrimu; (4) nepriklausomos apklausos rezultatai parodė, jog 76,1 proc. šalies gyventojų teigė žinantys ieškovę, o beveik 50 proc. apklaustųjų brendžio pavadinimą siejo būtent su ieškove. Lietuvos apeliacinis teismas konstatavo, jog nors ieškovės vardas buvo pakankamai žinomas visuomenėje, tarp šalių buvo sudarytas susitarimas, kuriuo buvo išreikštas ieškovės sutikimas dėl jos vardo naudojimo prekių ženklui, todėl nėra pagrindo prekės ženklo registracijos pripažinimui negaliojančia pagal PŽĮ 7 str. 1 d. 6 p.

Pagal tokius Lietuvos apeliacinio teismo išaiškinimus galima padaryti išvadą, jog vertinant asmens žinomumo visuomenėje lygį galima atsižvelgti į visuomenės apklausos duomenimis, parodančius kokia apklaustųjų dalis žino atitinkamą asmenį bei sieja jį su ženklu, kurio registracija ginčijama. Todėl įstatyme naudojamos tapatumo ir klaidinamo panašumo sąvokos vertintinos atsižvelgiant į asociacijas tarp asmens ir ženklo. Labiau tikėtina, jog ženklo registracija šiuo pagrindu bus pripažinta tokiu atveju, kai asmenį ir

¹⁰³ DOMEIKAITĖ, A. „Sidabrinės gervės 2013“ apdovanojimuose triumfavo „Aurora“ [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-03-12]. Prieiga per internetą: <<http://www.15min.lt/naujiena/kultura/kinas/sidabrinu-gerviu-apdovanojimais-kas-bus-pripazinti-geriausiais-4-334582>>.

¹⁰⁴ 1960 – 2013 m. Lietuvoje įregistruota 17280 vardų Marius [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-03-12]. Prieiga per internetą: <<http://vardai.vlkk.lt/statistika/>>.

¹⁰⁵ 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutartis dėl tarptautinės prekių ir paslaugų ženklų registravimo klasifikacijos su vėlesniais pakeitimais. Valstybės žinios, 1996, nr. 73-1755.

¹⁰⁶ Lietuvos apeliacinio teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2009 m. vasario 2 d. nutartis civilinėje byloje R. S. v. R. Ž., Nr. 2A-57/2009.

ženklų pažymėtas prekes sieja tam tikros aplinkybės (pvz. asmens žinomumas toje prekių srityje). Toks atvejis galėtų būti ženklas skirtas virtuvės įrankiams, kuris sudarytas iš garsaus virtuvės šefo pavardės. Taip pat būtina įvertinti ir kitas aplinkybes, kurios gali stiprinti asmens vardo ir prekės ženklo asociacijas. Galima teigti, kad tokio tipo bylose svarbu nustatyti ar asmens žinomumo lygis ir prekių ženklo (vertinant neatsiejamai nuo juo pažymėtos prekės) bendras įvaizdis yra toks, jog reikšminga visuomenės dalis tarp jų išvelgtų asociacijas.

ESTT yra nurodęs, jog asmuo ginčijantis prekių ženklo registraciją remdamasis teisės į vardą pažeidimu, turėtų pateikti įrodymus, įrodančius ekonominės veiklos susijusios su tuo konkrečiu prekių ženklu realumą ir apimtį¹⁰⁷. Ši ESTT išvada reiškia, jog šiuo pagrindu galima ginčyti tik realiai rinkoje naudojamų prekių ženklų registraciją. Be to, atitinkamo prekių ženklo naudojimas laikytinas pažeidžiančiu asmens teisę į vardą tik tokiu atveju, kai jo mastas nėra labai mažas. Tokia išvada, laikytina per daug susiaurinančia asmens teisės į vardą apsaugą, kadangi asmuo savo teisės pažeidimą sies ne tik su ženklo naudojimu, bet ir su pačiu registracijos faktu.

4.1. Asmens teisė naudoti savo vardą komercinėje veikloje

Asmens teisė į vardą suteikia galimybę asmeniui ne tik uždrausti naudoti jo vardą ar pavardę kaip prekės ženklą, bet ir užtikrina teisę asmeniui naudoti savo vardą ar pavardę komercinėje veikloje nepaisant jo vardui tapačių registruotų prekės ženklų (PŽĮ 39 str. 1 d. 1 p.), jeigu toks naudojimas neprieštaruoja sąžiningos ūkinės ar komercinės veiklos praktikai¹⁰⁸ (PŽĮ 39 str. 2 d.). Tačiau tokia taisyklė taikoma ne visų valstybių narių teisėje. Pavyzdžiui, Ispanijos prekių ženklų įstatymas (ispan. *Ley de marcas*) 9 str. 1 d. nustatytas draudimas asmeniui naudoti savo vardą ir pavardę kaip prekių ženklą tuo atveju, jei šis vardas ir pavardė yra toks pats kaip ir kito visuomenėje žinomo asmens vardas ir pavardė¹⁰⁹. Taip pat pažymėtinas Jungtinės Karalystės teismo išaiškinimas byloje *Asprey & Garrard Ltd v. WRA*¹¹⁰, kurioje ginčas kilo, kai buvęs garsios parduotuvės „Asprey“ darbuotojas Viljamas R. Asprey įkūrė

¹⁰⁷ Bendrasis Teismas. 2010 m. birželio 22 d. sprendimas *Eugenia Montero Padilla/OHIM, José María Padilla Requena* T-255/08, EU:T:2010:249, paragrafas 66.

¹⁰⁸ Europos Teisingumo Teismo 2004 m. lapkričio 16 d. sprendimas *Anheuser-Busch Inc./Budjovicky Budvar* C-245/02, EU:C:2004:717.

¹⁰⁹ Bendrasis Teismas. 2010 m. birželio 22 d. sprendimas *Eugenia Montero Padilla/OHIM, José María Padilla Requena* T-255/08, EU:T:2010:249, paragrafas 61.

¹¹⁰ ABBOTT, K.; PENDLEBURY, N. ir WARDMAN, K. *Business Law*. Thomson learning, 2007, [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-28]. Prieiga per internetą: <<https://goo.gl/XssY5n>>, p. 318.

konkuruojančią bendrovę pavadintą jo pavarde. Aukščiausiasis teismas išaiškino, jog teisė naudoti prekių ženklui tapatų asmens vardą yra išimtis ir neturėtų sukelti visuomenės klaidinimo, kas buvo padaryta šiuo atveju, todėl vardo naudojimas naujai bendrovei buvo apribotas. Sąjungoje yra keliamas reikalavimas, jog asmuo savo vardą komercinėje veikloje naudotų sąžiningai, prekių ženklo savininko atžvilgiu. Dėl šio reikalavimo asmuo, kurio vardas sutampa su prekių ženklu, iš esmės negalėtų vystyti veiklos tame pačiame sektoriuje naudodamasis savo vardu¹¹¹. Taip pat vienaip vertintinas atvejis kada asmuo versle naudoja savo tikrą vardą, kuris jam suteiktas galimai net anksčiau negu įregistruotas prekių ženklas. Ir visai kitaip turėtų būti vertinami asmens veiksmai, kuris pasikeitė savo vardą į tokį, kuris panašus į registruotą ženklą ir nedelsdamas pradėjo vykdyti veiklą po šiuo vardu. Tokia situacija suponuotų asmens siekį pasinaudoti geru vardu, nesąžiningus jo ketinimus. Iš esmės tokie asmens veiksmai galėtų būti vertinami analogiškai, kaip ir darbe aptariamam atvejui, kada juridinis asmuo pasikeičia savo pavadinimą turėdamas tikslą pasinaudoti rinkoje naudojamo prekių ženklo reputacija.

Apibendrinant, asmens žinomumas (kaip būtina šio pagrindo taikymo sąlyga) nustatytinas remiantis įrodymais parodančiais bendrą visuomenės žinojimą apie šį asmenį. Tokie įrodymai galėtų būti reprezentatyvios visuomenės apklausos. Tačiau svarbu nustatyti ne tik pakankamą asmens žinomumo lygį, bet ir tai, jog yra pakankamai tikėtina, jog šis asmuo bus siejamas su konkrečiu prekių ženklu (dėl ženklų žymimų prekių ir asmens veiklos srities sąsajų ar kitų asociacijų). Atsižvelgiant į nagrinėtą teismų praktiką, darytina išvada, jog išimčiai leidžiančiai asmeniui naudoti savo vardą komercinėje veikloje yra taikytinas sąžiningumo reikalavimas t. y. asmuo, kuris nusprendžia naudoti savo vardą, kuris sutampa (ar yra pakankamai panašus) su rinkoje žinomu prekių ženklu, prekyboje, galėtų būti laikomas nesąžiningu, jeigu sutaptų ir pasirinkta veiklos sritis.

5. TEISĖ Į ATVAIZDĄ

Teisė į privataus gyvenimo gerbimą yra viena iš svarbių demokratinėje visuomenėje saugomų vertybių (Lietuvos Respublikos Konstitucijos¹¹² 22 str., Žmogaus teisių ir pagrindinių laisvių apsaugos konvencijos¹¹³ 8 str.). Privataus gyvenimo sferai taip pat

¹¹¹ PHILLIPS, J. *Trade mark law*. New York: Oxford University Press, 2003, p. 136.

¹¹² Lietuvos Respublikos Konstitucija. Valstybės žinios, 1992, nr. 33-1014.

¹¹³ Žmogaus teisių ir pagrindinių laisvių apsaugos konvencijos Ketvirtasis protokolas. Valstybės žinios, 1995, nr. 40-987.

priskirtinos tokios vertybės kaip asmens atvaizdas, vardas bei kiti asmens duomenys. LAT praktikoje išaiškinta, kad žmogaus teisės į privataus gyvenimo gerbimą, dalis yra žmogaus teisės į atvaizdą gerbimas¹¹⁴. Asmens atvaizdas yra itin artimai susijęs su pačiu asmeniu. CK 2.22 str. komentare¹¹⁵ paaiškinama, kad žodis „atvaizdas“ turėtų būti suprantamas, kaip tokiu būdu ir apimtimi užfiksuota asmens kūno dalis (veidas, visu ūgiu, iki juosmens ir pan.), kad įmanoma identifikuoti vaizduojamą asmenį. Tokiu asmeniu, laikomas tas asmuo, kurio tapatybė gali būti nustatyta tiesiogiai ar netiesiogiai, ypač pasinaudojus vienu ar keliais to asmens tapatybei būdingais veiksniais. Todėl darytina išvada, jog asmens (jo kūno dalies) užfiksavimas tokiu būdu, kai nėra įmanoma identifikuoti pačio asmens, neturėtų būti laikoma asmens atvaizdu. Taigi asmuo remdamasis teise į atvaizdą negalėtų ginčyti prekių ženklo registracijos, jeigu iš prekių ženklo atvaizdo negalima identifikuoti šio asmens. Identifikavimo faktas turėtų būti nustatomas pagal bendrą sukuriamą įvaizdį, atsakant į klausimą ar paprastas vartotojas galėtų atpažinti konkretų asmenį tokiaime ženkle.

PŽĮ 5 str. 3 d. nurodyta, jog prekių ženklai gali būti sudaryti iš piešinių, emblemų. PŽĮ 7 str. 1 d. 6 p. nustato, jog prekių ženklo registracija pripažįstama negaliojančia, jeigu jis yra tapatus kito asmens portretui arba yra klaidinamai į jį panašus, išskyrus atvejus, kai šių teisių savininkas ar jo teisių perėmėjas yra davęs sutikimą. Šia PŽĮ nuostata siekiama apsaugoti asmens teisę į atvaizdą, pagal kurią fizinio asmens nuotrauka (jos dalis), portretas ar kitoks atvaizdas gali būti atgaminami, parduodami, demonstruojami, spausdinami, taip pat pats asmuo gali būti fotografuojamas tik jo sutikimu. Asmens teisė į atvaizdą yra asmeninė neturtinė teisė (CK 1.114 str.). Asmuo prašydamas pripažinti jo teisę į atvaizdą pažeidžiantį prekių ženklo registraciją negaliojančia, taip pat galėtų reikalauti ir turtinės ir neturtinės žalos atlyginimo pagal CK 2.22 str. 3 d. LAT yra pabrėžęs, jog teisė į atvaizdą, kaip žmogaus privataus gyvenimo dalis, nors ir yra asmeninė neturtinė teisė, tačiau ji kartu gali turėti ir tam tikrą ekonominę vertę, nes gali būti įvertinta pinigais, taigi šiuo aspektu tai yra kartu ir turtinė teisė¹¹⁶.

Svarbu atkreipti dėmesį, jog, aptariamoje normoje nurodoma, jog užtenka klaidinamo panašumo į kito asmens atvaizdą. Taigi prekių ženklo registracija gali būti panaikinta vien

¹¹⁴ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2003 m. vasario 24 d. nutartis T. G. v. R. Š., UAB „Brolių Tomkų leidyba“, Nr. 3K-3-294/2003.

¹¹⁵ BAKANAS, A., et al. *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras*. Antroji knyga. Asmenys. Vilnius: Justitia, 2002, p. 54.

¹¹⁶ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2003 m. vasario 24 d. nutartis civilinėje byloje T. G. v. R. Š., Nr. 3K-3-294/2003.

dėl to, jog prekių ženklas yra klaidinamai panašus, nors ir netapatus, į kito asmens portretą. Darytina išvada, jog šis santykinis prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindas apims ne tik atvejus, kai kaip prekių ženklas be leidimo naudojamos kito asmens nuotraukos. Tačiau ir atvejus, kada kaip prekių ženklas naudojamas kito asmens atvaizdo piešinys, šaržas ar kitoks grafinis atvaizdavimo būdas. Išvadą, jog šio asmens teisę į atvaizdą gali pažeisti ne vien asmens atvaizdo fotografijos, patvirtina ir tai, jog CK 2.22 str. komentare¹¹⁷ minimi įvairūs asmens atvaizdavimo būdai, kurių sąrašas nėra baigtinis: fotografavimas, tapymas, skulptūros ir kt. Visgi minėtame PŽĮ straipsnyje yra minima „klaidinamo panašumo“ sąlyga, todėl šie asmens portreto atvaizdavimo rezultatai turėtų būti pakankamai panašūs į asmens, kurio teises pažeidžia atvaizdą. Šioje vietoje kyla pagrįstas klausimas kokių būdu ir kokiais kriterijais remiantis yra nustatoma, jog tam tikras asmens atvaizdavimo rezultatas naudojamas kaip prekių ženklas, yra klaidinamai panašus į tą asmenį. Manytina, jog turėtų būti vadovaujama si prekių ženklo sukuriama bendru įvaizdžiu, paprastam vartotojui sukeliama asociacijų vertinimu.

Teisė į asmens atvaizdą, kaip ankstesnė teisė yra santykinis prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindas (Reglamento dėl ES prekių ženklo 53 str. 2 d. b p., PŽĮ 7 str. 1 d. 6 p.), todėl atsakymo galima paieškoti reikšmingoje ESTT ir Lietuvos teismų praktikoje dėl klaidinamo ženklų vizualinio panašumo. Kadangi prekių ženklas ir asmens atvaizdavimo rezultatas yra grafiniai atvaizdavimai, todėl žemiau nurodomos teismų išvados dėl prekių ženklų tarpusavio klaidinamo panašumo bus reikšmingos ir vertinant prekių ženklo bei asmens portreto klaidinamą panašumą.

ESTT yra pažymėjęs, jog klaidinamo panašumo vertinimas turi būti paremtas bendru įspūdžiu, kurį sukelia prekių ženklas, ypač atsižvelgiant į jų skiriamuosius ir dominuojančius elementus. Vidutinis vartotojas paprastai prekių ženklą suvokia kaip visumą ir neanalizuoja įvairių jo detalių¹¹⁸. Pagal teismo praktiką vertinant dominuojantį tam tikrų vienos ar kelių sudėtinio prekių ženklo sudedamųjų dalių pobūdį reikia atsižvelgti, be kita ko, į kiekvienos iš jų vidines savybes, lyginant jas su kitomis sudedamosiomis dalimis. Be to, papildomai

¹¹⁷ BAKANAS, A., et al. *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras*. Antroji knyga. Asmenys. Vilnius: Justitia, 2002, p. 54.

¹¹⁸ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1999 m. birželio 22 d. sprendimas *Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH/Klijsen Handel BV C-342/97*, ECR I-3819, paragrafas 25.

galima atsižvelgti į įvairių sudėtinio prekių ženklo sudedamųjų dalių santykinę padėtį¹¹⁹. Taigi vertinant asmens šaržą ar asmenį atvaizduojantį piešinį panaudotą prekių ženkle, turėtų būti atsižvelgiama į bendrą įspūdį, kurį sukelia toks prekių ženklas ir kaip tai suvokia vidutinis vartotojas.

Prekių ženklo registracijos ginčijimui remiantis teise į atvaizdą nėra keliamas asmens žinomumo visuomenėje reikalavimas. Tačiau, pastebėtina, jog tokiu atveju, kai prekių ženkle naudojama ne asmens fotografija (ar grafiškai modifikuota fotografija), o tam tikras žmogaus atvaizdą vaizduojantis grafinis piešinys, prekių ženklo registracijos ginčijimui turėtų būti keliamas tam tikras asmens žinomumo visuomenėje reikalavimas. Toks reikalavimas nustatytas teisės į vardą pažeidimo atveju, kadangi dėl daugybės egzistuojančių vardų, prekių ženklas gali būti panašus į kito asmens vardą visiškai atsitiktinai. Analogiškai visiškai atsitiktinai prekių ženkle pavaizduotas grafinis žmogaus atvaizdas savo dominuojančiais elementais (išskirtine veido išraiška, šukuosena, barzda ir kt.) gali būti panašus į kitą visuomenėje nežinomą asmenį. Tokiu atveju būtų nepagrįsta pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia, nes jeigu asmuo visuomenėje nėra žinomas, tai ir į jo atvaizdą atsitiktinai panašus ženklas nebus siejamas su šiuo asmeniu ir jo teisė į atvaizdą nebus pažeidžiama. Darytina išvada, jog prekių ženklo registracijos pripažinimui negaliojančia dėl panašumo į asmens atvaizdą, turėtų būti taikomas asmens žinomumo visuomenėje kriterijus.

5.1. Asmens sutikimas dėl jo atvaizdo panaudojimo kaip prekių ženklo

CK 2.22 str. 1 d. nurodoma, jog asmens atvaizdas gali būti atgaminamas, parduodamas, demonstruojamas ir spausdinamas tik asmens sutikimu. PŽĮ 7 str. 1 d. 6 p. taip pat nurodo, jog asmens atvaizdas prekių ženklui galėtų būti naudojamas gavus šio asmens sutikimą. Tačiau nei viename iš šių teisės aktų nėra nurodoma, kokia forma turėtų būti gaunamas asmens sutikimas dėl jo atvaizdo panaudojimo, kaip prekių ženklo. Todėl šios temos visapusiškam išnagrinėjimui yra svarbu aptarti kokios formos turėtų būti šis asmens sutikimas. CK 2.22 str. komentare¹²⁰ nurodoma, jog asmens sutikimas būti fotografuojamu gali būti išreikštas bet kuria forma: žodžiu, raštu (pvz., fotografo ir pozuotojos (modelio) sudarytoje sutartyje), konkludentiniais veiksmais (pvz., jeigu asmuo matantis ir suvokiantis

¹¹⁹ Pirmosios instancijos teismas. 2002 m. spalio 23 d. sprendimas *Matratzen Concord/OHIM* T-6/01, EU:T:2002:261, paragrafas 35; Pirmosios instancijos teismas. 2007 m. gruodžio 17 d. sprendimo *Cabrera Sánchez/OHIM* T-242/06, EU:T:2007:391 neskelbto Rinkinyje, paragrafas 47.

¹²⁰ BAKANAS, A., et al. *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras*. Antroji knyga. Asmenys. Vilnius: Justitia, 2002, p. 51.

esąs fotografuojamas tam neprieštarauja, galima pripažinti, kad jis sutinka, ir pan.)¹²¹. Taigi sutikimas yra fakto klausimas ir duotas jis ar ne, turi būti nustatoma atsižvelgiant į konkrečios bylos aplinkybes. Tačiau tai, kad asmuo sutiko būti fotografuojamas, piešiamas ar kitokiu būdu atvaizduojamas dar nereiškia, jog jis sutinka ir su kitokiu jo atvaizdo panaudojimu, kaip pavyzdžiui naudojimui prekių ženklui.

Asmens sutikimas fotografuotis ir (ar) publikuoti nuotrauką, kai jam žinomas informacijos turinys ir (ar) kontekstas, nėra pakankamas spręsti apie asmens sutikimą tokią nuotrauką atgaminti, demonstruoti ar spausdinti bet kokiame kitame kontekste¹²². Todėl yra svarbu išsiaiškinti, kokios tokio susitarimo ribos, kokie buvo tikrieji asmens ketinimai (CK 6.193 str. 1 d.). Kadangi prekių ženklo sukūrimas savo esme yra artimas reklamai – tai komercinės veiklos skirtos prekių ar paslaugų žinomumui didinti, sutikimo dėl asmens atvaizdo panaudojimo prekių ženklui formos vertinimui yra reikšmingi ir LAT išaiškinimai civilinėje byloje Nr. 3K-3-437/2002¹²³. Remiantis šioje byloje teismo pateiktomis įžvalgomis ir atsižvelgiant į reklamos ir prekių ženklo kūrimo veikų panašumą darytina išvada, jog profesionalaus modelio, žinančio, koku tikslu jis fotografuojasi (pavyzdžiui, atitinkamo prekių ženklo sukūrimui), sutikimo pozuoti ir pozavimo už atlyginimą faktas, jeigu nėra tolimesnius šalių veiksmus apibrėžiančio susitarimo, reiškia, jog jis sutinka, kad jo atvaizdas toje konkrečioje nuotraukoje būtų panaudotas tam tikriems komerciniams tikslams. Bet kuris modelis, tuo labiau profesionalus, būdamas šios verslo srities atstovas, turi galimybę diktuoti savo sąlygas ar derėtis dėl jų – kaip, koku būdu panaudoti jo atvaizdą. Taigi, tokiu atveju pripažintina, kad modelis davė sutikimą ir dėl savo atvaizdo toje konkrečioje nuotraukoje panaudojimo nuotraukos autoriaus nuožiūra tuo tikslu, dėl kurio buvo susitarta (kurį jis žinojo).

Tuo tarpu LAT civilinėje byloje Nr. 3K-3-294/2003¹²⁴ asmuo sutiko fotografuotis savo asmeniniams tikslams (asmeniam albumui), tačiau atvaizdo panaudojimo reklamai klausimas nebuvo aptartas, tačiau nepaisant to, vėliau nuotraukos panaudotos komerciniams tikslams (reklamai). Kasacinis teismas konstatavo, jog tokiais veiksmais buvo pažeista asmens teisė į

¹²¹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2002 m. vasario 12 d. nutartis civilinėje byloje L. K. v. G. B., UAB "Abigus", Nr. 3K-3-437/2002.

¹²² Lietuvos žurnalistų sąjungos Etikos komisija. *Žurnalistų etika: požiūris į profesinės etikos problemas* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-23]. Prieiga per internetą: <http://dainius.org/wp-content/uploads/2012/11/zurnalistu_etika_leidinys_pirmas.pdf>, p. 6.

¹²³ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinio skyriaus teisėjų kolegija. 2002 m. vasario 12 d. nutartis civilinėje byloje L. K. v. G. B., UAB "Abigus", Nr. 3K-3-437/2002.

¹²⁴ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2003 m. vasario 24 d. nutartis T. G. v. R. Š., UAB "Brolių Tomkų leidyba", Nr. 3K-3-294/2003.

atvaizdą. Vadinasi analogiškai turėtų būti vertinama ir situacija, kada asmens nuotraukos (ar kitoks asmens atvaizdo atvaizdavimo rezultatas) be jo sutikimo būtų panaudojamos ne reklamai, bet prekių ženklui sukurti. Taigi turi būti gautas sutikimas ne tik pačiam asmens atvaizdo sukūrimui, bet ir šio rezultato panaudojimui prekių ženkle. Priešingu atveju, ženklo registracija galėtų būti pripažintina negaliojančia, kaip pažeidžianti asmens teisę į atvaizdą.

Asmens teisė į atvaizdą nėra absoliuti ir galimi tam tikri šios teisės ribojimai, kada galima fotografuoti asmenį ar publikuoti jo nuotraukas, negavus šio asmens sutikimo – (1) asmuo dėl savo tarnybos ar veiklos yra viešas; (2) teisėsaugos institucijų reikalavimas; (3) asmens fotografavimas viešoje vietoje. Visos šios išimtys yra susijusios su viešuoju interesu gauti reikiamą informaciją ir informuoti visuomenę. Tačiau asmens atvaizdo be jo sutikimo panaudojimas prekių ženkle, t. y. komercinėje veikloje, jokia minėta išimtimi negalėtų būti pateisinamas. Nėra tokio atvejo, kada viešajam interesui užtikrinti būtų būtina tam tikro asmens atvaizdą naudoti prekių ženkle, kadangi prekių ženklų naudojimas yra komercinė veikla, verslo vykdymas, kuris nesusijęs su viešuoju interesu.

Reziumuojant galima teigti, kad įstatyme nurodyta galimybė ginčyti ženklo registraciją dėl klaidinamo panašumo į asmens atvaizdą reiškia, kad prekių ženklas pažeidžiantis asmens teisę į atvaizdą gali būti sudarytas ne tik iš nuotraukos, bet ir iš jį vaizduojančio piešinio, šaržo. Žinoma, toks atvaizdavimo būdas turėtų sukurti tokį bendrą įspūdį, kad vidutinis vartotojas galėtų identifikuoti asmenį. Kaip ir anksčiau minėtu teisės į vardą pagrindo atveju, turėtų būti vertinamos ir asmens ir ženklo asociacijos. Nors šio pagrindo taikymui nėra nustatytas asmens žinomumo visuomenėje kriterijus, jis turėtų būti taikomas, kai ženkle pavaizduotas asmens atvaizdo piešinys. Tokia išvada darytina, nes tokiu atveju ženklas galėtų būti panašus į nežinomą asmenį visiškai atsitiktinai ir tokio asmens teisių nepažeistų, nes nebūtų pagrindo manyti, kad visuomenė sies nežinomą asmenį su šiuo ženklu. Asmens sutikimas naudoti jo atvaizdą prekių ženkle turėtų būti konkretus, vien tai, jog asmuo sutinka fotografuoti dar nereiškia, jog taip jis išreiškia sutikimą ir tolesniems veiksams su jo atvaizdu. Galiausiai, pabrėžtina, jog asmens atvaizdo panaudojimas prekių ženkle be jo sutikimo, negalėtų būti pateisinamas jokiais įstatyme numatytais teisės į atvaizdą išimtimis.

6. NEREGISTRUOTAS JURIDINIO ASMENS PAVADINIMAS

Juridinio asmens pavadinimas (firmos vardas) yra vienas iš pramoninės nuosavybės teisės objektų (Paryžiaus konvencijos 1 str. 2 d.). Juridinis asmuo privalo turėti savo pavadinimą, pagal kurį jį būtų galima atskirti nuo kitų juridinių asmenų (CK 2.39 str. 1 d.). Juridinio asmens pavadinimas atskirai neregistruojamas ir yra saugomas nuo tos dienos, kai juridinių asmenų registruoti pateikiamas prašymas įregistruoti juridinį asmenį (CK 2.39 str. 4 d.)¹²⁵. Juridinio asmens pavadinimo įregistravimas juridinių asmenų registre jį išviešina. Prekių ženklas gali būti sudarytas ir iš juridinio asmens pavadinimų (PŽĮ 5 str. 1 d.). CK pirmosios knygos komentare prekės ženklas įvardijamas kaip neturtinė teisė, o juridinio asmens pavadinimas – kaip neturtinė vertybė¹²⁶. Tačiau juridinio asmens pavadinimo ir prekių ženklo paskirtis nėra tapati – juridinio asmens pavadinimu siekiama atskirti juridinį asmenį nuo kitų juridinių asmenų (CK 2.39 str. 1 d.), o prekių ženklu - atskirti vieno asmens prekes arba paslaugas nuo kito asmens prekių arba paslaugų (PŽĮ 2 str. 1 d.). Kiekvienas iš šių pramoninės nuosavybės objektų turi atlikti jam priskirtą funkciją, vis dėlto jų atliekamos funkcijos turi harmoningai tarpusavyje derėti, nes juridiniai asmenys (turintys tam tikrus pavadinimus) savo gaminamoms prekėms ir (arba) teikiamoms paslaugoms žymėti paprastai naudoja atitinkamus prekių ženklus, o rinkoje esantys prekių ženklai yra tam tikrų juridinių (arba fizinių) asmenų nuosavybė. Jeigu šis harmoningas santykis bus iškreipiamas, atsiras visuomenės suklaidinimo galimybė: tam tikri prekių ženklai be pagrindo bus siejami su juridiniais asmenimis, kaip ir *vice versa* juridiniams asmenims bus priskiriami tam tikri prekių ženklai, su kuriais iš tiesų jie nėra kaip nors susiję (CK 2.39 str. 1 d., PŽĮ 2 str. 1 d.)¹²⁷.

6.1. Konfliktai tarp neregistruoto juridinio asmens pavadinimo ir prekių ženklo

CK 2.39 str. 3 d. nurodoma, jog juridinio asmens pavadinimas neturėtų klaidinti visuomenės dėl tapatumo ar panašumo į, be kita ko, žinomesnių Lietuvos visuomenei užsienio įmonių, įstaigų ir organizacijų vardus, prekių ir paslaugų ženklus. Iš šio straipsnio nėra aišku koks

¹²⁵ Iki 2004 m. sausio 1 d. paraiškios juridinio asmens pavadinimo registravimui buvo priimamos VPB.

¹²⁶ MIKELĖNAS, V.; VILEITA, A.; ir TAMINSKAS, A. *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras*. Pirmoji knyga. Bendrosios nuostatos. Vilnius: Justitia, 2001, p. 236.

¹²⁷ Lietuvos apeliacinio teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2012 m. birželio 6 d. nutartis civilinėje byloje UADBB „Balto Link“, UADBB „NT draudimas“ v. UADBB „LT DRAUDIMAS“, A. A., Nr. 2A-367/2012.

juridinio asmens pavadinimo žinomumo laipsnis suponuoja apsaugą. CK 2.39 str. komentare nurodoma, jog „žinomesniais“ Lietuvos visuomenėje ženklais turi būti laikomi tokie, kurie yra žinomi visuomenės daugumai dėl paplitimo ir nebūtinai formaliai tokiais pripažinti¹²⁸. Šį kriterijų detalizavo LAT civilinėje byloje Nr. 3K-3-325/2006¹²⁹, kurioje nurodė, jog CK 2.39 str. 3 d. įtvirtintoje teisės normoje vartojamas terminas „žinomesnis“ nėra atitinkamose PŽĮ nuostatose vartojamos teisinės kategorijos „plačiai žinomas ženklas“ (PŽĮ 9 str., 7 str. 1 d. 3 p., kt.) sinonimas. Nors nurodytos teisinės kategorijos turi tam tikrą panašumą, jos, minėta, nelaikytinos sinonimais, o taikant konkrečias teisės normas, būtina atsižvelgti į pramoninės nuosavybės objekto (vienu atveju tai - juridinio asmens pavadinimas, kitu – prekių ženklas) specifiką, nevienodą funkciją, ne analogišką nurodytų teisės normų *ratio legis*. Toje pačioje byloje kasacinis teismas pateikė išaiškinimą, jog tam tikri juridiniai asmenys yra orientuoti į tam tikrą visuomenės dalį ir tokia veikla neturėtų savaime lemti žemesnių teisinės apsaugos standartų taikymo juridinio asmens pavadinimui. Darytina išvada, jog vertinant juridinio asmens pavadinimo žinomumą būtina atsižvelgti ir į šio subjekto veiklos sferą, į kurią visuomenės dalį yra orientuota komercinė veikla. Toks teismo išaiškinimas užtikrina konkrečiose sferose specializuojančių juridinių asmenų pavadinimo apsaugą, kadangi tam tikrų specifinių prekių ar paslaugų (pavyzdžiui odontologijos įranga) gamintojai ar platintojai natūraliai bus žinomi tik tam tikrose visuomenės dalyse.

Taigi konfliktas tarp prekių ženklo ir juridinio asmens pavadinimo kyla tada, kai dėl skirtingiems asmenims priklausančių prekės ženklo ir juridinio asmens pavadinimo tapatumo ar klaidinamo panašumo atsiranda visuomenės suklaidinimo galimybė. Pavadinimas ir žymuo praktiškai nelaikomi tapačiais, jeigu jie nuo vienas kito skiriasi bent viena raide ar skaitmeniu¹³⁰. Tačiau kasacinis teismas yra pažymėjęs, jog apskritai negali būti atmesta visuomenės suklaidinimo galimybė, kai lyginamuosiuose prekių ženkle ir juridinio asmens pavadinime sutampa skiriamąjo požymio neturintis arba silpną skiriamąjį požymį turintis elementas ir turi būti vertinama ar bendras sukuriamas įspūdis nėra toks, dėl kurio būtų galimybė suklaidinti visuomenę dėl nurodyto prekių ženklo ir juridinio asmens pavadinimo

¹²⁸ BAKANAS, A., et al. *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras*. Antroji knyga. Asmenys. Vilnius: Justitia, 2002, p. 110.

¹²⁹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2006 m. gegužės 10 d. nutartis civilinėje byloje *San Marino bendrovė TECHNOSERVICE SRL v. UAB „Neono linija“*, Nr. 3K-3-325/2006.

¹³⁰ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2014 m. lapkričio 28 d. nutartis civilinėje byloje *„Vilniaus taupomoji kasa“*, *„Mėmelio taupomoji kasa“*, *Lietuvos centrinės kredito unija v. „Centrinė taupomoji kasa“*, Nr. 3K-3-512/2014.

panašumo¹³¹. PŽĮ 7 str. 1 d. 4 p., nustatyta kaip viena iš tos teisės normos taikymo sąlygų yra tai, kad <...> jeigu atitinkamoje datoje nurodytą dieną juridinis asmuo turi teisę į tą pačią ar panašią veiklą, kuriai gali būti priskiriamos įregistruotu ženklu žymimos prekės ir (ar) paslaugos. Vadinasi, juridinis asmuo neturintis teisės į tą pačią (ar panašią) veiklą, kurioje naudojamas prekių ženklas, negalėtų ginčyti tokio ženklo registracijos. Todėl veiklos tapatumas yra būtina sąlyga juridinio asmens pavadinimo apsaugai nuo tapačių ar klaidinamai panašių ženklų. Šios formuluotės pagrindu darytina išvada, jog, tokiu atveju, kai konfliktuojančių teisių savininkų veiklos nėra nutolusios, prekių ženklo, kuriame dominuoja juridinio asmens elementai priklausančio prekių ženklo elementų, kuris dėl savo vietos ženkle ir dydžio gali daryti įspūdį vartotojams ir būti jų įsimenamas, vertintinas kaip prieštaraujantis ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, ir tokie veiksmai gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti¹³².

Byloje *Anheuser-Busch Inc. v. Budjovický Budvar*¹³³ ESTT pateikė išaiškinimą, jog Prekių ženklų direktyvos 6 str. 1 d. a p. numatyta išimtis leidžianti asmenims naudoti žymenis, nurodančius jų vardą ar adresą, jei jų vartojimas nepažeidžia sąžiningos praktikos pramoninėje ir komercinėje veikloje, gali būti taikoma ir juridinių asmenų pavadinimams. Taigi juridinis asmuo turėtų teisę savo ankstesnį pavadinimą naudoti kaip žymenį komercinėje veikloje, nepaisant vėliau įregistruotų prekių ženklų, remdamasis šiuo ESTT išaiškinimu. Manytina, jog, kaip ir fizinių asmenų atveju, juridinio asmens galimybė naudoti savo pavadinimą prekių ženklu toje pačioje srityje su kuria siejami registruoti prekių ženklai yra ribota. Šis ESTT išaiškinimas vertintinas kritiškai, manytina, jog tokiu būdu pernelyg išplečiama teisės naudoti savo vardą ribos. Ši išimtis būtina apsaugoti pagrįstą asmens interesą užsiimti komercine veikla naudojant savo vardą. Bendrovės intereso naudoti savo pavadinimą ir registruoto prekių ženklo savininko intereso konfliktas neturėtų būti sprendžiamas pagal pirmumo laike principo išimtį skirtą fiziniams asmenims.

Naudojimas „neprieštaraujant sąžiningai praktikai pramoninėje ir komercinėje veikloje“ iš esmės reiškia pareigą sąžiningai elgtis teisėtų prekių ženklo savininko interesų atžvilgiu. Vertinant, ar sąžiningo naudojimo sąlyga yra tenkinama, pirmiausia reikia

¹³¹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2015 m. lapkričio 27 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Gintarinė vaistinė“ v. UAB „Vokiečių vaistinė“, Nr. 3K-3-630-701/2015.

¹³² *Ibid.*

¹³³ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2004 m. lapkričio 16 d. sprendimas *Anheuser-Busch Inc./Budjovický Budvar* C-245/02, EU:C:2004:717, paragrafas 96.

atsižvelgti į tai, kiek atitinkama visuomenė, ar bent jau nemaža jos dalis, trečiojo asmens naudojamą vardą suvokia kaip nurodantį ryšį tarp trečiojo asmens prekių ar paslaugų ir prekių ženklo savininko arba asmens, kurį prekių ženklo savininkas įgaliojo naudoti prekių ženklą, ir, antra, kiek apie tai turėjo būti žinoma trečiajam asmeniui¹³⁴. Sąžiningumo vertinimui yra svarbus ir teisės į juridinio asmens vardą įgijimo momentas. Šį klausimą analizavo generalinė Advokatė byloje *Céline Sarl v. Céline SA*¹³⁵. Generalinė Advokatė pažymėjo, jog vėlesnio nei prekių ženklo juridinio asmens pavadinimo savininkas, kuris žinojo apie tapatų ar panašų ženklą skirtą atskirti tapačioms ar panašioms prekėms ar paslaugoms, paprastai bus laikomas pažeidžiančiu sąžiningą naudojimą. Sąžininga praktika renkantis prekyboje naudojamą pavadinimą reikalauja pagrįsto stropumo nustatant, ar dėl pasirinkto pavadinimo nekyla ginčas, *inter alia*, su egzistuojančiu prekių ženklu, taip patikrinant bet kokio tokio prekių ženklų buvimą. Be to, pagal sąžiningą praktiką preziumuojama, jog reikia bent susisiekti su prekių ženklo savininku ir laukti jo atsakymo. Atsižvelgiant į šiuos išaiškinimus darytina išvada, jog sąžiningas naudojimas apima pareigą įsitikinti, jog nėra su pavadinimu konfliktuojančių prekių ženklų, o tokius ženklus nustatčius, susisiekti su ženklo savininku. Vadinasi į sąžiningą pavadinimo naudojimą nepatenka atvejai, kada asmuo nežinojo apie atitinkamą ženklą, tik dėl savo nerūpestingumo.

Tačiau tam tikras žymens panašumo egzistavimas savaime negali sukelti teisės subjektui negatyvių pasekmių¹³⁶. Susiklosčius tokiai situacijai prekės ir paslaugos gali būti klaidingai priskiriamos su jomis nesusijusiam juridiniam asmeniui. Tokiu būdu kyla grėsmė, jog pasinaudojus juridinio asmens žinomumu, geru vardu, šis juridinis asmuo patirs nuostolius dėl netinkamo savo vardo naudojimo.

Bendrojo teismo byloje *OHIM v. MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG*¹³⁷ pareiškėjas ginčijo ankstesnį ES prekių ženklą „Makro“ remdamasis Vokietijoje įregistruotos bendrovės „macros consult GmbH“ pavadinimu. Vieninteliai pareiškėjo pateikti įrodymai buvo firmos vardo Vokietijoje registracija (18 dienų iki paraiškos registruoti „Makro“) ir šios firmos paraiška dėl analogiško prekių ženklo registracijos, kuri vėliau buvo atsiimta. Kadangi Vokietijoje firmos vardo apsauga siejama su tam tikru šio vardo naudojimu

¹³⁴ *Ibid*, paragrafas 83.

¹³⁵ Generalinės advokatės E. Sharpston išvada. 2007 m. sausio 18 d. byloje *Céline Sarl/Céline SA* C-17/06, EU:C:2007:39.

¹³⁶ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2009 m. gegužės 11 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Ateities ekologija“ v. VšĮ „Ekologijos vizija“, G. A., Nr. 3K-3-208/2009.

¹³⁷ Bendrasis Teismas. 2013 m. gegužės 7 d. byloje *macros consult GmbH – Unternehmensberatung für Wirtschafts- und Finanztechnologie/OHIM* T-579/10, EU:T:2013:232.

prekyboje, teismas nusprendė, jog registracijos faktas nėra pakankamas šiai aplinkybei konstatuoti. Pastebėtina, jog teismas bendrovės paduotą ir vėliau atsiimtą paraišką dėl ES prekių ženklo registracijos nevertino kaip reikšmingą aplinkybę nustatant ankstesnę teisę. Žinoma subjektyvūs bendrovės ketinimai registruoti prekių ženklą nėra susiję su ankstesnės teisės įrodymu. Tačiau manytina, jog ši aplinkybė būtų turėjusi neabejotinai didesnę reikšmę, jeigu pareiškėjas būtų pasirinkęs savo teises ginti naudodamas nesąžiningų ketinimų institutą ir įrodinėdamas, jog prekių ženklo savininkui buvo žinoma apie jo paraišką registruoti prekių ženklą.

6.2. Neregistruoto juridinio asmens pavadinimo apsauga

Galima išskirti dvi nacionalinės juridinio asmens pavadinimo apsaugos sistemas: pirmą, tai valstybės, kuriose įmonės vardas gali būti saugomas neregistruotas, antrą, kai pavadinimas saugomas tik jį įregistravus nustatytai valstybės institucijai¹³⁸. LAT civilinėje byloje Nr. 3K-3-408/2004¹³⁹ pasisakė, jog neteisėtas kito juridinio asmens pavadinimo naudojimas realiai gali pasireikšti įvairiomis formomis, ir nebūtinai tik panaudojant jį antrojo juridinio asmens pavadinime (firmos varde). Todėl konfliktas gali kilti ir dėl pavadinimo panaudojimo prekių ženkle.

Pirmiausia svarbu nustatyti kada apskritai gali susiklostyti situacija kada neregistruoto juridinio asmens pavadinimo savininkas galėtų ginti savo teises reikalaujamas tapataus ar panašaus prekės ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia. CK 2.39 str. nenumato neregistruoto juridinio asmens pavadinimo apsaugos. Pagal Lietuvoje galiojančią teisinę reguliavimą, juridinio asmens pavadinimas yra vienas iš Juridinių asmenų registro duomenų, taigi kokia nors „neregistruota“ teisė į juridinio asmens pavadinimą nėra galima¹⁴⁰. Tačiau Paryžiaus konvencijos 1 str. 2 d. nurodoma, jog, be kita ko, tiek prekių ženklai, tiek firmų vardai (juridinių asmenų pavadinimai) yra šios konvencijos apsaugos objektai. Paryžiaus konvencijos 8 str. nurodoma, jog firmos vardas visose Sąjungos šalyse saugomas ir nepadavus paraiškos arba be registracijos, nepriklausomai nuo to, ar jis įeina į prekės ženklo sudėtį, ar ne. Todėl šalys narės turi saugoti juridinio asmens pavadinimą, nepriklausomai nuo

¹³⁸ ŽILINSKAS, V.; KASPERAVIČIUS, P.; ir KIŠKIS, M. *Intelektinė nuosavybė ir jos teisinė apsauga*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2007, p. 318.

¹³⁹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2004 m. rugsėjo 8 d. nutarties civilinėje byloje Nr. 3K-3-408/2004.

¹⁴⁰ BIRŠTONAS, R., et al. *Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010, p. 616.

to kokia yra nacionalinėje teisėje nustatyta teisių į juridinio asmens pavadinimą įgijimo procedūra. Taigi Lietuvos Respublikoje neregistruoto juridinio asmens pavadinimas gali būti ginamas prašant panaikinti tapatų ar panašų prekės ženklą remiantis Paryžiaus konvencijos 8 str.

ESTT aiškindamas Paryžiaus konvencijos 8 str. nurodė, jog būtina atkreipti dėmesį, kad teisė į firmos vardą patenka į sąvoką „intelektinė nuosavybė“ TRIPS sutarties 1 str. 2 d. prasme¹⁴¹. Dėl to Pasaulio Prekybos Organizacijos narės (Lietuva įstojo 2001 m. gegužės 31 d.) pagal TRIPS sutartį yra įpareigosotos saugoti firmų vardus. Iš Paryžiaus konvencijos 8 str., kurio privaloma laikytis pagal TRIPS sutartį, išplaukia, kad negalima daryti firmos vardo apsaugos priklausomos nuo jo įregistravimo. Taigi priešingai nei išradimai, naudingieji modeliai ar dizainai, įmonės pavadinimas Paryžiaus konvencijos valstybėse gali būti saugomas ir be registracijos. Todėl neregistruoto juridinio asmens pavadinimo ir prekių ženklo registracijos konfliktas gali kilti tarp valstybėje neregistruoto juridinio asmens ir toje valstybėje registruoto prekių ženklo.

ESTT yra nurodęs, jog nei TRIPS sutarties 16 str. 1 d., nei Paryžiaus konvencijos 8 str. nedraudžia valstybėms narėms nusistatyti minimalaus žinojimo ar minimalaus naudojimo sąlygas¹⁴². Pačios valstybės narės turi nuspręsti kokius kriterijus turi atitikti juridinio asmens pavadinimas, kad būtų saugotinas pagal Paryžiaus konvencijos 8 str. Šiuo klausimu svarbus ESTT sprendimas *Celine SARL v. Celine SA* byloje¹⁴³, kurioje ESTT konstatavo, jog valstybėje narėje neregistruoto juridinio asmens pavadinimo apsauga yra susieta su tam tikru juridinio asmens pavadinimo žinojimo laipsniu tos valstybės narės visuomenėje. Iš esmės tapačių išvadų yra priėjęs ir LAT, civilinėje byloje Nr. 3K-3-325/2006¹⁴⁴, kurioje konstatavo, jog iš CK 2.39 str. 3 d., 2.42 str. 2 d. įtvirtintų teisės normų turinio matyti, kad juridinio asmens pavadinimo apsauga, nesant registracijos, yra siejama su tam tikru jo žinomumu Lietuvos visuomenėje. Tokia praktika nustato asmens ginčijančio prekių ženklo registraciją pareigą įrodyti savo pavadinimo žinomumą konkrečioje valstybėje. Tai galima padaryti pateikiant įrodymus apie ekonominės veiklos apimtį, visuomenės apklausas ir pan.

¹⁴¹ Europos Teisingumo Teismo 2004 m. lapkričio 16 d. sprendimas *Anheuser-Busch Inc./Budjovicky Budvar* C-245/02, EU:C:2004:717.

¹⁴² *Ibid*, paragrafas 96.

¹⁴³ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2007 m. rugsėjo 11 d. sprendimas *Céline SARL/Céline SA* C-17/06, EU:C:2007:497.

¹⁴⁴ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2006 m. gegužės 10 d. nutartis civilinėje byloje *San Marino bendrovė TECHNOSERVICE SRL v. UAB „Neono linija“*, Nr. 3K-3-325/2006.

7. GEOGRAFINĖ NUORODA

Vartotojai yra linkę atitinkamų prekių kokybę priskirti tam tikriems regionams. Pavyzdžiui visuotinai pripažįstama, jog Prancūzijos Bordo regione pagamintas vynas yra vienas geriausių pasaulyje¹⁴⁵, o Šveicarijoje pagaminti laikrodžiai yra neprilygstami savo tikslumu bei kokybe priskiriami aukščiausiai prabangos klasei¹⁴⁶. Neretai prekės kilusios iš tam tikrų regionų turi tokią stiprią reputaciją vartotojų tarpe, kad jų aukšta kokybė yra tiesiog preziumuojama. Šiuo klausimu geras pavyzdys yra cigarai. Neabejotinai garsiausi ir labiausiai vartotojų vertinami Kuboje pagaminti cigarai. Tačiau šios srities specialistai sutinka, jog Dominikos Respublikoje ar Nikaragvoje pagaminti cigarai savo kokybe prilygsta ir neretai pranoksta daugelį kubietiškių gaminių¹⁴⁷. Vis dėl to aukštesnė gaminių pagamintų kituose regionuose kokybė taip lengvai nepakeičia ilgametės vartotojų nuomonės apie aukštą kubietiškių cigarų kokybę ir jie yra linkę pateisinti šių produktų aukštas kainas.

Gamintojai, kurie gamina produktus tam tikroje vietovėje pagal ilgametės gamybos tradicijas, sukuria visą prekės pateikimo kultūrą (žino, kaip pagaminti išskirtines savybes turintį produktą, kokioje aplinkoje jis turi būti supjaustytas ar išpilstytas prieš pateikiant vartotojui), kurios išlaikymas reikalauja daug fizinių, žmogiškųjų, finansinių, ekologinių sąnaudų, nes tokie gaminiai turi atitikti nustatytas specifikacijas ir pan.¹⁴⁸. Dėl šių priežasčių vartotojai už prekes pažymėtas žymiomis geografinėmis nuorodomis yra linkę mokėti tam tikrais atvejais net kelis kartus brangiau lyginant su įprastinėmis prekėmis¹⁴⁹. Taigi geografinės nuorodos identifikuoja ne konkrečius gamintojus, bet prekės kilmės vietą ir iš tos vietos kilusios prekės išskirtines savybes, kokybę. Vadinasi, geografinė nuoroda, priešingai nei prekių ženklas, negali būti sukuriama vien žmogaus valia ir išradingumu, geografinės

¹⁴⁵ Vidutinė Bordo regiono vynuogynų kaina (už hektarą) neatsitiktinai yra aukščiausia visame pasaulyje - 642,000 dolerių. BADKAR, M. *A Complete Guide To The World's 15 Best Wine-Producing Regions* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-18]. Prieiga per internetą: <<http://www.businessinsider.com/the-most-expensive-vineyards-2011-4?op=1>>.

¹⁴⁶ GOMELSKY, V. *How Switzerland Came to Dominate Watchmaking* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-18]. Prieiga per internetą: <<http://www.nytimes.com/2014/11/21/style/international/what-enabled-switzerland-to-dominate-watchmaking.html>>.

¹⁴⁷ FERDMAN, A., R. *Cuban cigars aren't actually all that special* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-18]. Prieiga per internetą: <<https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2014/12/18/cuban-cigars-arent-actually-all-that-special/>>.

¹⁴⁸ BIRŠTONAS, R., *et al. Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010, p. 563 – 644.

¹⁴⁹ CORREA, M. C. *Protection of geographical indications in Caricom countries* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-21]. Prieiga per internetą: <<http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2009/03454.pdf>>.

nuorodos susiformavimui didelę įtaką turi tokie faktoriai, kaip klimatas, geografiniai vietovės ypatumai.

Tiek TRIPS sutarties 22 str. 1 d., tiek PŽĮ 2 str. 4 d. nurodoma, jog geografinėmis nuorodomis laikomos ir nuorodos iš kurių galima netiesiogiai nustatyti, jog prekė kilusi iš konkrečios geografinės vietovės. Todėl geografinė nuoroda gali būti išreikšta ir kaip tam tikras simbolis susijęs su konkrečia geografinė vietove ar tradiciniu gamybos būdu. Pavyzdžiui ant prekės įpakavimo atvaizdavus Sidnėjaus operos teatrą, kuris yra apskritai vienas garsiausių architektūros statinių pasaulyje¹⁵⁰, vartotojas automatiškai prekę asocijuos su Australija, nors tai tiesiogiai ir nebūtų nurodoma. Taigi geografinės nuorodos gali būti ir netiesioginės. Gamintojas suteikdamas geografinę nuorodą siekia suformuoti savo prekei atitinkamą įvaizdį atkreipdamas vartotojų dėmesį į prekės kilmės vietovę. Todėl geografinės nuorodos laikomos intelektinės veikos rezultatu.

Pirmiausia pažymėtina, jog nors tam tikrose nacionalinėse ar regioninėse sistemose apsauga taikoma tik tam tikriems žemės ūkio produktams, TRIPS sutartis apima ir visus kitus produktus. Antra, geografinė nuoroda turi identifikuoti prekę kaip kilusią iš tam tikros teritorijos. Trečia, teritorija nėra ribojama geografinių ar politinių ribų, todėl gali apimti apylinkę, provinciją ar šalį. Ketvirta, prekės turi būti kilusios iš tos teritorijos, t. y. turi būti iškasamos, užaugintos ar pagamintos. Galiausiai, turi egzistuoti tam tikras kokybės, reputacijos ar kitų savybių ryšys tarp prekės ir geografinės teritorijos¹⁵¹. Ar toks ryšys egzistuoja paliekama nuspręsti valstybei narei, kurioje siekiama apsaugos. Tačiau ESTT yra išaiškinęs, jog nėra būtina, kad prekė būtų pagaminta konkrečioje geografinėje vietovėje, tam, kad būtų asocijuojama su ta vietove¹⁵². Tokia asocijacija galėtų būti pagrįsta išskirtinio, konkrečiam regionui būdingo, prekės gamybos būdo pritaikymo kitoje teritorijoje. PŽĮ geografinė nuoroda apibūdinama labai panašiai, jokių esminių skirtumų nėra. PŽĮ geografinė nuoroda apibūdinama, kaip vietovardis ar kitas žodis arba žymuo, pagal kurį galima tiesiogiai arba netiesiogiai nustatyti, kad prekė yra kilusi iš tam tikros teritorijos, regiono ar vietovės, ir kuris sieja tos prekės kokybę, reputaciją ar kitas esmines savybes su jos geografinė kilmė

¹⁵⁰ Sydney Opera House: Outstanding Universal Value [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-19]. Prieiga per internetą: <<http://whc.unesco.org/en/list/166>>.

¹⁵¹ CORREA, M. C. *Trade related aspects of intellectual property rights: a commentary on TRIPS agreement*. New York: Oxford University Press, 2007, p. 218.

¹⁵² Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1999 m. gegužės 4 d. sprendimas *Windsurfing Chiemsee Produktions- und Vertriebs GmbH (WSC)/Boots- und Segelzubehör Walter Huber, Franz Attenberger C-108/97, C-109/97*, EU:C:1999:230.

(PŽĮ 2 str. 4 d.). Taigi šiame darbe bus vadovaujamosi TRIPS sutartyje pateikta ir į PŽĮ perkelta geografinės nuorodos samprata.

ESTT *Feta*¹⁵³ byloje padarė išvadą, jog geografinė nuoroda turi būti apibrėžiama kaip tam tikra geografinė aplinka su jai būdingais gamtos ar žmogaus veiklos veiksniais, galinčiais suteikti žemės ūkio ar maisto produktui tam tikrų savybių. Vadinasi, atitinkama kilmės vietovė turi pasižymėti vienodais gamtos veiksniais, dėl kurių ją galima atskirti nuo kaimyninių vietovių. Kai prekės tampa žinomos dideliame skaičiui žmonių, regionas, kuriame jos gaminamos įgauna reputaciją, kurią vartotojai pradeda sieti su atitinkamos rūšies ir kokybės produktais¹⁵⁴.

Prekių ženklų direktyvos 3 str. g d. kaip absoliutus prekių ženklo registracijos negaliojimo pagrindas nurodoma situacija, kada prekių ženklas gali suklaidinti visuomenę dėl prekių ar paslaugų geografinės kilmės. Įgyvendinant šią Prekių ženklų direktyvos normą PŽĮ 6 str. 1 d. 11 p. nustatyta, jog prekių ženklo registracija pripažįstama negaliojančia, jeigu jis yra tapatus Lietuvos Respublikoje saugomai geografini nuorodai arba klaidinamai į ją panašus. PŽĮ 6 str. 1 d. 11 p. numatytas absoliutus prekių ženklo negaliojimo atvejis šiame darbe nebus aptariamas, nes jis susijęs su galimu visuomenės klaidinimu, o ne kitų asmenų ankstesnių teisių gynimu.

7.1. Neregistruotos geografinės nuorodos ir prekių ženklo konfliktas

Geografinės nuorodos ir prekių ženklai yra skirtingos nors ir giminingos sąvokos. Jos abi saugo gaminio komercinę reputaciją nuo galimo neteisėto trečiųjų šalių pasisavinimo ir pateikia atitinkamai su geografine ar gamybos vieta susijusią nuorodą. Jos skiriasi tuo, kad prekių ženklas užtikrina jo turėtojo privatųjį interesą, o geografinė nuoroda saugo visų atitinkamoje geografinėje teritorijoje įsisteigusių gamintojų interesus¹⁵⁵. Geografinių nuorodų ir prekių ženklo konfliktas pasireiškia būtent per šių dviejų interesų – privataus ženklo savininko ir kolektyvinį tam tikros teritorijos gamintojų intereso sankirtą.

¹⁵³ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2005 m. spalio 25 d. sprendimas *Vokietijos Federacinė Respublika/Komisija C-465/02 ir C-466/02*, EU:C:2005:636.

¹⁵⁴ XOURAFA, C. K. Protection of Designations of Origin and Geographical Indications under the Law of the European Union [interaktyvus]. [žiūrėta 2016 m. vasario 11 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.marques.org/LGMS/Downloads/2000%20Winner.PDF>>.

¹⁵⁵ Generalinio advokato Damaso Ruiz-Jarabo Colomer išvada. 2009 m. vasario 5 d. byloje *Budějovický Budvar National Corporation/Rudolf Ammersin GmbH C-478/07*, EU:C:2009:52, paragrafas 82.

Tarptautinės sutartys (Paryžiaus konvencija, Lisabonos sutartis, Madrido sutartis ir TRIPS sutartis) neapriboja gaminių, kuriems apsaugoti gali būti taikoma geografinių nuorodų apsauga, todėl laikytina, jog geografinės nuorodos gali būti susijusios tiek su žemės, tiek su ne žemės produktais. Tačiau geografinių nuorodų apsauga Europos Sąjungos lygiu yra nustatyta tik tam tikriems žemės ūkio ir maisto produktams bei alkoholiui. Europos Sąjungoje bendra geografinių nuorodų apsauga nustatyta vynams¹⁵⁶, spiritiniams gėrimams¹⁵⁷ ir žemės ūkio bei maisto produktams¹⁵⁸. Visuose minėtuose reglamentuose yra nustatyta, jog tam, kad būtų galima pasinaudoti atitinkamame reglamente nustatyta apsaugos sistema, geografinė nuoroda turi būti įregistruota (Reglamento Nr. 1151/2012 13 str. 1 d., Reglamento Nr. 479/2008 29 konstatuojamoji dalis, Reglamento Nr. 110/2008 16 str.). Taigi geografinės nuorodos skirtos kitiems nei aukščiau išvardytiems produktams šiuo metu gali būti apsaugomos tik nacionaliniu lygmeniu. Doktrinoje pripažįstama, jog geografinių nuorodų ir prekių ženklų konfliktui principas „pirmas laike, pirmas teisėje“ nėra taikomas, vietoj jo turėtų būti vertinama pagal principą „kieno teisė naudoti geografinę nuorodą yra labiau pagrįsta?“¹⁵⁹. Pirmumo laike principas geografinių nuorodų ir prekių ženklų konfliktui negalėtų būti taikomas dar ir dėl to, kad kai kuriose valstybėse apskritai nėra geografinių nuorodų registravimo sistemos, todėl atitinkamam teismui būtų sunku nuspręsti nuo kurios konkrečios datos geografinė nuoroda laikytina saugojama.

ESTT byloje *Kraft Foods Italia SpA v. Associazione fra produttori per la tutela del*¹⁶⁰ pateikė svarbius išaiškinimus dėl registruotų ir neregistruotų geografinių nuorodų apsaugos. Visų pirma, teismas nurodė, jog pagrindinės bylos aplinkybių susiklostymo momentu vienintelė Sąjungos teisėje numatyta geografinių pavadinimų apsaugos sistema buvo įtvirtinta 1992 m. liepos 14 d. Tarybos reglamente (EEB) Nr. 2081/92 dėl žemės ūkio produktų ir maisto produktų geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų apsaugos¹⁶¹. Kaip matyti iš šio reglamento 12 konstatuojamosios dalies ir 13 str. 1 d., tam, kad galima būtų pasinaudoti šiuo reglamentu nustatyta apsaugos sistema, jame numatyta pareiga įregistruoti geografinius pavadinimus ES. Galiausiai ESTT padarė išvadą, jog ES rinkoje neįregistruotam

¹⁵⁶ 2008 m. balandžio 29 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 479/2008 dėl bendro vyno rinkos organizavimo.

¹⁵⁷ 2008 m. sausio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 110/2008 dėl spiritinių gėrimų apibrėžimo, apibūdinimo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos.

¹⁵⁸ Reglamentas Nr. 1151/2012.

¹⁵⁹ CONNOR, B. *The Law of Geographical Indications*. Jungtinė Karalystė: Cameron may Ltd, 2004. [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <<https://goo.gl/3gg9hi>>, p. 115.

¹⁶⁰ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2014 m. gegužės 8 d. sprendimas *Kraft Foods Italia SpA/Associazione fra produttori per la tutela del C-35/13*, EU:C:2014:306.

¹⁶¹ Pakeistas Reglamentu Nr. 1151/2012.

geografiniam pavadinimui negali būti taikoma apsauga. ESTT pabrėžė, jog nors Reglamentu Nr. 2081/92¹⁶² siekiama numatyti vienodą ir išsamią apsaugos sistemą, vis dėlto šiuo išsamumu neužkertamas kelias taikyti geografinių pavadinimų apsaugos sistemas, kuri nepatektų į šio reglamento taikymo sritį¹⁶³. Taigi, apsaugos sistema, kuri prireikus valstybės narės rinkoje gali būti taikoma ES neįregistruotam geografiniam pavadinimui, atitinka sistemą, kuri numatyta geografiniams pavadinimams tų produktų, kurių savybės nėra labai susijusios su jų geografine kilme. Šiuo metu ES lygiu egzistuoja tik dvi specializuotos geografinių nuorodų apsaugos sistemos – viena skirta žemės produktams, kita vynams ir spiritiniams gėrimams ir abejose sistemose apsaugai įgyti reikalaujama registracija. Todėl šie ESTT išaiškinimai yra reikšmingi ir šiandien.

Taigi iš pateikto teisinio reglamentavimo bei jį pagrindžiančios ESTT praktikos, galima daryti išvadą, jog neįregistruota geografinė nuoroda gali būti saugoma tik nacionalinės apsaugos sistemos pagrindu. Europos Sąjungos lygiu nėra suderintos valstybių narių ne žemės ūkio produktų geografinių nuorodų apsaugos sistemos. Visų ne žemės ūkio produktų geografinės nuorodos gali būti saugomos tik nacionalinių geografinių nuorodų apsaugos sistemų, kurios yra iš esmės skirtingos. Tačiau visos šios sistemos yra grindžiamos geografinių nuorodų apsauga numatyta TRIPS sutartyje. Kadangi nėra jokios tarptautinės geografinių nuorodų apsaugos sistemos, bet kokia šalis siekianti apsaugoti savo geografinę nuorodą užsienio valstybėse, turėtų prisiderinti prie kiekvienos šalies, kurioje siekiama apsaugos nacionalinių įstatymų¹⁶⁴. Šiuo metu daugiau nei 80 šalių visame pasaulyje yra sukūrusios specialias geografinių nuorodų registravimo sistemas¹⁶⁵. Vienose šalyse geografinių nuorodų apsaugai registracija nėra reikalaujama, tuo tarpu kitose reikalinga formali registracija. Pastarosios šalys greičiausiai geografinių nuorodų apsaugą sies su registracijos reikalavimu, todėl šiose šalyse mažai tikėtina, jog prekių ženklo registraciją galėtų ginčyti teisių į geografinę nuorodą turėtojai, jos neįregistravę. ES tik žemės ūkio produktų gamintojai ir platintojai (jų grupės) gali registruoti geografines nuorodas. Tuo tarpu

¹⁶² Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2009 m. rugsėjo 8 d. sprendimas *Budějovický Budvar, národní podnik/Rudolf Ammersin GmbH* C-478/07, EU:C:2009:521, paragrafas 114.

¹⁶³ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2000 m. lapkričio 7 d. sprendimas *Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft eV/Warsteiner Brauerei Haus Cramer GmbH & Co.* C-312/98, EU:C:2000:599, paragrafas 54.

¹⁶⁴ CORREA, M. C. *Trade related aspects of intellectual property rights: a commentary on TRIPS agreement*. New York: Oxford University Press, 2007, p. 226.

¹⁶⁵ Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market. 2013 m. vasario 18 d. [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-21]. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf> p. 19.

kitose šalyse registruoti geografinės nuorodos leidžiama ir vartotojų asociacijoms bei viešosioms institucijoms¹⁶⁶. Geografinių nuorodų apsaugą užtikrinančios *sui generis* sistemos šiuo metu veikia penkiolikoje valstybių narių (Belgija (Valonų regionas), Bulgarija, Kroatija, Čekija, Estija, Prancūzija, Vokietija, Vengrija, Latvija, Lenkija, Portugalija, Rumunija, Slovakija, Slovėnija, Ispanija (Mursijos regionas)¹⁶⁷. Šie teisės aktai yra įvairių formų: nuo regioninių ar nacionalinių taisyklių dėl konkrečių amatų (pvz., keramikos) iki specialių teisės aktų dėl tam tikrų produktų (pvz., Zolingenų peilių) arba regioninių ar nacionalinių teisės aktų, kuriais saugomi visi ne žemės ūkio produktai su geografine nuoroda¹⁶⁸. Būtinybė atisakyti registruoti (arba pripažinti jau įregistruoto prekės ženklo registraciją negaliojančia) prekių ženklą dėl neregistruotos geografinės nuorodos kyla iš poreikio neleisti vienam subjektui monopolizuoti geografinę nuorodą kaip prekių ženklą, taip užkertant kelią būsiamiems konkurentams naudotis atitinkama geografine nuoroda.

7.2. Prekių sąjasa su geografine nuoroda

Praktikoje pripažįstama, jog tokiu atveju, jeigu visuomenė registruojamame prekių ženkle naudojamos geografinės nuorodos tikėtinais negalėtų sieti su konkrečiomis prekėmis, problema dėl geografinės nuorodos monopolizavimo neturėtų kilti. Pavyzdžiui ESTT byloje *Chiemsee*¹⁶⁹ konstatavo, jog geografinės nuorodos į kalnus ar ežerus greičiausiai nesukels asociacijų, jog prekės kilo būtent iš šių geografinių vietovių. EUIPO byloje R 281/2009-1¹⁷⁰ nusprendė, jog prekių ženklas drabužiams „Great wall of China“, nors ir sudarytas iš itin garsios geografinės nuorodos, vargu ar sukels prekių kilmės asociacijas būtent su Didžiąja Kinijos siena, nes ES nėra žinoma apie drabužių fabrikus toje teritorijoje. Nors ši praktika yra susijusi su prekių ženklo sudaryto vien tik iš geografinės nuorodos, yra reikšminga ir ženklo

¹⁶⁶ CONNOR, B. *The Law of Geographical Indications*. Jungtinė Karalystė: Cameron may Ltd, 2004. [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-12]. Prieiga per internetą: <<https://goo.gl/3gg9hi>>, p. 81.

¹⁶⁷ Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market. 2013 m. vasario 18 d. [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-21]. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf>, p. 30.

¹⁶⁸ Europos Komisija. Žalioji knyga: Galimybė geografinės nuorodos apsaugą taikyti ir ne žemės ūkio produktams [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/com/com_com\(2014\)0469_/com_com\(2014\)0469_lt.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/com/com_com(2014)0469_/com_com(2014)0469_lt.pdf)>, p. 8.

¹⁶⁹ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1999 m. gegužės 4 d. sprendimas *Windsurfing Chiemsee Produktions- und Vertriebs/Boots- und Segelzubehör Walter Huber, Franz Attenberger* C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, paragrafas 31.

¹⁷⁰ OHIM Apeliacinė taryba. 2010 m. sausio 26 d. sprendimas R 281/2009-1, iš GANGJEE, S. *Research Handbook on Intellectual Property and Geographical Indications* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <<https://goo.gl/SIG15r>>, p. 385.

registracijos negaliojimui dėl tapatumo (klaidinamo panašumo) saugomai geografinėi nuorodai, kadangi analogiškai geografinės nuorodos saugomos nuo monopolizavimo. Iš minėtos praktikos darytina išvada, jog prekių ženklas, kuriame naudojama geografinė nuoroda, tam kad jo registracija būtų pripažinta negaliojančia, turėtų kelti (bent jau potencialiai) tam tikras asociacijas dėl prekių kilmės iš tos geografinės vietovės. Todėl pavyzdžiui įregistravus leidyklos prekių ženklą „Šatrijos kalno knygos“, registracija pagal PŽĮ 7 str. 1 d. 5 p. negalėtų būti panaikinama. Nors Šatrijos kalnas yra garsi kultūrinė vietovė, dažnai minima literatūroje¹⁷¹ ir pagal šiuos požymius galėtų teismo būti pripažinta saugotina, tačiau visuomenė neturėtų jokio pagrindo manyti, jog šios leidyklos knygos yra leidžiamos Šatrijos kalno teritorijoje, pavadinimas yra akivaizdžiai simbolinis.

Geografinės nuorodos iš esmės yra kolektyvinės, t. y. priklauso tam tikrai bendruomenei, fizinių ar juridinių asmenų grupei, kuri toje teritorijoje gamina saugomus produktus.¹⁷² Todėl vietoj to, kad vienas asmuo išimtinai naudotųsi geografinė nuoroda, yra priimta, jog šia teise naudojasi (arba bent jau turi galimybę naudotis) visi savo savybėmis išsiskiriančioje teritorijoje prekes gaminantys asmenys. Tokią poziciją patvirtina Reglamento Nr. 1151/2012 12 str. 1 d., kurioje nustatyta, jog saugomas geografinės nuorodas gali naudoti visi tam tikrą specifikaciją atitinkančiu produktu prekiaujantys veiklos vykdytojai. Dėl šios priežasties, visi šie gamintojai turi turėti galimybę apginti savo teises į konkrečią geografinę nuorodą, įskaitant ir nuo prekių ženklų sukeltų pažeidimų. Teisėti geografinių nuorodų naudotojai taip pat turi teisę gintis nuo asmenų nesąžiningų ketinimų įregistruoti kaip prekių ženklą geografinę nuorodą, į kurią tokie asmenys neturi teisės. Šią teisę jie gali įgyvendinti ginčydami prekių ženklų registraciją. Tokią galimybę numato beveik visų valstybių prekių ženklų įstatymai (PŽĮ 6 str. 1 d. 11, 12 p., 2 d.). Reglamento Nr. 1151/2012 14 str. kalbama tik apie įregistruotos geografinės nuorodos pagrindu negaliojančia pripažįstamos prekių ženklo registracijos atvejį. Tačiau manytina, jog valstybėse narėse, kuriose yra pripažįstama ir neįregistruotų geografinių nuorodų apsauga, tapataus ar klaidinamai panašaus prekių ženklo registracija galėtų būti ginčijama iš esmės panašiu būdu, kaip ir registruotos geografinės nuorodos atveju. Žinoma šios procedūros būdas priklauso nuo konkrečios nacionalinės sistemos reguliuojančios prekių ženklų negaliojimo institutą.

¹⁷¹ SIMUTYTĖ, Ž. Sakmėmis apipinta, poetus įkvepianti Šatrija [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <http://samogitia.mch.mii.lt/ZZ_2015_3/ZZ_2015_3_96_97.pdf>.

¹⁷² BIRŠTONAS, R., et al. *Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010, p. 700.

7.3. Neregistruotos geografinės nuorodos apsauga

Geografinės nuostatos daugelyje valstybių saugomos skirtingai. Daugelyje šalių geografinės nuorodos saugomos nesąžiningos konkurencijos ir prekių ženklų tesės normomis (Ispanija, Vokietija, Prancūzija). Estijoje¹⁷³, Rusijoje¹⁷⁴ geografinės nuorodos yra registruojamos valstybiniame geografinių nuorodų registre ir saugomos tik įregistruotos. Esminis registracinės sistemos momentas tas, kad teisė naudoti geografinę nuorodą gaminiams žymėti suteikiama ne konkrečiam privačiam asmeniui, o ją įgyja kiekvienas gamintojas, verslininkas, kuris atitinka tos geografinės nuorodos sąlygas – gamina savo gaminius toje teritorijoje, laikosi kitų nustatytų sąlygų (gamybos technologijos, pakavimo, pilstymo ir kt.)¹⁷⁵. Tam, kad atitiktų apsaugos valstybių narių teritorijoje reikalavimus, kilmės vietos nuorodos ir geografinės nuorodos turėtų būti registruojamos tik Sąjungos lygiu (Reglamentas Nr. 1151/2012). Todėl geografinės nuorodos registravimas nacionaliniu lygmeniu Europos sąjungos valstybėse narėse nėra įprasta praktika. Tam tikroms produktų grupėms Europos sąjungoje yra sukurtos sistemos geografinių nuorodų saugojimui, registravimui. Žemės ūkio ir maisto produktų kilmės nuorodos Europos sąjungoje registruojamos Europos komisijos tvarkomose saugomų kilmės vietos nuorodų ir saugomų geografinių nuorodų registre, vadovaujantis Reglamentu Nr. 1151/2012. Vynų kilmės nuorodos saugomos pagal 2008 m. balandžio 29 d. Tarybos reglamentą (EB) Nr. 479/2008 dėl bendro vyno rinkos organizavimo. Tuo tarpu alkoholiniai gėrimai saugomi pagal 2008 m. sausio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 110/2008 dėl spiritinių gėrimų apibrėžimo, apibūdinimo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos.

Kaip minėta, nacionaliniu lygiu geografinės nuorodos gali būti saugomos ir be registracijos. Kaip pavyzdžiai yra Jordanija, Mauricijus, Singapūras bei Šri Lanka¹⁷⁶ - šiose valstybėse neregistruotos geografinės nuorodos saugomos specialių įstatymų. Kaip minėta, Lietuvoje veikia tik tam tikrų rūšių produktų geografinių nuorodų registravimo sistema, todėl nuspręsti, ar konkreti nuoroda yra Lietuvos Respublikoje saugoma geografinė nuoroda, tenka bylą nagrinėjančiam teismui.

¹⁷³ TRUSKAITĖ, J. *Ankstesnės teisės kaip santykinis prekių ženklo registracijos negaliojimo pagrindas Baltijos valstybėse*. Teisė, 2008, t. 66, nr. 2, p. 91.

¹⁷⁴ CONNOR, B. *The Law of Geographical Indications*. Jungtinė Karalystė: Cameron may Ltd, 2004 [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <<https://goo.gl/3gg9hi>>, p. 319.

¹⁷⁵ BIRŠTONAS, R., *et al. Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010, p. 561 – 662.

¹⁷⁶ GIOVANNUCCI, D., *et al. Guide to geographical indications: linking products and their origins*. International Trade Centre, 2009, p. 39.

7.4. Geografinė nuoroda kaip prekių ženklo registracijos negaliojimo pagrindas

Tiek geografinės nuorodos, tiek prekių ženklai atskiria vienas prekes nuo kitų, tačiau prekių ženklai atskiria prekes pagamintas skirtingų gamintojų, o geografinės nuorodos atskiria prekių grupes kilusias iš konkretaus regiono nuo kitų prekių. Straipsnyje „Ankstesnės teisės kaip santykinis prekių ženklo registracijos negaliojimo pagrindas Baltijos valstybėse“ išsakoma pozicija, jog geografinių nuorodų teisinė apsauga yra skirta ginti ne tik privatų, bet ir viešąjį interesą, todėl visose Baltijos valstybėse prieštaravimas ankstesnei geografinei nuorodai yra absoliutus, o ne santykinis registracijos negaliojimo pagrindas¹⁷⁷. Tačiau su tokia pozicija negalima sutikti, geografinės kilmės nuoroda, kuri nėra klaidinanti sudaro santykinį, o ne absoliutų prekių ženklo registracijos negaliojimo pagrindą. PŽĮ 7 str. 1 d. 5 p. nustatytas santykinis prekių ženklo negaliojimo pagrindas - prekių ženklo registracija pripažįstama negaliojančia, jeigu jis yra tapatus Lietuvos Respublikoje saugomai geografinei nuorodai arba klaidinamai į ją panašus. Šio prekių ženklo registracijos negaliojimo pagrindo nenumatė nei Prekių ženklų direktyva, nei Prekių ženklų reglamentas. TRIPS sutarties 22 str. 3 d. nedraudžiama valstybei narei leisti registruoti prekių ženklus, kuriuos sudaro geografinė nuoroda, jeigu jie naudojami prekėms, kurios yra kilusios iš tos geografinės vietovės. Šis registracijos negaliojimo pagrindas skirtas apsaugoti kitų asmenų teisę savo veikloje naudoti atitinkamą geografinę nuorodą. Dėl šios priežasties tame pačiame PŽĮ 7 str. 1 d. 5 p. nustatyta išimtis – geografinė nuoroda registruojama kaip nesaugomas ženklo elementas, jeigu įregistruoja asmuo, turintis teisę naudoti tą geografinę nuorodą. Beveik visose šalyse, kuriose yra saugomos geografinės nuorodos, galima išskirti du pagrindinius principus: (1) vartotojų apsauga nuo klaidinančios informacijos; (2) prekybos vientisumas t. y. gamintojų ir pardavėjų apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos¹⁷⁸.

Bendrojo Teismo nagrinėtoje byloje *Genossenschaftskellerei Rosswag -Mühlhausen eG* (toliau – *Genossenschaftskellerei*) v. *OHIM*¹⁷⁹ buvo kilęs konfliktas būtent tarp neregistruotos ankstesnės geografinės nuorodos ir panašaus prekių ženklo registracijos. Šioje byloje Bendrasis Teismas pateikė reikšmingą išaiškinimą dėl geografinės nuorodos ir prekių

¹⁷⁷ TRUSKAITĖ, J. *Ankstesnės teisės kaip santykinis prekių ženklo registracijos negaliojimo pagrindas Baltijos valstybėse*. Teisė, 2008, t. 66, nr. 2, p. 91.

¹⁷⁸ CONRAD A. *The Protection of Geographical Indications in the TRIPS Agreement*. Vol. 86 TMR, p. 14.

¹⁷⁹ Bendrasis Teismas. 2015 m. liepos 14 d. sprendimas *Genossenschaftskellerei Rosswag -Mühlhausen eG/OHIM* T-55/14, EU:T:2015:486.

ženklų panašumo vertinimo. Bylos faktinė situacija buvo tokia, jog Genossenschaftskellerei pateikė prašymą įregistruoti žodinių prekių ženklą „Lembergerland“. EUIPO nurodė, jog prašomas įregistruoti prekių ženklas apima geografinę nuorodą į Lemberg vietovę, kuri saugoma pagal Bendrijos ir Pietų Afrikos Respublikos susitarimą. Bendrasis Teismas dėl žymenų panašumo konstatavo, jog papildomos raidės, kurios sudaro prašomą įregistruoti žymenį, negali jam suteikti išgalvoto pobūdžio, palyginti su geografine nuoroda, prašomas įregistruoti žymuo gali būti suprantamas kaip darantis nuorodą į „Lemberg regioną“ arba „Lemberg teritoriją“. Taigi prašomas įregistruoti prekių ženklas neturi atskiros ir autonominės reikšmės, kuri labai skirtinga nuo geografinės nuorodos Lemberg reikšmės. Bendrasis Teismas nusprendė, jog prašomas įregistruoti prekių ženklas „Lembergerland“ sudarytas iš geografinės nuorodos Lemberg, kuri pagal Bendrijos ir Pietų Afrikos Respublikos susitarimą saugoma iš ten kilusiems vynams, arba ją apima. Todėl prašomam įregistruoti prekių ženklui turi būti taikomas Reglamento dėl ES prekių ženklo 7 str. 1 d. j p. numatytas absoliutus atmetimo pagrindas. Taigi šioje byloje suformuluotos dvi svarbios taisyklės. Pirma, geografinės nuorodos apsauga gali būti kildinama ne iš registracijos, pavyzdžiui šiuo atveju iš susitarimo įsipareigojimo saugoti tam tikras geografines nuorodas. Antra, vertinant prekių ženklo klaidinamą panašumą, be kita ko, atsižvelgtina į tai ar: (1) prekių ženklas turi autonominę reikšmę nuo geografinės nuorodos; (2) prekių ženklas sudarytas iš geografinės nuorodos arba ją apima. Todėl manytina, jog prekių ženklai sudaryti iš perdaryto, modifikuoto teritorijos pavadinimo, neturi autonominės reikšmės, todėl priklausomai nuo išraiškos galėtų klaidinti visuomenę.

Apibendrinant išdėstytą analizę, galima teigti, kad ES nustatyta geografinių nuorodų apsauga yra pernelyg ribota – nustatyta tik tam tikroms produktų rūšims. Tai sukelia reikšmingas problemas, kadangi norint apsaugoti, ES lygiu neregistruotą, geografinę nuorodą keliose valstybėse, būtina prisiderinti prie skirtingų nacionalinių sistemų. Šios sistemos yra skirtingos, apskritai ne visos valstybės registruoja geografines nuorodas. Manytina, jog egzistuoja poreikis ES nustatyti neregistruotų geografinių nuorodų apsaugą dėl šių priežasčių: (1) ES geografinių nuorodų registracijos sistema apima tik kelias produktų rūšis, todėl tam tikrų prekių geografinės nuorodos apskritai negali būti įregistruotos; (2) geografinės nuorodos susiformuoja dėl daugelio veiksnių, vien žmogaus valia jos negali būti sukuriamos, todėl šių natūraliai susikūrusių teisių apsauga turėtų būti siejama su faktiniu naudojimu ir paplitimu, o ne su registracija. Papildomai pažymėtina, jog tam, kad ženklų

registracija būtų pripažinta negaliojančia šuo pagrindu, turėtų būti nustatoma, jog naudojamas pavadinimas realiai indikuoja (visuomenės požiūriu) konkrečią teritoriją ir nėra tik simbolinis.

8. PRAMONINIS DIZAINAS AR KITAS PRAMONINĖS NUOSAVYBĖS OBJEKTAS

Pramoninės nuosavybės objektai yra laikomi bet kokie technikos išradimai, pramoniniai dizainai, prekių ženklai ir geografinės nuorodos. Paryžiaus konvencijos 1 str. apibrėžiant pramoninės nuosavybės teisės sąvoką nurodoma, jog pramoninės nuosavybės objektai, be kita ko, yra išradimų patentai, naudingieji modeliai, pramoninis dizainas, prekių ženklai, firmų vardai ir kilmės nuorodos arba kilmės vietos pavadinimai, taip pat apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos. Teisės doktrinoje taip pat prie pramoninės nuosavybės objektų priskiriami puslaidininkių gaminių topografijos, augalų veislės, komercinės paslaptys ir *know how*. Tačiau ne visi pramoninės nuosavybės objektai realiai galėtų konfliktuoti su prekių ženklais. Pavyzdžiui komercinės paslaptis, *know how* ar puslaidininkių gaminių topografijos negalėtų sudaryti prekių ženklo, todėl šiame skyriuje bus aptariama tik pramoninio dizaino sąvoka.

Teisės į patentą objektas yra išradimas. Lietuvos Respublikos patentų įstatymo¹⁸⁰ (toliau – Patentų įstatymas) 4 str. 1 d. nurodoma, jog bet kokios technikos srities išradimai yra patentabilūs, jeigu jie yra nauji, atitinka išradimo lygį ir turi pramoninį pritaikomumą. Analogiškai patentabilūs patentai apibrėžiami ir Europos patentų konvencijoje¹⁸¹ bei TRIPS sutartyje (27 str. 1 d.). Taigi išradimas yra nauja idėja, kuri techniniu būdu išsprendžia tam tikrus uždavinius ir gali būti pritaikoma išorinio pasaulio problemų sprendimui. Patentas turi atitikti šiuos reikalavimus: būti pritaikomas pramonėje¹⁸², naujas ir neakivaizdus (išradimo lygio) (Patentų įstatymo 6 – 8 str.)¹⁸³. Teisės doktrinoje išradimas paprastai apibrėžiamas kaip naujas specifinis techninės problemos būdas, sukuriamas kaip žmogaus intelektualinės

¹⁸⁰ Lietuvos Respublikos Prekių ženklų įstatymas. Valstybės žinios, 2000, nr. 92-2844.

¹⁸¹ 1973 m. Europos patentų išdavimo konvencija (Europos patentų konvencija). *Valstybės žinios*, 2004, nr. 147-5325, 52 str. 1 d.

¹⁸² Taip pat žemės ūkyje, sveikatos apsaugos ar kitose srityse (Patentų įstatymo 8 str.).

¹⁸³ GUOBYŠ, V. *Išradimo atskleidimo rizika iki patento paraiškos padavimo*. Pramoninės nuosavybės apsauga nr. 51 [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-23]. Prieiga per internetą: <http://www.tb.lt/PIC/PNA/PNA/PNA-51_str-04.pdf>, p. 1.

(mąstymo) veiklos rezultatas¹⁸⁴. Kadangi patentas yra išradimas skirtas konkrečiai techninei funkcijai atlikti, neteikiant pirmenybės jo išorinei išvaizdai, mažai tikėtinas ir konfliktas tarp patento bei prekių ženklo. Toks konfliktas galėtų susiklostyti pavyzdžiui, jeigu viena bendrovė įregistruotų patentą unikaliai pavarų svirčiai, kurios originali išorinė išvaizda būtų diktuojama atliekamos funkcijos ir vėliau kitas automobilių gamintojas įregistruotų prekių ženklą sudarytą iš stilizuoto paveikslėlio, kuriame galima aiškiai identifikuoti užpatentuotos pavarų svirties atvaizdą. Tokių būdu vėlesnis prekių ženklu galimai būtų siekiama pasinaudoti geru išradimo vardu. Tačiau išradimai yra saugomi tik išdavus patentą (Patentų įstatymo 3 str.), todėl neregistruoto patento ir prekių ženklo konfliktas apskritai nėra įmanomas. Pasibaigus patento galiojimui, pasibaigia ir patento suteikiama „monopolija“, todėl tokiu atveju tretieji asmenys galėtų laisvai kopijuoti ir naudoti nebegaliojančio patento atvaizdą prekių ženklu, jeigu jis nebūtų saugomas kitų teisių pagrindu.

Žodis „dizainas“ tarptautinių žodžių žodyne apibrėžiamas, kaip daiktinės aplinkos projektavimas ir daiktų (dažniausiai pramonės gaminių) meninis konstravimas, jų estetinės išvaizdos kūrimas¹⁸⁵. Tačiau pramoninis dizainas dažniausiai reiškia patį šio formavimo rezultatą, o ne procesą. Dizaino sukūrimas yra meninio, ir konstrukcinio inžinierinio pobūdžio kūrybinė veikla, o dizainas jungia funkcines ir estetiškes gaminio savybes¹⁸⁶. Tarybos reglamente (EB) Nr. 6/2002 dėl Bendrijos dizainų¹⁸⁷ (toliau – Bendrijos dizaino reglamentas) nurodoma, jog „dizainas“ tai viso gaminio ar jo dalies vaizdas, susidarantis dėl paties gaminio ir (arba) jo ornamentikos, specifinių linijų, kontūrų, spalvų, formos, tekstūros ir (arba) medžiagų savybių (Bendrijos dizaino reglamento 3 str., Dizaino įstatymo 2 str. 2 d.). Pagrindiniai dizainui keliami reikalavimai, tai naujumas ir individualių savybių turėjimas (Bendrijos dizaino reglamento 4 str. 1 d., Dizaino įstatymo 4 str. 1 d.). Dizaino savininkas savo teises gali apsaugoti įregistruodamas dizainą (analogiškai kaip ir prekių ženklu, egzistuoja nacionalinė, Bendrijos ir tarptautinė dizaino registracijos sistema). Neįregistruotas dizainas nėra laikomas pramoninės nuosavybės objektu (Dizaino įstatymo 4 str. 1 d.), tačiau gali būti saugomas pagal autorių teisę (ATGTĮ 13 str.), jeigu atitinka kūrinio kriterijus (originalus asmeninės intelektinės veiklos rezultatas ATGTĮ 2 str. 19 d.). Dizainas, kurį

¹⁸⁴ BIRŠTONAS, R., *et al. Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010, p. 386.

¹⁸⁵ VAITKEVIČIŪTĖ, V. *Tarptautinių žodžių žodynas*. Vilnius: Alma littera, 2003, p. 176.

¹⁸⁶ BIRŠTONAS, R., *et al. Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010, p. 176.

¹⁸⁷ 2001 m. gruodžio 12 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 6/2002 dėl Bendrijos dizaino.

saugo Bendrijos dizainas, nuo to dizaino sukūrimo arba bet kokio jo pavidalo užfiksavimo dienos taip pat saugomas pagal valstybių narių autorių teisę (Bendrijos dizaino reglamento 96 str. 2 d.).

8.1. Neregistruoto Bendrijos dizaino apsauga

Atitinkantis reikalavimus Bendrijos dizainas gali būti saugomas ir be registracijos (Bendrijos dizaino reglamento 11 str.). Jungtinėje Karalystėje neregistruotam dizainui suteikiama iš esmės tokios pačios apimties apsauga, kaip ir Bendrijoje, apskirtai pažymėtina, jog neregistruoto Bendrijos dizaino apsauga yra paremta britiška idėja¹⁸⁸. Neregistruotas Bendrijos dizainas jo savininkui nesuteikia teisių monopolijos¹⁸⁹, jis saugomas tik nuo kopijavimo¹⁹⁰ (Bendrijos dizaino reglamento 19 str. 2 d., 21 konstatuojamoji dalis). Svarbu išanalizuoti kas yra laikoma „kopijavimu“ ir ar dizaino panaudojimas prekių ženkle patenka į šią sąvoką. Žodžio „kopijuoti“ reikšmė lietuvių kalbos žodyne¹⁹¹ nurodoma kaip „daryti nuorašus, kopijas; daryti nuotraukas (pvz., fotografijos)“. Taigi kopijavimas reiškia identiško objekto atgaminimą. Bendrijos dizaino reglamento 21 konstatuojamojoje dalyje nurodyta, jog neregistruotasis Bendrijos dizainas turėtų tik suteikti teisę užkirsti kelią kopijų gamybai. Klausimo išaiškinimui reikšminga šio straipsnio formuluotė „kopijų gamyba“. Kopijų gamyba suprantama, kaip viso objekto (ar esminės jo dalies) atgaminimas. Tačiau, kad kultų konfliktas tarp dizaino ir ženklo, pastarajame dizainas turėtų būti „panaudojamas“, o ne kaip nurodoma reglamento normoje atgaminamas. Būtent dizaino panaudojimas, kaip prekių ženklo komercinėje veikloje prekėms ar paslaugoms žymėti registracijai, sukeltų šių teisių konfliktą. Taigi pačiame Bendrijos dizaino reglamente naudojama formuluotė leidžia daryti išvadą, jog dizaino panaudojimas prekių ženkle nepatenka į naudojamą „kopijavimo“ sąvoką. ESTT praktikoje nėra apibrėžiama kopijavimo veiksmų apimtis, tačiau ginčai dėl dizaino kopijavimo kyla būtent dėl konkrečių gaminių išorinės išvaizdos nukopijavimo, pavyzdžiui drabužių¹⁹², pavėsių¹⁹³, laikrodžių¹⁹⁴. EUIPO laikosi pozicijos, jog neregistruotas Bendrijos

¹⁸⁸ JACOB, R.; ALEXANDER, D.; ir LANE, L. *A Guidebook to Intellectual property. Patents, Trade Marks and Designs*. London: Sweet & Maxwell, 2004, p. 73.

¹⁸⁹ *Ibid.*, p. 19.

¹⁹⁰ CORNISH, W. *Cases and materials on intellectual property*. Fourth edition. London: Sweet & Maxwell, 2003, p. 446.

¹⁹¹ NAKTINIENĖ, G., et al. *Lietuvių kalbos žodynas* (t. I–XX, 1941–2002): elektroninis variantas. Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2005 [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-12]. Prieiga per internetą: <www.lkz.lt>.

¹⁹² Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2014 m. birželio 19 d. sprendimas *Karen Millen Fashions Ltd/Dunnes Stores, Dunnes Stores Ltd C-345/13*, EU:C:2014:2013.

dizainas suteikia apsaugą ir nuo produkto pateikimo į rinką į kurį yra inkorporuojamas dizainas¹⁹⁵. Tačiau manytina, jog dizaino panaudojimas prekių ženkle negali būti laikoma inkorporavimu, nes tokiu atveju dizainas yra panaudojamas visai kitai funkcijai atlikti, panaudojimas kitame kontekste. Tiek teisės aktuose, tiek ES praktikoje bei doktrinoje kopijavimu laikomas tik vėlesnio dizaino sukūrimas, todėl neregistruotam dizainui taikoma apsauga negalėtų būti pagrindu pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia¹⁹⁶. Taigi, dėl itin ribotos apsaugos, kuri nukreipta būtent į tapačių gaminių dizainų atgaminimą, dizaino panaudojimas prekių ženkle nepatenka į kopijavimo sąvoką. Kaip jau minėta, neregistruotas dizainas gali būti ginamas kaip autorių teisių objektas, todėl plačiau apie šį atvejį bus aptariama kitame skyrelyje.

9. AUTORIŲ IR KITOS INTELEKTINĖS NUOSAVYBĖS TEISĖS

Civilinių teisių objektais, be kita ko, laikomi mokslo, literatūros ir meno kūriniai bei kiti intelektualios veiklos rezultatai, išreikšti kuria nors objektyvia forma (rankraščiai, brėžiniai, modeliai ir kt.) (CK 1.111 str.). Taigi autorių teisės objektas yra kūrinys. ATGTĮ 2 str. 19 d. numatyta, jog kūrinys – originalus kūrybinės veiklos rezultatas literatūros, mokslo ar meno srityje, nepaisant jo meninės vertės, išraiškos būdo ar formos. ATGTĮ 4 str. 1 d. nustatyta, jog autorių teisių objektai – originalūs literatūros, mokslo ir meno kūriniai, kurie yra kokia nors objektyvia forma išreikštas kūrybinės veiklos rezultatas. Kūriniui, kaip autorių teisės saugomam objektui, būdingi du pagrindiniai požymiai: pirma, kūrinys – tai intelektualios kūrybos rezultatas, ir, antra, jis turi būti originalus¹⁹⁷. Kūrinio originalumas pasireiškia teik jo turinio, tiek formos originalumu¹⁹⁸. Autorių teisės į literatūros, mokslo ir meno kūrinių atsiranda jį sukūrus (išreiškus objektyvia forma) (ATGTĮ 13 str.), nepriklausomai nuo bet kokių formalumų, nepriklausomai nuo to, nurodytas autorius ar nenurodytas, žinoma ar

¹⁹³ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2014 m. vasario 13 d. sprendimas *H. Gautzsch Großhandel GmbH & Co. KG/Münchener Boulevard Möbel Joseph Duna GmbH C-479/12*, EU:C:2013:537.

¹⁹⁴ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2009 m. liepos 2 d. sprendimas *Fundación Española para la Innovación de la Artesanía (FEIA)/Cul de Sac Espacio Creativo SL, Acierta Product & Position SA C-32/08*, EU:C:2009:418.

¹⁹⁵ Create your 'design protection strategy' [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-12]. Prieiga per internetą: <<https://oami.europa.eu/ohimportal/en/designs-in-the-european-union>>.

¹⁹⁶ BIRŠTONAS, R., et al. *Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010, p. 768.

¹⁹⁷ MIZARAS, V. *Autorių teisė*. I tomas. Vilnius: Justitia, 2008, p. 166.

¹⁹⁸ VILEITA, A. *Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymo komentaras*. Vilnius: Lietuvos rašytojų sąjungos leidykla, 2000, p. 20.

nežinoma kas yra tikrasis kūrinio autorius¹⁹⁹. Todėl priešingai nei pramoninės nuosavybės atveju, tam, kad būtų įgyjama apsauga, jokių papildomų veiksmy, registracijos atlikti nereikia ir autoriaus teisės į kūrinį saugomos nuo jų sukūrimo.

9.1. Prekių ženklo negaliojimas dėl ankstesnių autorių teisių

Labiausiai tikėtina, kad konfliktas kils tarp prekių ženklo registracijos ir vaizduojamojo meno, taikomojo meno ir fotografijos kūrinių. Prie tokių priskiriama skulptūros, tapybos bei grafikos kūriniai, monumentalioji dekoratyvinė dailė, kiti dailės kūriniai, taip pat scenografijos kūriniai (ATGTĮ 4 str. 2 d. 7 p.), fotografijos kūriniai ir kiti fotografijai analogiškais būdais sukurti kūriniai (ATGTĮ 4 str. 2 d. 8 p.), architektūros kūriniai (pastatų ir kitų statinių projektai, brėžiniai, eskizai ir modeliai, taip pat pastatai ir kiti statiniai) (ATGTĮ 4 str. 2 d. 9 p.) ir bet koks rankų darbo ar pramoniniu būdu sukurtas dailės kūrinys, skirtas praktiniam naudojimui (ATGTĮ 2 str. 26 d.). Kadangi prekių ženklai gali būti ir garsiniai, įmanoma ir situacija, kada prekių ženklas pažeidžia teisių į fonogramos turėtojo teises. Taip pat, kaip autorių teisių objektai yra saugomi ir kūrinių pavadinimai²⁰⁰.

Apsibrėžus autorių nuosavybės teisių objektus, kurie tikėtina gali būti prekių ženklų registracijos negaliojimo pagrindu, atkreiptinas dėmesys, jog autorių teisių pažeidimu nebus laikomas atvejis, kai saugomas objektas panaudojamas su teisių savininko leidimu. Jeigu aplinkybių visuma rodo, kad šalys buvo susitarusios dėl kūrinio naudojimo, teismas gali pripažinti tarp šalių buvus sutartinius santykius, nors šie ne visada būna įforminti raštu²⁰¹. Taigi tokiu atveju, jeigu tarp šalių buvo tam tikri sutartiniai santykiai dėl autorių teisių objekto naudojimo prekių ženklui sukurti, visų pirma turėtų būti nustatoma ar šalys pasiekė susitarimą ir tik po to atitinkamai sprendžiamas prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia klausimas.

LAT byloje Nr. 3K-3-160/2008²⁰² pateikė reikšmingus išaiškinimus dėl prekių ženklo ir autorių teisių konflikto. Teismas pažymėjo, jog kai prekių ženkle naudojamas autorių teises pažeidžiantis atitinkamas elementas, tas elementas negali būti pripažįstamas nesaugomu

¹⁹⁹ *Ibid*, p. 33.

²⁰⁰ Pirmosios instancijos Teismas. 2009 m. birželio 30 d. sprendimas *Danjaq, LLC/OHIM* T-435/05, EU:T:2009:226, paragrafas 43 – 44.

²⁰¹ BIRŠTONAS, R., *et al. Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010, p. 281.

²⁰² Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2008 m. birželio 25 d. nutartis civilinėje byloje *UAB „Restoranų grupė w“, K. B. v. AB „Ragutis“*, Nr. 3K-3-160/2008.

ženklų elementu (PŽĮ 8 str.), nes tai nepašalina išimtinių autorių teisių subjektų teisių pažeidimo. Atitinkamo ženklo elemento pripažinimas nesaugomu elementu pagal PŽĮ 8 str. reiškia tai, kad niekas neturi (negali turėti) į tą elementą išimtinių teisių. Ženklo registracija gali būti pripažinta negaliojančia daliai prekių arba paslaugų, kurioms žymėti ženklas yra įregistruotas (PŽĮ 48 str.), bet ne daliai ženklo elementų. Tokia pozicija pagrįsta prekių ženklo, kaip registracijos objekto vientisumu. Autorių teises pažeidžia atitinkamo elemento įtraukimas į prekių ženklą, todėl šio elemento teisinė apsauga neturi reikšmės vertinant pažeidimą. Kasacinis teismas taip pat pabrėžė, kad sprendimo rezoliucinė dalis, kuria atsakovui uždraudžiama naudoti komercinėje veikloje žymenis, tapačius kūriniui yra nepakankamai konkreti, todėl jos vykdymas būtų sudėtingas. Teismo sprendimo rezoliucinėje dalyje turi būti nurodytas konkretus draudimo objektas²⁰³.

Ankstesnė autoriaus teisė yra santykinis prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindas (Reglamento dėl ES prekių ženklo 53 str. 2 d. c p.). Tačiau autoriaus teisė nepatenka į Reglamento dėl ES prekių ženklo 8 str. 4 d. nurodytą sąvoką „ankstesnės teisės“²⁰⁴. Autorių teisės suteikiama apsauga turėtų būti remiamasi ne per protesto procedūrą, o tik per nagrinėjamo ES prekių ženklo registracijos panaikinimo procedūrą²⁰⁵.

Šiai temai svarbus ESTT sprendimas byloje *OHIM v. National Lottery Commission*²⁰⁶. Šioje byloje ginčas dėl prekių ženklo registracijos ir ankstesnės autoriaus teisės konflikto. 2007 m. Nacionalinė loterijos komisija (Jungtinė Karalystė) įregistravo ES prekių ženklą, kuriame atvaizduota žmogaus plaštaka sukryžiuotais pirštais. Tais pačiais metais Giuseppe De Gregorio ir Mediatek Italia Srl pateikė prašymą EUIPO pripažinti šio prekių ženklo registraciją negaliojančią remiantis Reglamento 40/94 52 str. 2 d. c p. (dabartinio Reglamento dėl ES prekių ženklo 53 str. 2 d. c p.), kaip ženklo negaliojimo pagrindą nurodydamas savo ankstesnę autoriaus teisę į praktiškai identišką grafinį atvaizdą. EUIPO prekių ženklo registraciją pripažino negaliojančia ir nustatė, jog (1) Pareiškėjai įrodė, jog Italijoje egzistuoja autorių teisių apsauga taikytina grafiniam atvaizdui; (2) autoriaus teisė

²⁰³ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2003 m. gruodžio 15 d. nutartis civilinėje byloje *Beecham Group p.l.c v. I. K. ir kiti*, Nr. 3K-3-1103/2003; Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2001 m. spalio 1 d. nutartis civilinėje byloje *UAB „Rasa“ ir kiti v. individuali R. Degutienės įmonė „Kertupis“*, Nr. 3K-3-875/2001.

²⁰⁴ Bendrasis Teismas. 2010 m. birželio 22 d. sprendimas *Eugenia Montero Padilla/OHIM* T-255/08, EU:T:2010:249, paragrafas 70.

²⁰⁵ Pirmosios instancijos Teismas. 2009 m. birželio 30 d. sprendimas *Danjaq, LLC/OHIM* T-435/05, EU:T:2009:226, paragrafas 41.

²⁰⁶ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2014 m. kovo 27 d. sprendimas *OHIM/National Lottery Commission* C-530/12 P, EU:C:2014:186.

buvo ankstesnė negu prekių ženklas; (3) prekių ženklas ir grafinis atvaizdas yra praktiškai identiški. Nacionalinė loterijos komisija pateikė skundą dėl šio sprendimo.

EUIPO Apeliacinė taryba atmetė šį skundą ir nurodė: (1) Italijos civiliniame kodekse ir Autorių teisių įstatyme numatyta apsauga galėtų būti taikoma humoristiniam besišypsiančios rankos atvaizdui ir jis turi bent minimalų originalumą; (2) pareiškėjai pateikė įrodymą²⁰⁷, kad kūrinys sukurtas ir kad šie asmenys yra autoriaus teisės į šį kūrinį turėtojai; (3) šios sutarties kopija yra pakankamas įrodymas konstatuoti ankstesnę autoriaus teisę; (4) prekių ženklas pagal Italijos teisę laikytinas neteisėta reprodukcija, todėl atitinkamai laikytinas autorių teisių pažeidimu; (5) Nacionalinė loterijos komisija nepateikė pakankamai įrodymų, jog ginčijamas prekių ženklas buvo sukurtas nepriklausomai nuo autoriaus teisių objekto; (6) tai, jog grafinis atvaizdas buvo atvaizduotas ant 400 marškinėlių Italijoje, leidžia spręsti, jog labiau tikėtina, jog prekių ženklas buvo „įkvėptas“ šio atvaizdo, negu, kad buvo sukurtas nepriklausomai. Taigi EUIPO pateikė reikšmingus išaiškinimus dėl ankstesnės nacionalinės autorių teisės, kuria grindžiamas prekių ženklo registracijos negaliojimas. Pirmiausia asmuo ginčijantis prekių ženklą, turėtų įrodyti, jog ankstesnė autorių teisė yra saugoma nacionalinės teisės, pateikti atitinkamus įrodymus. Kuo didesnis autorių teisių objekto žinomumas, kuo platesnis šio objekto naudojimas, tuo labiau tikėtina, jog prekių ženklas buvo sukurtas pažeidžiant autorių teisę.

Šioje byloje ESTT pažymėjo, jog tokiu atveju, kai prašymas pagal Reglamento dėl prekių ženklo 52 str. 2 d. paduodamas remiantis nacionalinės teisės aktais saugoma ankstesne teise, pareiškėjas turi pateikti įrodymus, jog pagal nacionalinę teisę jis gali pretenduoti į tą teisę²⁰⁸. EUIPO turi įvertinti galią ir turinį įrodymų, kuriuos prašymą pateikęs asmuo pateikė tam, kad patvirtintų nacionalinės teisės normos, kuria remiasi, turinį²⁰⁹. Būtina suteikti EUIPO ir Bendrajam Teismui galimybę patikrinti, ar prašymą pateikusio asmens informacija, kiek tai susiję su jam tenkančia įrodinėjimo našta, svarbi nustatant tokios nacionalinės teisės turinį, t. y. patikrinti teisės normų, kuriomis remiasi prašymą pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia pateikęs asmuo, turinį, taikymo sąlygas ir svarbą.

²⁰⁷ 1986 m. sutartis, kuria trečiasis asmuo, vadinantis save grafinio atvaizdo autoriumi, tvirtino perleidęs vienam iš prašymą pripažinti registraciją negaliojančia pateikusių asmenų savo teises atkurti ir naudoti tokį atkurtą kūrinį, kopija kartu su kitais prie šios sutarties pridėtais piešiniais.

²⁰⁸ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2011 m. liepos 5 d. sprendimas *Edwin Co. Ltd/OHIM C-263/09 P*, EU:C:2011:452.

²⁰⁹ *Ibid*, paragrafas 51.

IŠVADOS

1. Tinkamai neregistruotų prekių ženklų savininkų apsaugai užtikrinti reikalingas harmonizavimas ES lygiu, nustatant konkrečius ženklo naudojimo ir žinomumo kriterijus, taip suvienodinant nacionalinėse teisės sistemose keliamus apsaugos reikalavimus. Kadangi dėl nacionalinių sistemų skirtingumo, apsauga nėra aiški, vieningoje ES rinkoje veikiantiems subjektams.
2. Asmens žinomumo kriterijaus, asmens teisės į vardą atveju, taikymas apima ne tik bendrą visuomenės žinojimą apie konkretų asmenį, bet ir sąsajų tarp asmens ir prekių ženklo įvertinimą.
3. Asmens teisė į atvaizdą, kaip prekių ženklo registracijos ginčijimo pagrindas atsižvelgiant į teisės aktų formuluotę apima ne tik asmens nuotraukos bet ir jo šaržo ar piešinio panaudojimą prekių ženkle. Tokiu atveju, kai ženklo registracija ginčijama dėl panašumo į asmenį, analogiškai kaip ir teisės į vardą atveju, turėtų būti taikomas asmens žinomumo visuomenėje kriterijus.
4. ES lygiu nustatytos registruojamų geografinių nuorodų apsaugos objektas yra pernelyg apribotas konkrečioms prekių rūšims. Dėl šio objekto ribų ir geografinės nuorodos susiformavimo ypatumų, yra tikslinga nustatyti ir neregistruotų geografinių nuorodų apsaugą ES.
5. Neregistruoto Bendrijos dizaino savininko teisė uždrausti dizaino kopijavimą neapima teisės ginčyti prekių ženklo registraciją. Ši dizainerio teisė reiškia tik galimybę uždrausti jo dizainui tapačių produktų dizainų atgaminimą (kopijavimą).

ŠALTINIŲ SĄRAŠAS

1. Teisės aktai

1.1. Europos tarybos ir Europos sąjungos teisės aktai

1. 1973 m. Europos patentų išdavimo konvencija (Europos patentų konvencija). *Valstybės žinios*, 2004, nr. 147-5325, 52 str. 1 d.
2. Žmogaus teisių ir pagrindinių laisvių apsaugos konvencijos Ketvirtasis protokolai. *Valstybės žinios*, 1995, nr. 40-987.
3. 1883 m. kovo 20 d. Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės apsaugos. *Valstybės žinios*, 1995, nr. 75-1796.
4. 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutartis dėl tarptautinės prekių ir paslaugų ženklų registravimo klasifikacijos su vėlesniais pakeitimais. *Valstybės žinios*, 1996, nr. 73-1755.
5. 2001 m. gruodžio 12 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 6/2002 dėl Bendrijos dizaino (OL L 3, 5.1.2002, p. 1).
6. 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 207/2009 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 78, 2009 3 24, p. 1).
7. 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 11, 1994 1 14, p. 1).
8. 2008 m. sausio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 110/2008 dėl spiritinių gėrimų apibrėžimo, apibūdinimo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos (OL L 39, 2008 2 13, p. 16).
9. 2008 m. balandžio 29 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 479/2008 dėl bendro vyno rinkos organizavimo (OJ L 170, 30.6.2008, p. 1–80).
10. 2015 m. gruodžio 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos Reglamentas (ES) 2015/2424 kuriuo iš dalies keičiamas Tarybos reglamentas (EB) Nr. 207/2009 dėl Bendrijos prekių ženklo ir Komisijos reglamentas (EB) Nr. 2868/95, skirtas įgyvendinti Tarybos reglamentą (EB) Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo, ir kuriuo panaikinamas Komisijos reglamentas (EB) Nr. 2869/95 dėl Vidaus rinkos derinimo tarnybai (prekių ženklo ir pramoniniam dizainui) mokamų mokesčių (OJ L 341, 24.12.2015, p. 21–94).
11. 2008 m. spalio 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2008/95/EB valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti (OJ L 299, 8.11.2008, p. 25–33).

1.2. Nacionaliniai teisės aktai

1. Lietuvos Respublikos Konstitucija. Lietuvos Aidas, 1992, Nr. 33-1014.
2. Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymas. *Valstybės žinios*, 1999, nr. 50-1598.
3. Lietuvos Respublikos civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas. Civilinis kodeksas (su vėlesniais pakeitimais ir papildymais). *Valstybės žinios*, 2000, Nr. 74 - 2262.
4. Lietuvos Respublikos Patentų įstatymas. *Valstybės žinios*, 1994, nr. 8-1202000.
5. Lietuvos Respublikos Prekių ženklų įstatymas. *Valstybės žinios*, 2000, nr. 92-2844.
6. Žemės ūkio ministro 2015 m. sausio 7 d. įsakymas Nr. 3D-10. Dėl žemės ūkio ir maisto produktų saugomų kilmės vietos nuorodų, saugomų geografinių nuorodų ir garantuotų tradicinių gaminių įregistravimo. TAR, 2015-01-08, Nr. 309.
7. 2000 m. lapkričio 6 d. Lietuvos Respublikos vyriausybės nutarimu Nr. 1346 patvirtinti Lietuvos Respublikos gyventojų registro nuostatai.

2.1. Specialioji literatūra lietuvių kalba

1. BAKANAS, A., *et al.* *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras*. Antroji knyga. Asmenys. Vilnius: Justitia, 2002.
2. BIRŠTONAS, R., *et al.* *Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: valstybės įmonė Registrų centras, 2010.
3. ČESNAVIČIUS, J. *Geografinių nuorodų ir prekių ženklų konfliktai*: magistro darbas. Socialiniai mokslai, teisė (01S). Vilnius: Vilniaus universitetas, 2014.
4. DOMEIKAITĖ, A. „Sidabrinės gervės 2013“ apdovanojimuose triumfavo „Aurora“ [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-03-12]. Prieiga per internetą: <http://www.15min.lt/naujiena/kultura/kinas/sidabrinu-gerviu-apdovanojimai-kas-bus-pripazinti-geriausiais-4-334582>>.
5. Europos Komisija. Žalioji knyga: Galimybė geografinės nuorodos apsaugą taikyti ir ne žemės ūkio produktams [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/com/com_com\(2014\)0469/com_com\(2014\)0469_lt.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/com/com_com(2014)0469/com_com(2014)0469_lt.pdf)>.
6. GEDIMINSKAITĖ, R. *Neregistruoto prekių ženklo apsaugos galimybės*: magistro darbas. Socialiniai mokslai, teisė (01S). Vilnius: Vilniaus universitetas, 2015.

7. GUOBYŠ, V. *Išradimo atskleidimo rizika iki patento paraiškos padavimo*. Pramoninės nuosavybės apsauga nr. 51 [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-23]. Prieiga per internetą: <http://www.tb.lt/PIC/PNA/PNA/PNA-51_str-04.pdf>.
8. Lietuvos žurnalistų sąjungos Etikos komisija. *Žurnalistų etika: požiūris į profesinės etikos problemas* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-23]. Prieiga per internetą: <http://dainius.org/wp-content/uploads/2012/11/zurnalistu_etika_leidinys_pirmas.pdf>.
9. MIKELĖNAS, V.; VILEITA, A.; ir TAMINSKAS, A. *Lietuvos Respublikos civilinio kodekso komentaras*. Pirmoji knyga. Bendrosios nuostatos. Vilnius: Justitia, 2001.
10. MIZARAS, V. *Autorių teisė*. I tomas. Vilnius: Justitia, 2008.
11. NAKTINIENĖ, G., et al. *Lietuvių kalbos žodynas* (t. I–XX, 1941–2002): elektroninis variantas. Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, 2005 [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-12]. Prieiga per internetą: <www.lkz.lt>.
12. SIMUTYTĖ, Ž. Sakmėmis apipinta, poetus įkvepianti Šatrija [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <http://samogitia.mch.mii.lt/ZZ_2015_3/ZZ_2015_3_96_97.pdf>.
13. ŠEKSPYRAS., V. *Otelas. Raštai II*. Vilnius: Valstybinė grožinės literatūros leidykla, 1961.
14. TRUSKAITĖ, J. *Ankstesnės teisės kaip santykinis prekių ženklo registracijos negaliojimo pagrindas Baltijos valstybėse*. Teisė, 2008, t. 66, nr. 2.
15. VAITKEVIČIŪTĖ, V. *Tarptautinių žodžių žodynas*. Vilnius: Alma littera, 2003.
16. Valstybinis patentų biuras. 2015 metų Lietuvos Respublikos pramoninės nuosavybės objektų teisinės apsaugos statistika [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-22]. Prieiga per internetą: <http://www.vpb.gov.lt/docs/20160202_1.pdf>.
17. VILEITA, A. *Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymo komentaras*. Vilnius: Lietuvos rašytojų sąjungos leidykla, 2000.
18. VLKK Lietuvos Respublikos piliečių vardų statistika [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-03-12]. Prieiga per internetą: <<http://vardai.vlkk.lt/statistika/>>.
19. ZMEJAUSKAITĖ, R. Nematomo žymens registravimo Europos Bendrijos prekių ženklų problematika: kai kurie teoriniai ir praktiniai aspektai. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2010.
20. ŽILINSKAS, V.; KASPERAVIČIUS, P.; ir KIŠKIS, M. *Intelektinė nuosavybė ir jos teisinė apsauga*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2007.

2.2. Specialioji literatūra anglų kalba

1. ABBOTT, K.; PENDLEBURY, N. ir WARDMAN, K. *Business Law*. Thomson learning, 2007, [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-28]. Prieiga per internetą: <<https://goo.gl/XssY5n>>.
2. Bad faith case study (Final version). Alikantė, 2003 m. sausio 31 d. [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-22]. Prieiga per internetą: <<http://oami.europa.eu/en/enlargement/pdf/badfaithCS3101.pdf>>.
3. BADKAR, M. *A Complete Guide To The World's 15 Best Wine-Producing Regions* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-18]. Prieiga per internetą: <<http://www.businessinsider.com/the-most-expensive-vineyards-2011-4?op=1>>.
4. BEJOT, M. *Trademark cancellations: France* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <http://www.inta.org/CountryGuides/Documents/Cancellations_France_Sample.pdf>.
5. CONNOR, B. *The Law of Geographical Indications*. Jungtinė Karalystė: Cameron may Ltd, 2004. [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <<https://goo.gl/3gg9hi>>.
6. CONRAD A. The Protection of Geographical Indications in the TRIPS Agreement. Vol. 86 TMR.
7. CORNISH, W. *Cases and materials on itellectual property*. Fourth edition. London: Sweet & Maxwell, 2003.
8. CORREA, M. C. *Protection of geographical indications in Caricom countries* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-21]. Prieiga per internetą: <<http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2009/03454.pdf>>.
9. CORREA, M. C. *Trade related aspects of intellectual property rights: a commentary on TRIPS agreement*. New York: Oxford University Press, 2007.
10. European Commission Press release. *European Parliament and EU Council back European Commission trade mark reform package* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4823_en.htm>.
11. FERDMAN, A., R. *Cuban cigars aren't actually all that special* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-18]. Prieiga per internetą: <<https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2014/12/18/cuban-cigars-arent-actually-all-that-special/>>.

12. GIOVANNUCCI, D., *et al. Guide to geographical indications: linking products and their origins*. International Trade Centre, 2009.
13. GOMELSKY, V. *How Switzerland Came to Dominate Watchmaking* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-18]. Prieiga per internetą: <<http://www.nytimes.com/2014/11/21/style/international/what-enabled-switzerland-to-dominate-watchmaking.html>>.
14. HEATH, G. *Annual Review of EU Trademark Law 2013 in Review* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-03-19]. Prieiga per internetą: <http://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20104/vol104_no2_a1.pdf>.
15. HOULIHAN, E. *Bad Faith Trade Mark Filings – An International Perspective* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <<http://www.ipo.org/wp-content/uploads/2013/11/badfaithfilings.pdf>>.
16. JACOB, R.; ALEXANDER, D.; ir LANE, L. *A Guidebook to Intellectual property. Patents, Trade Marks and Designs*. London: Sweet & Maxwell, 2004.
17. KUR, A. ir DREIER, T. *European intellectual property law*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2013.
18. MERCED, M. J. *Pinterest Valuation at \$11 Billion After New Round of Fund-Raising* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-03-15]. Prieiga per internetą: <<http://www.nytimes.com/2015/03/17/business/dealbook/pinterest-valuation-at-11-billion-after-new-round-of-fund-raising.html? r=0>>.
19. Office for Harmonization in the Internal Market. Create your 'design protection strategy' [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-12]. Prieiga per internetą: <<https://oami.europa.eu/ohimportal/en/designs-in-the-european-union>>.
20. Office for Harmonization in the Internal Market. *National Law Relating to the Community Trade Mark and the Community Design* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-03-26]. Prieiga per internetą: <http://euipo.europa.eu/en/office/diff/pdf/National_law.pdf>.
21. PAGENBERG, B. *Trademark Protection in Europe* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-26]. Prieiga per internetą: <http://www.bardehle.com/uploads/files/Trademark_Protection.pdf>.
22. PHILLIPS, J. *Trade mark law*. New York: Oxford University Press, 2003.
23. Sydney Opera House: Outstanding Universal Value [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-19]. Prieiga per internetą: <<http://whc.unesco.org/en/list/166>>.

24. Statistics of Community Trade Marks [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-16]. Prieiga per internetą: https://oami.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/about_ohim/the_office/SSC009-Statistics_of_Community_Trade_Marks-2016_en.pdf.
25. Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market. 2013 m. vasario 18 d. [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-21]. Prieiga per internetą: http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf.
26. XOURAFA, C. K. Protection of Designations of Origin and Geographical Indications under the Law of the European Union [interaktyvus]. [žiūrėta 2016 m. vasario 11 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.marques.org/LGMS/Downloads/2000%20Winner.PDF>.
27. WIPO. *Making a mark* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-03-18]. Prieiga per internetą: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/900/wipo_pub_900.pdf.
28. The World's Most Valuable Brands [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-12]. Prieiga per internetą: <http://www.forbes.com/powerful-brands/list/>.

3. Teismų praktika

3.1. Europos Žmogaus Teisių Teismo praktika

1. Europos Žmogaus Teisių Teismas. 2009 m. sausio 15 d. sprendimas *Reklos and Davourlis v. Greece*, No. 1234/05.
2. Europos Žmogaus Teisių Teismas. 2003 m. liepos 17 d. *Perry v. the United Kingdom*, No. 63737/00.

3.2. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas

1. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2014 m. birželio 19 d. sprendimas *Karen Millen Fashions Ltd/Dunnes Stores, Dunnes Stores Ltd C-345/13*, EU:C:2014:2013.
2. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2014 m. gegužės 8 d. sprendimas *Kraft Foods Italia SpA/Associazione fra produttori per la tutela del C-35/13*, EU:C:2014:306.
3. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2014 m. kovo 27 d. sprendimas *OHIM/National Lottery Commission C-530/12 P*, EU:C:2014.

4. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2014 m. vasario 13 d. sprendimas *H. Gautzsch Großhandel GmbH & Co. KG/Münchener Boulevard Möbel Joseph Duna GmbH* C-479/12, EU:C:2013:537.
5. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2011 m. liepos 5 d. sprendimas *Edwin Co. Ltd/OHIM* C-263/09 P, EU:C:2011:452.
6. Europos Sąjungos Teisingumo teismas. 2011 m. kovo 29 d. byloje *Anheuser-Busch Inc./Budějovický Budvar, národní podnik* C-96/09 P, EU:C:2011:189.
7. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2009 m. rugsėjo 8 d. sprendimas *Budějovický Budvar, národní podnik/Rudolf Ammersin GmbH* C-478/07, EU:C:2009:521.
8. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2009 m. liepos 2 d. sprendimas *Fundación Española para la Innovación de la Artesanía (FEIA)/Cul de Sac Espacio Creativo SL, Acierta Product & Position SA* C-32/08, EU:C:2009:418.
9. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2009 m. birželio 11 d. sprendimas *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG/Franz Hauswirth GmbH*, C-529/07, EU:C:2009:361.
10. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2007 m. rugsėjo 11 d. sprendimas *Céline SARL/Céline SA* C-17/06, EU:C:2007:497.
11. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2005 m. spalio 25 d. sprendimas *Vokietijos Federacinė Respublika/Komisija* C-465/02 ir C-466/02, EU:C:2005:636.
12. Europos Sąjungos Teisingumo Teismo 2004 m. lapkričio 16 d. sprendimas *Anheuser-Busch Inc./Budjovicky Budvar* C-245/02, EU:C:2004:717.
13. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2004 m. balandžio 29 d. sprendimas *Henkel/OHIM*, C-456/01 P ir C-457/01 P, EU:C:2004:258.
14. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2003 m. lapkričio 27 d. sprendimas *Shield Mark BV/Joost Kist h.o.d.n. Memex* C-283/01, EU:C:2003:641.
15. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2002 m. lapkričio 12 d. sprendimas *Arsenal Football Club plc/Matthew Reed* C-206/01, EU:C:2002:651.
16. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2000 m. lapkričio 7 d. sprendimas *Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft eV/Warsteiner Brauerei Haus Cramer GmbH & Co.* C-312/98, EU:C:2000:599.

17. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1999 m. birželio 22 d. sprendimas *Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH/Klijsen Handel BV* C-342/97, EU:C:1999:323.
18. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1999 m. gegužės 4 d. sprendimas *Windsurfing Chiemsee Produktions- und Vertriebs/Boots- und Segelzubehör Walter Huber, Franz Attenberger* C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230.
19. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1997 m. lapkričio 11 d. sprendimas *SABEL BV/Puma AG, Rudolf Dassler Sport* C-251/95, EU:C:1997:528.
20. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 1978 m. gegužės 23 d. sprendimas *Hoffmann-La Roche & Co. AG/Centrafarm Vertriebsgesellschaft Pharmazeutischer Erzeugnisse mbH* C-102/77, EU:C:1978:108.
21. Generalinės advokatės J. Kokott išvada. 2011 m. sausio 27 d. byloje *Edwin Co. Ltd/Elio Fiorucci*, C-263/09 P, EU:C:2011:30.
22. Generalinės advokatės E. Sharpston išvada. 2009 m. kovo 12 d. byloje *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG/Franz Hauswirth GmbH* C-529/07, EU:C:2009:148.
23. Generalinio advokato Damaso Ruiz-Jarabo Colomer išvada. 2009 m. vasario 5 d. byloje *Budějovický Budvar National Corporation/Rudolf Ammersin GmbH* C-478/07, EU:C:2009:52.
24. Generalinės advokatės E. Sharpston išvada. 2008 m. kovo 13 d. byloje *L & D SA* C-488/06 P, EU:C:2008:168.
25. Generalinės advokatės E. Sharpston išvada. 2007 m. sausio 18 d. byloje *Céline Sàrl/Céline SA* C-17/06, EU:C:2007:39.

3.3. Bendrasis Teismas

1. Bendrasis Teismas. 2015 m. liepos 14 d. sprendimas *Genossenschaftskellerei Rosswag - Mühlhausen eG/OHIM* T-55/14, EU:T:2015:486.
2. Bendrasis Teismas. 2014 m. gegužės 8 d. sprendimas *Simca Europe Ltd/OHIM* T-327/12, EU:T:2014:240.
3. Bendrasis Teismas. 2013 m. liepos 11 d. sprendimas *SA.PAR. Srl/OHIM* T-321/10, EU:T:2013:372.

4. Bendrasis Teismas. 2013 m. gegužės 7 d. byloje *macros consult GmbH – Unternehmensberatung für Wirtschafts- und Finanztechnologie/OHIM* T-579/10, EU:T:2013:232.
5. Bendrasis Teismas. 2012 m. vasario 1 d. sprendimas *Carrols Corp./OHIM* T-291/09, EU:T:2012:39.
6. Bendrasis Teismas. 2010 m. birželio 22 d. sprendimas *Eugenia Montero Padilla/OHIM, José María Padilla Requena* T-255/08, EU:T:2010:249.
1. Bendrasis Teismas. 2009 m. gruodžio 9 d. sprendimas *Tresplain Investments Ltd/OHIM* T-303/08, EU:T:2010:505.
2. Pirmosios instancijos Teismas. 2009 m. birželio 30 d. sprendimas *Danjaq, LLC/OHIM* T-435/05, EU:T:2009:226.
3. Pirmosios instancijos teismas. 2009 m. birželio 11 d. byloje *Last Minute Network Ltd/OHIM* T-114/07 ir T-115/07, EU:T:2009:196.
4. Pirmosios instancijos teismas. 2009 m. kovo 24 d. sujungtose bylose *Alberto Jorge Moreira da Fonseca, L^{da}/OHIM* T-318/06-T-321/06, EU:T:2009:77.
5. Pirmosios instancijos teismas. 2007 m. gruodžio 17 d. sprendimo *Cabrera Sánchez/OHIM* T-242/06, EU:T:2007:391, neskelbtas Rinkinyje.
6. Pirmosios instancijos teismas. 2002 m. spalio 23 d. sprendimas *Matratzen Concord/OHIM* T-6/01, EU:T:2002:261.

3.4. Lietuvos Aukščiausiojo ir Lietuvos apeliacinio teismo praktika

1. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2016 m. sausio 6 d. nutartis civilinėje byloje „Siemens AG“ v. UAB „Simatika“, Nr. 3K-3-57-611/2016.
2. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2015 m. lapkričio 27 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Gintarinė vaistinė“ v. UAB „Vokiečių vaistinė“, Nr. 3K-3-630-701/2015.
3. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2014 m. lapkričio 28 d. nutartis civilinėje byloje „Vilniaus taupomoji kasa“, „Mėmelio taupomoji kasa“, Lietuvos centrinės kredito unija v. „Centrinė taupomoji kasa“, Nr. 3K-3-512/2014.

4. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2012 m. lapkričio 8 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Boslita“ ir Ko v. AS „Latvijas Balzams“ Nr. 3K-3-485/2012.
5. Lietuvos apeliacinio teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2012 m. birželio 6 d. nutartis civilinėje byloje UADBB „Balto Link“, UADBB „NT draudimas“ v. UADBB „LT DRAUDIMAS“, A. A., Nr. 2A-367/2012.
6. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2009 m. lapkričio 17 d. nutartis civilinėje byloje ROLEX SA v. P. T. Permona Nr. 3K-3-507/2009.
7. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2009 m. gegužės 11 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Ateities ekologija“ v. VšĮ „Ekologijos vizija“, G. A., Nr. 3K-3-208/2009.
8. Lietuvos apeliacinio teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2009 m. vasario 2 d. nutartis civilinėje byloje R. S. v. R. Ž., Nr. 2A-57/2009.
9. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2008 m. birželio 25 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Restoranų grupė w“, K. B. v. AB „Ragutis“, Nr. 3K-3-160/2008.
10. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2006 m. gegužės 10 d. nutartis civilinėje byloje San Marino bendrovė TECHNOSERVICE SRL v. UAB „Neono linija“, Nr. 3K-3-325/2006.
11. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2006 m. gegužės 10 d. nutartis civilinėje byloje TECHNOSERVICE SRL v. UAB „Neono linija“, Nr. 3K-3-325/2006.
1. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus kolegija. 2004 m. rugsėjo 27 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Samsonas“ v. AB „Panerių investicijos“, Nr. 3k-3-461/2004.
2. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2004 m. rugsėjo 8 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-408/2004.
3. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2003 m. gruodžio 15 d. nutartis civilinėje byloje Beecham Group p.l.c v. I. K. ir kiti, Nr. 3K-3-1103/2003.
4. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2003 m. balandžio 14 d. nutartis civilinėje byloje Vokietijos bendrovė Stada Arzneimittel AG v. Didžiosios Britanijos bendrovė Nestra Limited, Nr. 3K-3-482/2003.

5. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2003 m. vasario 24 d. nutartis T. G. v. R. Š., UAB „Brolių Tomkų leidyba“, Nr. 3K-3-294/2003.
6. Lietuvos apeliacinio teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2003 m. sausio 13 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Merand“ v. UAB „Opra“, Nr. 2A-18/2003.
7. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2002 m. gruodžio 3 d. nutartis civilinėje byloje Alec M. Gallup v. Suomen Gallup OY, Nr. 3K-3-1340/2002.
8. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2002 m. vasario 12 d. nutartis civilinėje byloje L. K. v. G. B., UAB „Abigus“, Nr. 3K-3-437/2002.
9. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2001 m. spalio 1 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Rasa“ ir kiti v. individuali R. Degutienės įmonė „Kertupis“, Nr. 3K-3-875/2001.
10. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2000 m. lapkričio 29 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Saulės spektras“ v. UAB „TeleMedia“, Nr. 3K-3-1263/2000.
11. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2000 m. gegužės 17 d. nutartis civilinėje byloje Anheuser-Busch Incorporated v. Budejovicky Budvar N. P., Nr. 3K-3-554/2000.

3.5. EUIPO apeliacinės tarybos praktika

1. OHIM Apeliacinė taryba. 2013 m. lapkričio 5 d. sprendimas *Pinterest, Inc. v. Premium Interest Ltd.* B2009309.
2. OHIM Apeliacinė taryba. 2013 m. vasario 25 d. sprendimas *Finmeccanica S.p.A. v. Grupo Canosci, s.l.* R2448/2010-4 [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <<http://www.ipo.org/wp-content/uploads/2013/11/badfaithfilings.pdf>>.
3. OHIM Apeliacinė taryba. 2010 m. sausio 26 d. sprendimas R 281/2009-1, iš GANGJEE, S. *Research Handbook on Intellectual Property and Geographical Indications* [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <<https://goo.gl/SIGl5r>>.
4. ¹ OHIM Apeliacinė taryba. 2004 m. gruodžio 13 d. *East side Mario's* R 582/2003-4 [interaktyvus]. [žiūrėta 2016-02-27]. Prieiga per internetą: <<http://oami.europa.eu/en/mark/marque/pdf/cancellation-EN.pdf>>.

SANTRAUKA

Darbe nagrinėjami prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia dėl ankstesnių neregistruotų teisių atvejai. Kiekvienoje darbo dalyje analizuojamas atskiras ženklo registracijos negaliojimo pagrindas. Didžiausias dėmesys skiriamas atskirų pagrindų problematikos analizei, taikomos apsaugos apimties įvertinimui ir atitinkamų pasiūlymų pateikimui. Darbo dalyse, kuriose aptariamos asmens teisės į vardą ir atvaizdą, analizuojamas asmens „žinomumo visuomenėje“ kriterijus ir jo taikymas šiems pagrindams. Tuo tarpu, darbo dalyse, kuriose kalbama apie neregistruotą prekių ženklą ir neregistruotas geografines nuorodas, koncentruojamasi ties teikiamos šių teisių apsaugos apimties ir poreikio praplėsti šią apsaugą analize. Dalyje dėl neregistruoto Bendrijų dizaino, svarbiausias aptariamas klausimas dėl to ar neregistruoto Bendrijos dizaino apsauga suteikia teisę ginčyti tapataus ar klaidinamai panašaus prekių ženklo registraciją.

Teisės šaltinių prasme darbe didžiausia analizės dalis skirta reikšmingų ESTT ir Lietuvos aukščiausių instancijų teismų praktikos analizei. Taip pat darbe analizuojama ir kiekvieno prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindui svarbiausi Lietuvos bei užsienio teisės mokslininkų darbai. Taip siekiama darbo analizę pagrįsti kuo įvairesnių šaltinių visuma.

Apibendrinus analizę daromos išvados dėl darbe aptartų ženklų registracijos ginčijimo pagrindų reguliavimo ypatumų ir esančios šių teisių apsaugos apimties. Taip pat, pateikiami pasiūlymai, kurių įgyvendinimas turėtų pagerinti ankstesnių neregistruotų teisių savininkų interesų apsaugą. Išvadose pateikiami analize pagrįsti atsakymai į darbe iškeltus klausimus.

SUMMARY

In this paper the instances of trade mark declaration of invalidity on the basis of earlier unregistered rights are examined. In each part of this paper an individual ground of trade mark invalidity is analyzed. The focus is on the analysis of the issues of individual grounds, the assessment of current scope of protection and proposal of appropriate solutions. In parts of this paper discussing person's right to a name and image, the criteria of „being known to public“ and its application is analyzed. Whereas, in parts of this paper, which refer to the non-registered trade marks and non-registered geographical indications, the focus is on the scope of protection of these rights and the need to broaden that protection. In the part on a non-registered Community design, the most important question is whether the protection of non-registered Community designs gives the right to contest an identical or confusingly similar trade mark.

The main analysis of legal sources is devoted to significant case law of ECJ and highest courts of Lithuania. This paper also analyzes the most important works of Lithuanian and foreign legal scholars relevant to each ground of trade mark invalidity. The aim is to base the analysis of this paper on the widest possible range of sources.

Summarizing the analysis, conclusions are drawn on the uniqueness of grounds for trade mark invalidity discussed in this paper and the scope of protection of these rights. Also, proposals are presented, the implementation of which should improve the protection of the interests of the holders of earlier non-registered rights. In the conclusions, analysis based answers to the questions raised in this paper are presented.