

Vilniaus universiteto Teisės fakulteto

Privatinės teisės katedra

Miroslavos Kryštul,
V kurso komercinės teisės
studijų šakos studentės

Magistro darbas

**Geografinių žymenų ir prekių ženklų santykis – kylantys ginčai
ir jų sprendimo būdai**

Vadovas: prof. dr. (HP) LL.M. Vytautas Mizaras

Recenzentas: prof. dr. Ramūnas Birštonas

Vilnius

2019

TURINYS

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS	2
IŽANGA	3
1. GEOGRAFINIŲ ŽYMENŲ IR PREKIŲ ŽENKLŲ SAMPRATA	6
1.1. Istorinės geografinių žymenų ir prekių ženklų apsaugos ištakos	6
1.2. Geografinio žymens ir prekių ženklo sąvokos.....	8
1.3. Teisinis geografinių žymenų ir prekių ženklų apsaugos reglamentavimas	15
1.3.1. Reglamentavimas tarptautiniu lygiu	15
1.3.2. Reglamentavimas Europos Sąjungoje.....	19
1.3.3. Nacionalinis reglamentavimas	22
1.4. Suteikiamos apsaugos ypatumai	24
2. GEOGRAFINIŲ ŽYMENŲ IR PREKIŲ ŽENKLŲ PALYGINIMAS	26
2.1. Geografinių žymenų ir prekių ženklų panašumai	26
2.2. Geografinių žymenų ir prekių ženklų skirtumai	31
3. GINČAI, KYLANTYS TARP GEOGRAFINIŲ ŽYMENŲ IR PREKIŲ ŽENKLŲ	37
3.1. Kylančių ginčų apžvalga.....	37
3.2. Ginčų sprendimo būdai.....	42
3.2.1. Principas <i>pirmas laike, pirmas teisėje</i>	42
3.2.2. Pirmenybės suteikimas geografiniams žymenims	51
3.2.3. Ginčų sprendimas remiantis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis.....	53
3.2.4. Geografinių žymenų ir prekių ženklų koegzistavimas	60
IŠVADOS IR PASIŪLYMAI.....	67
ŠALTINIŲ SĄRAŠAS	69
SANTRAUKA	77
SUMMARY	78

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS

ES – Europos Sąjunga;

Lisabonos susitarimas – 1958 m. Lisabonos susitarimas dėl kilmės vietos nuorodų apsaugos ir jų tarptautinės registracijos;

Madrido protokolas – 1889 m. Madrido sutarties dėl tarptautinės ženklų registracijos protokolas;

Madrido sutartis – 1891 m. Madrido sutartis dėl tarptautinės ženklų registracijos;

Madrido sutartis dėl prekių sulaikymo – 1969 m. Madrido sutartis dėl melagingų arba klaidinančių kilmės vietos nuorodas turinčių prekių sulaikymo;

Paryžiaus konvencija – 1883 m. Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo;

PINO – Pasaulio intelektinės nuosavybės organizacija;

PPO – Pasaulio Prekybos Organizacija;

TRIPS sutartis – 1994 m. Sutartis dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba;

Ženevos aktas – 2015 m. Lisabonos susitarimo dėl kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų Ženevos aktas.

IŽANGA

Temos aktualumas. 2015 m. gegužės 20 d. Pasaulio intelektinės nuosavybės organizacijos (PINO) diplomatinės konferencijos plenarinėje sesijoje buvo priimtas Lisabonos susitarimo dėl kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų Ženevos aktas, vainikavęs 6 metus trukusias diskusijas dėl geografinių žymenų apsaugos sistemos reformos¹. 2018 m. liepos 27 d. Europos Komisija pateikė pasiūlymą dėl Tarybos sprendimo dėl ES prisijungimo prie Lisabonos susitarimo dėl kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų Ženevos akto². Tarptautinėje arenoje tikimasi, kad atnaujintas Lisabonos susitarimas ne tik praplės apsaugą geografiniams žymenims, bet ir padės modernizuoti dabartinę sistemą, pritrauks daugiau naujų dalyvių. Pripažįstama, kad Ženevos aktas ir ES dalyvavimas jame gali turėti teigiamų pasekmių taip pat ir Lietuvos gamintojams, kurių produktai turi saugomų kilmės vietos ir geografinių nuorodų statusą³.

Nagrinėjamos temos aktualumas pasireiškia tuo, kad Ženevos akte, be kita ko, numatomos naujos nuostatos dėl ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo. Atsižvelgiant į tai, kad Ženevos aktas ateityje gali tapti vienu iš pagrindinių tarptautinių geografinių žymenų apsaugą reglamentuojančių teisės aktų, aktualu yra išnagrinėti ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo problematiką sistemiškai atsižvelgiant tiek į ankstesnių geografinių žymenų bei prekių ženklų apsaugą reglamentuojančių teisės aktų nuostatas, tiek ir į naujai priimto Ženevos akto nuostatas.

Darbo tikslas. Šio darbo tikslas yra išnagrinėti santykį tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų, iš tokio santykio kylančius geografinių žymenų ir prekių ženklų ginčus bei pagrindinius jų sprendimo būdus. Remiantis tyrimo metu surinkta medžiaga siekiama identifikuoti problematiką, kylančią iš pagrindinių ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdų, bei pasiūlyti priemones jai išspręsti.

Darbo uždaviniai. Užsibrėžtam tikslui pasiekti yra keliami šie uždaviniai:

1. Išnagrinėti geografinių žymenų bei prekių ženklų sampratą;
2. Ištirti geografinių žymenų ir prekių ženklų panašumus bei skirtumus;

¹ Organization for an International Geographical Indications Network [interaktyvus] [žiūrėta 2019 m. kovo 22 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.origin-gi.com/medias/press-releases/archive/view/listid-6-contacts-uk/mailid-220-press-release-the-geneva-act-of-the-lisbon-agreement-on-appellations-of-origin-and-gis-adopted-at-diplomatic-conference.html>>.

² European Commission [interaktyvus] [žiūrėta 2019 m. kovo 22 d.]. Prieiga per internetą: <https://ec.europa.eu/info/news/eu-join-geneva-act-lisbon-agreement-better-protect-gis-2018-jul-27_en>.

³ Lietuvos Respublikos užsienio reikalų ministerijos oficialus tinklapis [interaktyvus] [žiūrėta 2019 m. kovo 22 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.urm.lt/mission-geneva/lt/naujienos/pino-pasiektas-naujas-susitarimas>>.

3. Įvertinti pagrindinius ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdus bei, atsižvelgiant į identifikuotą konkrečių ginčų sprendimo būdų problematiką, suformuluoti pasiūlymus ginčų sprendimo būdų trūkumams pašalinti.

Darbo objektas. Kaip suponuoja pats šio darbo pavadinimas, darbe tiriamas santykis tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų, daugiausia dėmesio skiriant ginčams, kylantiems tarp šių žymenų, bei galimiems tokių ginčų sprendimo būdams. Šiame darbe netiriami ginčai, kylantys tarp homonimiškų geografinių žymenų arba tarp prekių ženklų, kadangi tokie ginčai kyla ne iš santykio tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų.

Metodologija. Atliekant mokslinį tyrimą darbe naudojami šie metodai:

1. Istorinio metodo pagalba tiriamos geografinių žymenų ir prekių ženklų apsaugos ištakos. Istorinis metodas padeda nustatyti nagrinėjamų žymenų paskirtį ir funkcijas, nulemiančias geografinių žymenų ir prekių ženklų panašumus ir / ar skirtumus;

2. Darbe naudojamo analizės metodo pagalba tiriamos aktualios taikytinų teisės aktų nuostatos geografinių žymenų ir prekių ženklų apsaugos srityje. Detali teisės aktų nuostatų analizė padeda tinkamai ištirti pagrindinius nagrinėjamų žymenų bruožus, palyginti juos tarpusavyje bei nustatyti geografinių žymenų ir prekių ženklų tarpusavio santykį;

3. Naudojant lyginamąjį metodą šiame darbe tiriami geografinių žymenų ir prekių ženklų esminiai panašumai bei skirtumai, nustatomas šių žymenų tarpusavio santykis, padedantis nustatyti tinkamiausius ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdus;

4. Analitinio metodo pagalba darbe tiriami ir vertinami ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdai, išskiriami jų trūkumai bei identifikuojama kylanti problematika. Analitinis ginčų sprendimo būdų įvertinimas sudaro sąlygas kylančios problematikos sprendimo būdams pateikti.

Darbo originalumas. Šio darbo autorės žiniomis, geografinių žymenų ir prekių ženklų santykio bei tarp šių žymenų kylančių ginčų problematika nagrinėta toliau išvardijamuose magistro darbuose: Mykolo Romerio universiteto studentės Linos Stanišauskaitės darbe „Geografinės nuorodos ir prekės ženklo santykis: aktualūs teoriniai bei praktiniai aspektai“ bei Vilniaus universiteto studento Justo Česnavičius darbe „Geografinių žymenų ir prekių ženklų konfliktai“. Šie magistro darbai buvo parengti atitinkamai 2008 ir 2014 metais. Taigi, aptariamų darbų rengimo metu dar nebuvo priimtas Ženevos aktas, todėl darbų autoriai negalėjo atsižvelgti į jo nuostatas dėl ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo. Iš to, kas išdėstyta, akivaizdu, kad šio darbo originalumas pasižymi geografinių žymenų ir prekių ženklų santykio analize atsižvelgiant į, be kita ko, Ženevos akto nuostatas dėl geografinių žymenų apsaugos, kurios

ateityje gali tapti vienomis iš pagrindinių sprendžiant tokio pobūdžio ginčus PPO valstybėse narėse.

Šaltinių apžvalga. Šiame darbe daugiausiai buvo remtasi šiais doktriniais šaltiniais: Dev Gangjee straipsniu „Quibbling Siblings: Conflicts Between Trademarks and Geographical Indications“, B. Goebel ir M. Groeschl straipsniu „The Long Road to Resolving Conflicts Between Trademarks and Geographical Indications“ ir S. Stern pranešimo PINO simpoziume dėl geografinių žymenų medžiaga „Geographical Indications and Trade Marks: Conflicts and Possible Resolutions“. Šie šaltiniai išskirtini kaip svarbiausi šiame darbe, kadangi juose pateikiamas visapusiškas ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdų įvertinimas bei modernus požiūris į tokių būdų modifikavimą, kad jie galėtų atitikti šiuolaikines realijas bei būtų pašalinama kylanti problematika. Šiam darbui taip pat svarbus yra D. Gervais straipsnis „A Look at the Geneva Acto of the Lisbon Agreement: A Missed Opportunity?“, kadangi šiame doktriniame šaltinyje visapusiškai analizuojamas naujausias tarptautinis teisės aktas geografinių žymenų apsaugos srityje – Ženevos aktas.

1. GEOGRAFINIŲ ŽYMENŲ IR PREKIŲ ŽENKLŲ SAMPRATA

1.1. Istorinės geografinių žymenų ir prekių ženklų apsaugos ištakos

Komercinių žymenų naudojimo istorinės ištakos siekia antikos laikus. Net tada, kai žmonės vis dar patys apsirūpindavo jiems būtiniausiais daiktais arba įsigydavo juos iš vietinių amatininkų, jau galima buvo sutikti kūrybingų verslininkų, žymėjusių savo prekes tam tikrais prekių ženklais, leidžiančiais atskirti jas ne tik artimose, tačiau ir ganėtinai nutolusiose teritorijose. Štai Indijos amatininkai daugiau nei prieš 3000 metų, prieš išsiųsdami savo meno dirbinius į Iraną, išraižydavo juose savo parašus, o Kinijos prekeiviai jau prieš 2000 metų Viduržemio jūros baseino teritorijoje prekiaavo savo specialiais ženklais pažymėtomis prekėmis. Tuo metu neatsiliko ir romėnai, kurie savo pagamintiems moliniams indams žymėti naudojo apie tūkstantį skirtingų prekių ženklų⁴. Viduramžiais, suklestėjus prekybai, komercinių žymenų naudojimas skiriant gamintojų ir prekybininkų prekes dar labiau paplito, – kiekvienas amatininkas buvo atsakingas už savo gaminių kokybę, todėl privalėjo žymėti juos atitinkamu prekių ženklu. Jeigu prie vieno gaminio pagaminimo prisidėjo keli amatininkai, kiekvienas iš jų pažymėdavo savo darbo rezultata prekių ženklu. Visgi, nepaisant plataus ir dažno prekių ženklų naudojimo, jų ekonominė reikšmė vis dar išliko menka⁵.

Prasidėjus pramoninei revoliucijai, prekių ženklai pradėjo vaidinti itin svarbų vaidmenį ir nuo to laiko jie tapo pagrindiniu veiksmu šiuolaikiniame tarptautinės prekybos ir į rinką orientuotos ekonomikos pasaulyje. Pramoninė revoliucijos metu atsirado galimybė panaudoti individualią pakuotę, kurios pagalba tapo lengviau žymėti prekes prekių ženklais gaminio identifikavimo bei reklamos tikslais⁶. Nors pirmasis teisės aktas, reglamentuojantis prekių ženklų teisinę apsaugą, buvo priimtas Anglijos parlamento jau 1266 m., tik XIX a. prasidėjusi pramoninė revoliucija išskėlė prekių ženklų apsaugą į naują lygį, valstybėse buvo priimami teisės aktai, reglamentuojantys prekių ženklų apsaugą: 1857 m. toks teisės aktas buvo priimtas Prancūzijoje, 1868 m. – Italijoje, 1881 m. – Jungtinėse Amerikos Valstijose, o 1885 m. – Rusijoje. Panašiu laikotarpiu pasirašyta Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo (1883 m.) bei Madrido sutartis dėl tarptautinės prekių ženklų registracijos (1891 m.)⁷. Pažymėtina, kad Paryžiaus

⁴ World Intellectual Property Organization. *Intellectual Property Handbook: Second Edition* [interaktyvus]. 2008 [žiūrėta 2019 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/489/wipo_pub_489.pdf>, p. 67.

⁵ БЕЛОВ, В. В.; ВИТАЛИЕВ, Г. В.; ДЕНИСОВ, Г. М. *Интеллектуальная собственность. Законодательство и практика его применения*. Москва: Юрист, 1977, p. 78-79.

⁶ *Ibid.*

⁷ BIRŠTONAS, R., et. al. *Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: VĮ Registrų centras, 2010, p. 513.

konvencija iki šiol yra pagrindinė tarptautinė sutartis pramoninės nuosavybės apsaugos srityje, o Madrido sutartis taip pat vis dar palengvina prekių ženklų registraciją keliose valstybėse.

Geografiniai žymenys nuėjo kiek kitokią kelią link jų apsaugos įteisinimo. Geografinių žymenų apsaugos ištakos siekia Senovės Graikijos laikus, kai tam tikros vyno rūšys, pavyzdžiui, vynas iš Thasos, įgijo reputaciją dėl išskirtinio savo skonio. Siekdami apsaugoti nuo klaidinimo, vyno gamintojai pradėjo žymėti amforas su vynu skirtingais ženklais ir užrašais. Tokie ženklai ir užrašai nurodydavo vyno geografinę kilmę bei susiedavo gerą vyno kokybę ir reputaciją su konkrečia geografine vieta⁸.

Valstybės buvo suinteresuotos kontroliuoti geografiniais žymenimis žymimų prekių gamybą, nes taip pažymėtos prekės garsino ne tik valstybes, bet ir regionus, kuriuose tokios geografiniais žymenimis pažymėtos prekės buvo pagaminamos. Pirmuoju reglamentavimu, kuriuo bandyta sukontroliuoti iš tam tikrų vietovių kildinamų vynu žymėjimą, siekta apsaugoti vartotojus nuo klaidinimo dėl neteisingo vietovių pavadinimų vartojimo prekėms, kurios nėra kildinamos būtent iš tos vietovės. Manoma, kad 1730 m. Vengrijoje gaminamas tokajus tapo pirmuoju vynu, kuriam pradėtas taikyti valstybinis geografinio ženklo reglamentavimas. Antrasis pasaulyje saugomas geografinis žymuo buvo suteiktas portveinui, gaminamam šiaurės Portugalijos Duero upės slėnyje (1756 m.), o trečiasis – Riochos (*Rioja*) vynu Ispanijoje (1925 m.). Pažymėtina taip pat, kad 1935 m. Prancūzijoje įkurtas Nacionalinis kilmės nuorodų institutas (*Institut National des Appellationis d'Origine*), kuriam pavesta administruoti Prancūzijos vynu geografinius žymenis⁹.

Geografinių žymenų apsaugos įteisinimą apsunkino politinė padėtis pasaulyje. XVIII – XIX a. valstybių sienos keisdavosi kas keleri metai, vienos valstybės išnykdavo, o jų vietose atsirasdavo kitos. Esant tokiai politinei situacijai, sunku buvo susitarti dėl išimtinių teisių pripažinimo konkreitiems gamintojams. Visgi tarptautinės prekybos plėtra bei siekis apsaugoti vyndarius, kurių produktai atnešdavo ganėtinai didelį pelną, jau 1883 m. pasirašytos Paryžiaus konvencijos 10 str. susitariančios šalys sutarė taikyti areštą įvežamiems gaminiams, jeigu tiesiogiai ar netiesiogiai naudojamos melagingos gaminių kilmės nuorodos arba melagingi duomenys apie gamintoją, pramonininką arba komersantą¹⁰.

⁸ FRIEDMANN, D. Geographical Indications in the EU, China and Australia, WTO Case Bottling Up Over Prosecco. In *Peking University School of Transnational Law Research Paper* [interaktyvus]. 2018 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3218810>, p. 2.

⁹ BIRŠTONAS, R., et. al. *Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: VĮ Registrų centras, 2010, p. 644-645.

¹⁰ 1883 m. Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo. *Valstybės žinios*, 1996, nr. 75-1796.

Siekiant užkirsti kelią klaidinančiam geografinių žymenų naudojimui 1891 m. Paryžiaus konvencijos priėmimo valstybių atstovai pasirašė Madrido sutartį dėl melagingų arba klaidinančių kilmės vietos nuorodas turinčių prekių sulaikymo, kurioje sutarė dėl prekių, tiesiogiai arba netiesiogiai nurodančių klaidingą arba apgaulingą kilmės vietos nuorodą, konfiskavimo ir uždraudimo importuoti tokias prekes į bet kurią iš susitariančių valstybių¹¹.

Kadangi aukščiau paminėtų tarptautinių sutarčių nuostatų neužtekto tinkamai geografinių žymenų apsaugai užtikrinti, valstybės pradėjo sudarinėti dvišales tarpusavio sutartis, o po Antrojo pasaulinio karo 1958 m. buvo priimtas Lisabonos susitarimas dėl prekių kilmės vietos pavadinimų apsaugos ir tarptautinės registracijos. Visgi dėl skirtingų ekonomikos kėlimo ir plėtojimo priežasčių tarptautinė bendruomenė suskilo – vienos valstybės pasirinko Lisabonos susitarimo pavyzdžiu suteikti geografiniams žymenims ypatingą statusą ir apsaugą, o kitos valstybės (ypač sparčiai besivystančios) priešinosi tokios apsaugos suteikimui ir pasirinko saugoti geografinius žymenis prekių ženklų bei konkurencijos teisės nuostatų pagrindu¹². Toks susiskaidymas išliko iki šių dienų ir daro įtaką ne tik geografinių žymenų teisei apsaugai, tačiau ir ginčų, kylančių tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų, sprendimui.

Taigi, teisinė apsauga prekių ženkams suteikta anksčiau negu geografiniams žymenims – prekių ženklai tapo žinomi ir buvo pakankamai plačiai naudojami jau antikos laikais, o pirmasis teisės aktas, reglamentuojantis prekių ženklų apsaugą, buvo priimtas jau 1266 m. Tuo tarpu geografinių žymenų teisinės apsaugos ištakų galima atrasti tik 1730 m., kai Vengrijoje gaminamam vynui buvo pradėtas taikyti valstybinio geografinio ženklo reglamentavimas, nors patys geografiniai žymenys buvo naudojami jau Senovės Graikijoje susiejant vynų kokybę su geografine vietove.

1.2. Geografinio žymens ir prekių ženklo sąvokos

Siekiant tinkamai apibūdinti geografinius žymenis pirmiausia pažymėtina, kad įvairiuose geografinių žymenų apsaugą reglamentuojančiuose teisės aktuose naudojamos ganėtinai skirtingos su geografiniais žymenimis susijusios sąvokos, kurių reikšmė ne visada sutampa – kai kurių sąvokų turinys yra žymiai platesnis negu kitų, kas nulemia esminius suteikiamos teisinės apsaugos skirtumus. Taip pat problemų sukelia galimybės išversti

¹¹ 1969 m. Madrido sutartis dėl melagingų arba klaidinančių kilmės vietos nuorodas turinčių prekių sulaikymo [interaktyvus]. [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<https://wipolex.wipo.int/en/text/286776>>.

¹² BIRŠTONAS, R., et. al. *Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: VĮ Registrų centras, 2010, p. 646-648.

atitinkamas tarptautinėse sutartyse ar ES teisės aktuose vartojamas sąvokas ir rasti joms tinkamus atitikmenis lietuvių kalboje. Toliau šioje darbo dalyje siekiama pateikti dažniausiai tarptautiniame, ES bei nacionaliniame Lietuvos reglamentavime pasitaikančias geografinius žymenis apibūdinančias sąvokas, sutinkant su teisės literatūroje išsakyta pozicija, kad pati geografinio žymens sąvoka yra plačiausia ir apima visus žymenis, identifikuojančius tam tikrą vietą Žemėje (valstybė, regionas, vietovė ir t. t.), su kuria yra susijęs tam tikras konkretus gaminys¹³. Kita vertus, taip pat sutiktina su teisės doktrinoje išsakyta nuomone, kad bet kokio geografinio žymens apsaugai svarbu yra, kad geografinis žymuo ne tik nurodytų gaminio ryšį su konkrečia vieta Žemėje, tačiau taip pat suteiktų vartotojui ir kitos svarbios informacijos – geografinis žymuo turi asocijuoti prekę su specifinėmis nuo geografinės vietovės priklausančiomis savybėmis ir vartotojai turėtų naudoti šį žymenį kaip vieną iš esminių kriterijų pasirinkdami prekę. Kitu atveju, negalima būtų kalbėti apie intelektinės nuosavybės teises, išplaukiančias iš geografinio žymens¹⁴. Taigi, šiame darbe geografinio žymens sąvoka yra plačiausia – apima bet kokius žymenis, identifikuojančius tam tikrą vietą Žemėje, su kuria yra susijęs gaminys, tačiau taip pat suteikiančius papildomas informacijos apie gaminį, kuria vadovaujasi vartotojai pasirinkdami konkretų gaminį.

Paryžiaus konvencijoje bei Madrido sutartyje dėl prekių sulaikymo vartojama kilmės nuorodos (*indication of source*) sąvoka. Nei vienoje iš šių sutarčių nėra pateikiama kilmės nuorodos sąvokos apibūdinimo, tačiau teisės doktrinoje, remiantis sisteminiu sutarčių aiškinimo metodu, pateikiamas toks kilmės nuorodos apibrėžimas: tai yra nuoroda į valstybę ar kitą vietovę, iš kurios yra kilęs gaminys. Taip pat nurodoma, kad kilmės nuorodos sąvoka nereikalauja, kad gaminio kokybė arba tam tikros kitos savybės būtų susijusios su jo geografine kilme¹⁵. Nors iš tiesų nei Paryžiaus konvencija, nei Madrido sutartis dėl prekių sulaikymo kilmės nuorodos apsaugai užtikrinti nereikalauja jokio ryšio tarp gaminio savybių ir jo geografinės kilmės, visgi, remiantis aukščiau nurodyta pozicija, manytina, kad kilmės nuorodų apsaugai pagal Paryžiaus konvenciją bei Madrido sutartį dėl

¹³ SKUBISZ, R., et. al. *Prawo własności przemysłowej. System prawa prywatnego*. Warszawa: Instytut nauk prawnych PAN, 2017, p. 7.

¹⁴ BERESFORD, L. Geographical Indications: The Current Landscape. In *Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<https://ir.lawnet.fordham.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1385&context=iplj>>, p. 980;

HUGHES, J. Champagne, Feta and Bourbon: The Spirited Debate About Geographical Indications. In *Hastings Law Journal* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=936362>, p. 305;

GANGJEE, D. Say Cheese! A Sharper Image of Generic Use Through the Lens of Feta. In *European Intellectual Property Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=980543>, p. 10.

¹⁵ PRANEVIČIUS, G. Protection of Geographical Indications. *Jurisprudencija*, 2004, t. 58(50), p. 118-119.

prekių sulaikymo taip pat turėtų būti svarbus ryšis tarp gaminio geografinės kilmės ir tam tikrų jo savybių. Taip pat atkreiptinas dėmesys, kad aptariamose tarptautinėse sutartyse yra pirmosios geografinių žymenų apsaugos srityje, išreiškiančios pirminę poziciją dėl geografinių žymenų, vadinamų jose kilmės nuorodomis, apsaugos, todėl konkrečių sąvokų apibūdinimo bei tikslesnių geografinių žymenų apsaugos sąlygų tenka ieškoti kitose vėlesnėse sutartyse bei nacionalinėje valstybių teisėje.

TRIPS sutartyje vartojama geografinių nuorodų (*geographical indication*) sąvoka¹⁶. Geografinės nuorodos TRIPS sutarties 22 str. 1 d. apibūdinamos kaip nuorodos, iš kurių galima nustatyti, ar prekė yra kilusi iš valstybės narės teritorijos, ar iš tos teritorijos rajono ar vietovės, kai tos prekės kokybė, reputacija ar kiti ypatumai iš esmės yra priskirtini jos geografinės kilmės vietai. Teisės doktrinoje teigiama, kad TRIPS sutartyje vartojama geografinės nuorodos sąvoka yra paremta Lisabonos susitarime vartojama kilmės vietos nuorodos (*apellation of origin*) sąvoka¹⁷, nors ir pripažįstama, kad tarp geografinės nuorodos ir kilmės vietos nuorodos sąvokų yra esminių skirtumų¹⁸. Remiantis Lisabonos susitarimo 2 str. 1 d., kilmės vietos nuoroda suprantama kaip geografinis žymuo, nurodantis valstybę, regioną ar vietovę, iš kurios yra kilęs tam tikras gaminys, šio gaminio kokybę ir savybes išimtinai arba iš esmės susiejant su geografine aplinka, įskaitant natūralius bei žmogiškuosius faktorius.

Išskiriami du pagrindiniai skirtumai tarp geografinės nuorodos sąvokos, naudojamos TRIPS sutartyje, bei kilmės vietos nuorodos sąvokos, įtvirtintos Lisabonos susitarime. Pirmiausia, kilmės vietos nuorodos sąvoka yra ribota – tokia nuoroda gali būti sudaryta tik iš geografinių pavadinimų. Tuo tarpu geografinė nuoroda TRIPS sutarties prasme gali būti sudaryta ne tik iš geografinių pavadinimų, tačiau taip pat ir iš kitų ženklų, sudarytų iš žodžių, frazių, simbolių arba embleminių vaizdų¹⁹. Kitas svarbus skirtumas tarp aptariamų TRIPS sutartyje ir Lisabonos susitarime vartojamų sąvokų yra tas, jog kilmės vietos nuorodos sąvoka yra siauresnė negu geografinės nuorodos sąvoka – kilmės vietos nuorodos

¹⁶ Aiškumo dėlei, dėl sunkumų verčiant atitinkamas sąvokas iš anglų kalbos į lietuvių kalbą šiame darbe sąvoka anglų kalba *geographical indication* vartojama dviem prasmėmis – plačiąja prasme (kaip atitinkanti pačią bendriausią geografinio žymens sąvoką) bei siaurąja prasme (kaip atitinkanti geografinės nuorodos sąvoką, naudojama, be kita ko, TRIPS sutartyje).

¹⁷ Kaip toliau bus analizuojama šiame darbe, ES teisėje vartojama sąvoka anglų kalba *designation of origin*, kurios reikšmė yra itin panaši į Lisabonos susitarime vartojamos sąvokos *apellation of origin* reikšmę, todėl šiame darbe abi šios sąvokos į lietuvių kalbą verčiamos kaip kilmės vietos nuoroda.

¹⁸ PRANEVIČIUS, G. Protection of Geographical Indications. *Jurisprudencija*, 2004, t. 58(50), p. 119.

¹⁹ WIPO Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications. Ninth Session. *The Definition of Geographical Indications* [interaktyvus]. 2002 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_9/sct_9_4.pdf>, p. 3.

pasižymi glaudesniu ryšiu su aplinka, iš kurios yra kilęs konkretus gaminys, negu geografinės nuorodos²⁰.

2015 m. priimtame Lisabonos susitarimo dėl kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų Ženevos akte taip pat vartojamos kilmės vietos nuorodos bei geografinės nuorodos sąvokos, iš esmės pakartojančios Lisabonos susitarime bei TRIPS sutartyje vartojamas sąvokas. Ženevos akte kilmės vietos nuorodos sąvoka papildyta tuo, kad atitinkama prekė, kuriai suteikiama kilmės vietos nuoroda, privalo turėti reputaciją, susijusią su kilme iš tam tikros geografinės vietovės (susijusią su geografine aplinka, įskaitant natūralius bei žmogiškuosius faktorius). Teisės doktrinoje pripažįstama, kad TRIPS sutartyje įtvirtintos geografinės nuorodos sąvokos perkėlimas Ženevos akte yra žingsnis pirmyn, padedantis išspręsti terminologijos problemas, kylančias geografinių žymenų teisinės apsaugos srityje²¹.

ES geografinių žymenų teisinės apsaugos srityje vartojamos šios sąvokos: kilmės vietos nuoroda (*designation of origin*), geografinė nuoroda (*geographical indication*) ir garantuotas tradicinis gaminys (*traditional speciality guaranteed*)²². Priklausomai nuo ES reglamento, kilmės vietos nuorodai bei geografinei nuorodai gali būti keliami kiek skirtingi reikalavimai, tačiau iš esmės aptariamoms sąvokoms suteikiamos reikšmės yra panašios ir vartojamas aukščiau aptartame Lisabonos susitarime, TRIPS sutartyje bei Ženevos akte.

Kilmės vietos nuorodos sąvoka ES teisėje apibūdinama taip:

1. Vynų atveju kilmės vietos nuoroda – tai regiono, konkrečios vietovės arba, išimtiniais ir tinkamai pagrįstais atvejais, šalies pavadinimas, vartojamas apibūdinti vynui, atitinkančiam šiuos reikalavimus: vyno kokybę ir savybes iš esmės arba išimtinai lėmė tam tikra geografinė aplinka su jai būdingais gamtos ir žmogaus veiklos veiksniais; vynuogės, iš kurių pagamintas produktas, yra

²⁰ DUDDING, D. The Lisbon Agreement: why the United States should stop fighting the Geneva Act. In *Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law* [interaktyvus]. 2015 [žiūrėta 2019 m. vasario 25 d.]. Prieiga per internetą: <<http://go.galegroup.com/ps/anonymouse?id=GALE%7CA451530849&sid=google Scholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&iissn=1942678X&p=AONE&sw=w>>, p. 182.

²¹ GERVAIS, D. A Look at the Geneva Act of the Lisbon Agreement: A Missed Opportunity? In *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development and Culture* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. vasario 25 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.cambridge.org/core/books/geographical-indications-at-the-crossroads-of-trade-development-and-culture/look-at-the-geneva-act-of-the-lisbon-agreement-a-missed-opportunity/52372B397DDD26F800FC5E4821B8024C/core-reader>>.

²² Garantuoti tradiciniai gaminiai šiame darbe nėra detalios analizuojami, kadangi garantuotų tradicinių gaminių apsauga siekiama kiek kitokių tikslų negu šiame darbe nagrinėjamų geografinių žymenų apsauga: geografinė nuoroda ar kilmės vietos nuoroda yra ženklinami produktai, turintys ryšį su konkrečia geografine vietove, o garantuoto tradicinio gaminių nuoroda – produktai, kurių gamybos, perdirbimo metodas ar sudėtis atitinka to maisto produkto gaminių tradicijas.

užaugintos tik toje geografinėje vietovėje; vinas gaminamas toje geografinėje vietovėje; vinas pagamintas iš *Vitis vinifera* veislės vynuogių²³.

2. Žemės ūkio ir maisto produkto atveju kilmės vietos nuoroda – pavadinimas, kuriuo apibūdinamas produktas, kurio kilmės vieta yra konkreti vietovė, regionas arba, išimtiniais atvejais, šalis; kokybę ar savybes iš esmės arba išimtinai nulėmė tam tikra geografinė aplinka su jai būdingais gamtos ir žmogaus veiklos veiksniais; visi gamybos etapai vykdomi apibrėžtoje geografinėje vietovėje²⁴.

Geografinės nuorodos sąvoka ES teisėje apibūdinama taip:

1. Spiritinių gėrimų atveju geografinė nuoroda – tai nuoroda, kurią naudojant identifikuojama, kad spiritinio gėrimo kilmės vieta yra šalies teritorija, regionas ar šios teritorijos vietovė, kai tam tikra kokybė, reputacija ar kita savybė iš esmės sietina su jo geografinė kilme²⁵.
2. Vynų atveju geografinė nuoroda – nuoroda į regioną, konkrečią vietovę arba, išimtiniais ir tinkamai pagrįstais atvejais, į šalį, vartojama apibūdinti vynui, kuris atitinka šiuos reikalavimus: jo specifinė kokybė, geras vardas ar kitos savybės yra susijusios su ta geografinė kilme; ne mažiau kaip 85 proc. produktui gaminti naudojamų vynuogių yra užaugintos tik toje geografinėje vietovėje; jis gaminamas toje geografinėje vietovėje; jis pagamintas iš *Vitis vinifera* rūšies arba iš rūšių, išvestų sukryžminus *Vitis vinifera* rūšis su kitomis *Vitis* genies rūšimis, vynuogių²⁶.
3. Aromatizuotų vynų atveju geografinė nuoroda – nuoroda, patvirtinanti, kad aromatizuoto vyno produkto kilmės vieta yra tam tikras regionas, konkreti vieta arba šalis, kai atitinkama to produkto kokybė, geras vardas ar kitos savybės yra iš esmės priskiriami jo geografinėi kilmei²⁷.
4. Žemės ūkio ir maisto produktų atveju geografinė nuoroda – pavadinimas, kuriuo apibūdinamas produktas, kurio kilmės vieta yra konkreti vietovė, regionas arba

²³ 2013 m. gruodžio 17 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1308/2013 kuriuo nustatomas bendras žemės ūkio produktų rinkų organizavimas ir panaikinami Tarybos reglamentai (EEB) Nr. 922/72, (EEB) Nr. 234/79, (EB) Nr. 1037/2001 ir (EB) Nr. 1234/2007. OL, 2013 L 347, p. 671-854.

²⁴ 2012 m. lapkričio 21 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1151/2012 dėl žemės ūkio ir maisto produktų kokybės sistemų. OL, 2012 L 343, p. 1-29.

²⁵ 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 bei panaikinant Tarybos reglamentą (EEB) Nr. 1576/89. OL, 2008 L 39, p. 16-54

²⁶ 2013 m. gruodžio 17 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1308/2013 kuriuo nustatomas bendras žemės ūkio produktų rinkų organizavimas ir panaikinami Tarybos reglamentai (EEB) Nr. 922/72, (EEB) Nr. 234/79, (EB) Nr. 1037/2001 ir (EB) Nr. 1234/2007. OL, 2013 L 347, p. 671-854.

²⁷ 2014 m. vasario 26 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 251/2014 dėl aromatizuotų vyno produktų apibrėžties, aprašymo, pateikimo ir geografinių nuorodų apsaugos, kuriuo panaikinamas Tarybos reglamentas (EEB) Nr. 1601/91. OL, 2014 L 84, p. 14-34.

šalis; tam tikra kokybė, reputacija ar kita savybė iš esmės priskiriama jo geografinėi kilmei; bent vienas iš gamybos etapų vykdomas apibrėžtoje geografinėje vietovėje²⁸.

Kaip matoma iš aukščiau pateiktų sąvokų, skirtumas tarp saugomų kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų ES slypi ryšyje tarp tam tikro gaminio ir konkrečios teritorijos. Kilmės vietos nuorodų pagalba yra saugomi maisto produktai, pagaminami, perdirbami ir paruošiami tam tikroje geografinėje teritorijoje panaudojant pripažintą *know-how*. Tuo tarpu saugomos geografinės nuorodos parodo ryšį su tam tikra teritorijoje bent viename gaminimo, perdirbimo ar paruošimo etape. Taigi, saugomos kilmės vietos nuorodos parodo stipresnį tam tikro gaminio ryšį su konkrečia vietove. Visgi pažymėtina, kad, nepaisant aukščiau aptarto skirtumo, kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų apsaugos lygis ES yra vienodas²⁹.

Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatyme pateikiamos iš esmės identiškos įtvirtintoms ES teisėje kilmės vietos nuorodos ir geografinės nuorodos sąvokos. Prekių ženklų įstatymo 2 str. 6 d. kilmės vietos nuoroda apibūdinama kaip regiono, tam tikros vietovės arba šalies pavadinimas, vartojamas apibūdinti iš tos vietos kilusiam produktui, kurio kokybė ar savybės yra iš esmės arba išimtinai siejamos su tam tikra geografine aplinka ir jai būdingais gamtos ir žmogaus veiklos veiksniais ir kuris gaminamas, perdirbamas ir ruošiamas nurodytoje geografinėje vietovėje, o aptariamo straipsnio 4 d. geografinė nuoroda apibūdinama kaip vietovardis ar kitas žodis arba žymuo, pagal kurį galima tiesiogiai arba netiesiogiai nustatyti, kad produktas yra kilęs iš tam tikros teritorijos, regiono ar vietovės, ir kuris sieja to produkto kokybę, reputaciją ar kitas esmines savybes su jo geografine kilme. Taip pat kaip ir atitinkamuose ES reglamentuose, Prekių ženklų įstatyme įtvirtinta geografinės nuorodos sąvoka parodo ryšį su tam tikra teritorijoje bent viename gaminimo, perdirbimo ar paruošimo etape, o kilmės nuorodos sąvoka – žymiai stipresnį tam tikro gaminio ryšį su konkrečia vietove. Taip pat verta pažymėti, kad Lietuvos Respublikos teisės aktuose iki 2019 m. sausio 1 d. apskritai nebuvo įtvirtintos kilmės vietos nuorodos sąvokos ir tik atlikus atitinkamus Prekių ženklų įstatymo pakeitimus tokia sąvoka atsirado bei, tikėtina, padės sėkmingiau ginti geografinių žymenų savininkų teises.

²⁸ 2012 m. lapkričio 21 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1151/2012 dėl žemės ūkio ir maisto produktų kokybės sistemų. OL, 2012 L 343, p. 1-29.

²⁹ European Union Intellectual Property Office (EUIPO). *Guidelines for Examination of European Union Trade Marks: Part B, Section 4, Chapter 10, Article 7(1)(j) EUTMR* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <<https://euipo.europa.eu/ohimportal/trade-mark-guidelines>>, p. 4-5.

Kalbant apie prekių ženklo sąvoką nekyla tiek neaiškumų bei nėra tokios vartojamų sąvokų įvairovės kaip geografinių žymenų atveju. Prekių ženklo sąvoka yra pakankamai nusistovėjusi ir vienodai suprantama tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu bei ES lygmeniu.

Paryžiaus konvencija, kaip ir geografinių žymenų atveju, nepateikia prekių ženklo apibrėžimo. TRIPS sutarties 15 str. prekių ženklas apibūdinamas kaip bet koks žymuo ar žymenų kombinacija, pagal kuriuos vienos įmonės prekes ar paslaugas galima atskirti nuo kitos įmonės prekių ar paslaugų. Tokį žymenį, pagal TRIPS sutartį, gali sudaryti asmenvardžiai, raidės, skaitmenys, vaizdiniai elementai ir spalvų kombinacijos, taip pat bet kokia tų žymenų kombinacija. Be kita ko, TRIPS sutartyje išskiriama prekių ženklo atpažinimo / skirtingumo svarba sprendžiant dėl konkretaus prekių ženklo įregistravimo tam tikroje valstybėje.

ES lygu prekių ženklas apibrėžiamas kaip ženklas, kuris gali būti sudarytas iš bet kokių žymenų, visų pirma iš žodžių, įskaitant asmenvardžius, ar piešinių, raidžių, skaitmenų, spalvų, išorinės prekių ar prekių pakuotės formos arba garsų, su sąlyga, kad tokie žymenys leidžia: (a) atskirti vienos įmonės prekes arba paslaugas nuo kitų įmonių prekių arba paslaugų ir (b) juos vaizduoti registre tokiu būdu, kad kompetentingos institucijos ir visuomenė galėtų aiškiai ir tiksliai nustatyti jo savininkui suteiktos apsaugos objektą³⁰. Taigi, ES išskiriami du reikalavimai žymeniui, kad jis galėtų būti įregistruotas kaip prekių ženklas. Vienas iš reikalavimų sutampa su TRIPS sutartyje išskirtu atpažinimu / skirtingumu – prekių ženklo dėka prekės ir paslaugos yra išskiriamos iš kitų tapačių prekių ar paslaugų (tai išplaukia iš prekių ženklo skiriamosios funkcijos). Taip pat ES teisėje pateikiamas papildomas kriterijus, nenurodytas TRIPS sutartyje, – sugebėjimas pavaizduoti prekių ženklą, kad galima būtų aiškiai ir tiksliai nustatyti suteikiamos apsaugos objektą.

Nuo 2019 m. sausio 1 d., siekiant perkelti ES direktyvą Nr. 2015/2436 valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti bei atlikus atitinkamus Prekių ženklo įstatymo pakeitimus, Lietuvos nacionalinėje teisėje vartojama prekių ženklo sąvoka suvienodinta su prekių ženklo sąvoka, įtvirtinta ES teisėje, kuri jau aptarta aukščiau šiame darbe. Žymuo, neatitinkantis numatytų kriterijų (neturintis skiriamąjo požymio ir / ar jeigu neįmanoma tokio žymens pavaizduoti, kad galima būtų aiškiai ir tiksliai nustatyti suteikiamos apsaugos objektą) pagal Prekių ženklo įstatymo 7 str. 1 d. 1 ir 2 p.

³⁰ 2015 m. gruodžio 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) Nr. 2015/2436 valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti. OL, 2015 L 336, p. 1-26; 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo. OL, 2017 L 154, p. 1-99.

neregistruojamas arba jo registracija pripažįstama negaliojančia (absoliutūs atsisakymo registruoti ženklą ir ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindai).

Apibendrinant, teisės aktuose vartojamos ganėtinai skirtingos sąvokos geografiniams žymenims apibūdinti. Dažniausiai vartojamos yra kilmės vietos nuorodos ir geografinės nuorodos sąvokos, tačiau, bet kokių atveju, apie konkrečią sąvoką galima kalbėti tik konkretaus taikytino teisės akto kontekste atsižvelgiant į visus tame teisės akte išskirtus kriterijus. Tuo tarpu prekių ženklų sąvoka yra nusistovėjusi ir pakankamai vienodai suprantama įvairiuose teisės aktuose – prekių ženklas suprantamas kaip ženklas, kuris gali būti sudarytas iš bet kokių žymenų, su sąlyga, kad tokie žymenys leidžia atskirti vienas prekes ar paslaugas nuo kitų bei juos galima pavaizduoti tokiu būdu, kad galima būtų aiškiai ir tiksliai nustatyti suteiktos apsaugos objektą.

1.3. Teisinis geografinių žymenų ir prekių ženklų reglamentavimas

1.3.1. Reglamentavimas tarptautiniu lygiu

Pagrindinė problema, su kuria susiduriama reglamentuojant geografinių žymenų apsaugą tarptautiniu lygiu – nacionalinių požiūrių į geografinius žymenis įvairovė, kadangi nacionaliniu lygiu geografiniai žymenys yra saugomi konkurencijos įstatymų, prekių ženklų įstatymų, reklamos, maisto, sveikatos bei įvairių kitų įstatymų nuostatomis³¹. Kiek kitaip yra su prekių ženklais – kaip jau minta aukščiau šiame darbe, požiūris į prekių ženklus yra labiau suvienodintas tarptautiniu lygiu, negu į geografinius žymenis.

Geografiniai žymenys ir prekių ženklai tarptautiniu lygiu pirmiausia yra saugomi Paryžiaus konvencijos bei TRIPS sutarties nuostatų. Paryžiaus konvencija nedetalizuoja geografinių žymenų apsaugos, tik nustato, kad pagal ją yra saugomos kilmės nuorodos (*indication of source*) arba kilmės vietos pavadinimai (*apellation of origin*). Paryžiaus konvencija apsaugo geografinius žymenis drausdama nesąžiningą konkurenciją tarp žymenų – pagal Paryžiaus konvencijos 10 str., gaminiai su melaginga kilmės nuoroda arba melagingais duomenimis apie gamintoją, pramoninką arba komersantą areštuojami. Paryžiaus konvencija nustato tik minimalų geografinių žymenų apsaugos standartą, kurį įsipareigojo užtikrinti šalys dalyvės³². Prekių ženklų apsaugos reglamentavimas Paryžiaus konvencijoje yra kiek platesnis – nustatomos registravimo sąlygos, to paties ženklo

³¹ GANGJEE, D. Quibbling Siblings: Conflicts between Trademarks and Geographical Indications. In *Chicago-Kent Law Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1000467>, p. 10.

³² SKUBISZ, R., et. al. *Prawo własności przemysłowej. System prawa prywatnego*. Warszawa: Instytut nauk prawnych PAN, 2017, p. 14.

įvairiose šalyse apsaugos nepriklausomumas, nustatoma plačiai žinomų prekių ženklų apsauga, pateikiami neregistruotini prekių ženklai bei atsisakymo registruoti prekių ženklus arba registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindai.

TRIPS sutartis konkretizuoja bei pakelia teisių intelektinės apsaugos srityje apsaugos standartus. Taip pat, kalbant apie geografinius žymenis, teisės doktrinoje pripažįstama, kad TRIPS sutartis yra kompromisas tarp dviejų skirtingų nacionalinių geografinių žymenų apsaugos koncepcijų, kurios bus aptartos šio darbo 1.3.3 poskyryje³³.

TRIPS sutartyje yra įtvirtinta dviejų pakopų geografinių žymenų apsauga – pagal 22 str., apsauga nukreipiama prieš geografinę nuorodą, kuri, nors paraidžiui teisingai nurodo teritoriją, rajoną ar vietovę, iš kurios kilusios prekės, neteisingai teigia visuomenei, kad tos prekės kilusios iš kitos teritorijos, o pagal 23 str. vynui ir stipriems alkoholiniams gėrimams yra suteikiamas aukštesnis apsaugos lygis, t. y. įtvirtinamas reikalavimas numatyti teises priemones, kad būtų išvengta vynus identifikuojančios geografinės nuorodos naudojimo vynams, kilusiems ne iš tos vietovės, kuri nurodyta minimoje geografinėje nuorodoje, arba stiprius alkoholinius gėrimus identifikuojančios geografinės nuorodos naudojimo stipriems alkoholiniams gėrimams, kilusiems ne iš tos vietovės, kuri nurodyta minimoje geografinėje nuorodoje, net jeigu tikroji prekių kilmė yra nurodyta arba geografinė nuoroda yra vartojama vertime arba kartu vartojami tokie žodžiai kaip „rūšis“, „tipas“, „stilius“, „imitacija“ ir pan. Teisės literatūroje toks papildomas apsaugos suteikimas vynas ir stipriems alkoholiniams gėrimams vertinamas kontraversiškai, kadangi TRIPS 23 str. nėra atsižvelgiama į visuomenės suklaidinimo galimybes³⁴. Papildomai aptariamame straipsnyje numatomas daugiašalės vynų geografinių nuorodų pranešimo ir registravimo tvarkos sukūrimas. TRIPS sutartyje taip pat numatomas tam tikros išimty, pvz., pagal 24 str., valstybių narių nereikalaujama suteikti apsaugą kurios nors kitos valstybės narės geografinėms nuorodoms, tapusioms įprastiniais bendriniais pavadinimais.

Prekių ženklams TRIPS sutartyje yra skirtas 2 skyrius, kuriame, be kita ko, yra apibūdintas saugotinas objektas – pateikiama prekių ženklo sąvoka, detalizuojamos prekių ženklo savininkui suteikiamos teisės, nustatomi kriterijai, į kuriuos atsižvelgiama pripažįstant prekių ženklą plačiai žinomu. Svarbu taip pat, kad TRIPS sutarties 18 str. numatomas prekių ženklo apsaugos terminas – registracija arba atnaujinta registracija privalo galioti ne trumpiau nei septynerius metus. TRIPS sutarties 19 str. įtvirtinta, kad tuo

³³ PRANEVIČIUS, G. Protection of Geographical Indications. *Jurisprudencija*, 2004, t. 58(50), p. 122.

³⁴ KEMP, D. J.; FORSYTHE, L. M. Trademarks and Geographical Indications: a Case of California Champagne. In *Chapman Law Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.researchgate.net/publication/265041705_TradeMarks_and_Geographical_Indications_A_Case_of_California_Champagne>, p. 278.

atveju, jeigu prekių ženklo registracijai išlaikyti reikalaujama prekių ženklą naudoti, registracija gali būti panaikinta, jeigu prekių ženklas be pertraukos buvo nenaudojamas ne mažiau kaip trejus metus, jeigu prekių ženklo savininkas neįrodo, kad buvo svarbių priežasčių, kurios trukdė naudoti prekių ženklą.

Tarptautiniame prekių ženklų apsaugos reglamentavime svarbų vaidmenį vaidina Madrido sutartis bei 1889 m. pasirašytas Madrido sutarties dėl tarptautinės ženklų registracijos protokolai. Madrido sutarties ir Madrido protokolo pagrindu yra įkurta Madrido sistema, padedanti centralizuotai įregistruoti prekių ženklus tarptautiniame registre bei išplėsti jų apsaugą Madrido sistemos valstybėse narėse. Madrido protokolo 1 str. nurodoma, kad valstybės – šio protokolo narės, net ir nebūdamos 1967 metais Stokholme peržiūrėtos ir 1979 metais papildytos Madrido sutarties narės, yra tos pačios sąjungos, kuriai priklauso prie Madrido (Stokholmo) sutarties prisijungusios šalys, narės³⁵. Tarptautinė prekių ženklų registracija pagal Madrido sistemą vykdoma per PINO Tarptautinį biurą Ženevoje. Paraiška tarptautinei registracijai paduodama remiantis jau įregistruotu nacionaliniu ar ES prekės ženklu arba paraiškos, paduotos nacionaliniam ar ES prekių ženklui registruoti, pagrindu, kadangi ES taip pat yra prisijungusi prie Madrido sistemos. Visgi pažymėtina, kad galutinis apsaugos kiekvienoje pareiškėjo nurodytoje Madrido sistemos šalyje suteikimas priklauso nuo kiekvienos šalies, kurioje prašoma apsaugos, tarnybos sprendimo. Įdomu tai, kad Madrido sutartis draudžia įmonėms, esančioms už tam tikro regiono ribų, naudoti geografines nuorodas, susijusias su tuo regionu, net jei tokios geografinės nuorodos nėra klaidingos. Taigi, pagal Madrido sutartį, sūris negali būti pavadintas nei Parmezanu, nei Parmezano stiliaus sūriu, nebent jis iš tikrųjų yra iš Parmigiano. Remiantis tuo, teisės doktrinoje sutinkama nuomonių, kad Madrido sutartyje numatyta platesnė geografinių žymenų apsauga negu Paryžiaus konvencijoje³⁶.

Geografinių žymenų apsauga reglamentuojama, be kita ko, Madrido sutartyje dėl prekių sulaikymo, teisės doktrinoje dar vadinamoje Paryžiaus konvencijos 10 str. komentaru. Madrido sutartis dėl prekių sulaikymo taip vadinama todėl, nes išplečia Paryžiaus konvencijos 10 str. galiojimą nustatydama draudimą naudoti ne tik melagingas gaminių kilmės nuorodas, tačiau taip pat ir klaidinančias gaminių kilmės nuorodas. Taip pat Madrido sutartyje dėl prekių sulaikymo, lyginant su Paryžiaus konvencija, suteikiama

³⁵ Lietuva šiuo metu yra prisijungusi prie Madrido sistemos būdama viena iš Madrido protokolo šalių.

³⁶ KEMP, D. J.; FORSYTHE, L. M. Trademarks and Geographical Indications: a Case of California Champagne. In *Chapman Law Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.researchgate.net/publication/265041705_Trademarks_and_Geographical_Indications_A_Case_of_California_Champagne>, p. 274.

ypatinga apsauga vynu geografinėms nuorodoms – tokios geografinės nuorodos yra apsaugotos Madrido sutarties dėl prekių sulaikymo 4 str. nuo tapimo bendriniais pavadinimais³⁷.

Kilmės vietos nuorodų apsauga reglamentuojama Lisabonos susitarime. Šioje sutartyje taip pat numatyta tarptautinė kilmės vietos nuorodų registravimo procedūra. Kilmės vietos nuorodos registruojamos per PINO Tarptautinį biurą Ženevoje, kuris tvarko kilmės vietos nuorodų registrą ir informuoja Lisabonos susitarimo valstybes nares apie užregistruotas kilmės vietos nuorodas. Lisabonos susitarimas numato kilmės vietos nuorodų apsaugą nuo pasisavinimo, imitavimo, taip pat nuo tapimo bendrinio gaminio pavadinimu visą laikotarpį, kol kilmės vietos nuoroda yra saugoma kilmės valstybėje. Taigi, Lisabonos susitarimu suteikiama apsauga yra platesnė negu suteikiama Paryžiaus konvencija arba Madrido sutartimi dėl prekių sulaikymo. Teisės doktrinoje nurodoma, kad Lisabonos susitarimu kilmės vietos nuorodoms suteikiama apsauga prilygsta apsaugai, TRIPS sutartimi suteikiama vynu ir stiprių alkoholinių gėrimų geografinėms nuorodoms³⁸.

Visgi Lisabonos sistemoje dalyvauja tik 29 valstybės (Lietuva nėra Lisabonos susitarimo šalis)³⁹. Atsižvelgiant į Lisabonos susitarimo trūkumus, dėl kurių itin mažai valstybių dalyvauja Lisabonos sistemoje, 2015 m. buvo priimtas Ženevos aktas, kuris įsigalios praėjus trimis mėnesiams nuo tos dienos, kurią ratifikavimo arba prisijungimo dokumentus deponuos penkios reikalavimus atitinkančios šalys. Svarbiausias Ženevos akto skirtumas lyginant jį su Lisabonos susitarimu – apsauga suteikiama ne tik kilmės vietos nuorodoms, tačiau taip pat ir geografinėms nuorodoms. Tokiu būdu apsauga, TRIPS sutartimi suteikiama tik vynams ir stipriems alkoholiniams gėrimams, išplečiama ir kitiems produktams, žymimiems geografinėmis nuorodomis. Kaip minėta aukščiau, Lisabonos susitarimu suteikiama apsauga kilmės vietos nuorodoms prilygsta TRIPS sutartimi suteikiama apsaugai vynu ir stiprių alkoholinių gėrimų geografinėms nuorodoms, tačiau su Ženevos aktu tokią pačią apsaugą turės ir kitų produktų geografinės nuorodos⁴⁰. Kitas

³⁷ SKUBISZ, R., et. al. *Prawo własności przemysłowej. System prawa prywatnego*. Warszawa: Instytut nauk prawnych PAN, 2017, p. 16.

³⁸ DUDDING, D. The Lisbon Agreement: why the United States should stop fighting the Geneva Act. In *Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law* [interaktyvus]. 2015 [žiūrėta 2019 m. vasario 25 d.]. Prieiga per internetą: <http://go.galegroup.com/ps/anonymouse?id=GALE%7CA451530849&sid=google Scholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=1942678X&p=AONE&sw=w>, p. 182.

³⁹ Palyginimui, remiantis PINO duomenimis, TRIPS sutarties šalimis yra 164 valstybės, Paryžiaus konvencijos – 177 valstybės, Madrido sistemoje dėl tarptautinės prekių ženklų registracijos dalyvauja 119 valstybių, Madrido sutarties dėl prekių sulaikymo šalimis yra 36 valstybės.

⁴⁰ GERVAIS, D. A Look at the Geneva Act of the Lisbon Agreement: A Missed Opportunity? In *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development and Culture* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. vasario 25 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.cambridge.org/core/books/geographical-indications-at-the-crossroads-of-trade-development-and-culture/look-at-the-geneva-act-of-the-lisbon-agreement-a-missed-opportunity/52372B397DDD26F800FC5E4821B8024C/core-reader>, p. 128.

svarbus Ženevos akto aspektas – administracinių procedūrų pakeitimai ir geografinių žymenų registravimo sistemos modernizavimas, lyginant su Lisabonos susitarimu. Ženevos aktas pristatė aiškesnę atsisakymo registruoti geografinius žymenis sistemą bei aiškesnę registravimo mokesčių sistemą. Taip pat, kas yra itin svarbu šio darbo kontekste – nustatė aiškesnes ginčų tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų sprendimo taisykles⁴¹, kurios bus analizuojamos šio darbo 3 dalyje.

Atsižvelgiant į tai, kad Ženevos aktas atitinka TRIPS sutartį ir atitinkamus ES teisės aktus dėl žemės ūkio produktų geografinių nuorodų apsaugos ir suteikia galimybę tarptautinėms organizacijoms (tokioms kaip ES) tapti Ženevos akto šaliniais, Europos komisija 2018 m. liepos mėn. pateikė ES tarybos sprendimo pasiūlymą dėl ES prisijungimo prie Ženevos akto⁴². Atsižvelgiant į tai bei į šiame darbe jau aptartus Ženevos akto įvestus Lisabonos sistemos pakeitimus, tikėtina, kad ateityje Ženevos aktas gali tapti pagrindiniu tarptautiniu teisės aktu geografinių žymenų apsaugos srityje.

Apibendrinant, pagrindinius geografinių žymenų ir prekių ženklų apsaugos principus tarptautiniu lygiu įtvirtina Paryžiaus konvencija ir TRIPS sutartis. Kitomis tarptautinėmis sutartimis – Madrido sutartimi (kartu su Madrido protokolu) bei Lisabonos susitarimu (kartu su Ženevos aktu) – sukurtos tarptautinės centralizuotos prekių ženklų bei geografinių žymenų registravimo sistemos. Iki šiol geografinių žymenų apsaugos tarptautinis reglamentavimas buvo gana neaiškus dėl nacionalinių požiūrių skirtumų, tačiau tikėtina, kad 2015 m. priimtas Ženevos aktas padės įvesti daugiau aiškumo tarptautiniame geografinių žymenų reglamentavime.

1.3.2. Reglamentavimas Europos Sąjungoje

Autonomiška geografinių žymenų apsauga pripažįstama vienu iš ankstyvųjų žemės ūkio politikos Europos Ekonominėje Erdvėje (EEE) bruožų. Į geografinius žymenis žiūrėta kaip į priemonę, padėsiančią kiekybe paremtą eksportą pakeisti kokybe paremtu eksportu, kuris skatintų vartotojus įvertinti ir sumokėti didesnę kainą už kokybiškus produktus, pagamintus

⁴¹ GERVAIS, D. A Look at the Geneva Act of the Lisbon Agreement: A Missed Opportunity? In *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development and Culture* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. vasario 25 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.cambridge.org/core/books/geographical-indications-at-the-crossroads-of-trade-development-and-culture/look-at-the-geneva-act-of-the-lisbon-agreement-a-missed-opportunity/52372B397DDD26F800FC5E4821B8024C/core-reader>>, p. 126-135.

⁴² 2018 m. liepos 27 d. Europos Komisijos pasiūlymas dėl Tarybos sprendimo dėl Europos Sąjungos prisijungimo prie Lisabonos susitarimo dėl kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų Ženevos akto. COM(2018) 350 Final, 2018/0214 (NLE).

iš natūralių medžiagų, tradiciniais metodais kylančius bei iš regiono, su kuriuo tokie produktai pirmiausia asocijuojami⁴³.

Šiuo metu ES galioja keturi reglamentai, skirti geografinių žymenų apsaugai:

1. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas Nr. 110/2008 dėl spiritinių gėrimų apibrėžimo, apibūdinimo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos, kuriuo nustatoma spiritinių gėrimų geografinių nuorodų apsauga bei spiritinių gėrimų geografinių nuorodų registravimo ES tvarka.
2. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas Nr. 1151/2012 dėl žemės ūkio ir maisto produktų kokybės sistemų, kuriuo nustatoma žemės ūkio ir maisto produktų kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų apsauga bei žemės ūkio ir maisto produktų kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų registravimo ES tvarka.
3. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas Nr. 1308/2013, kuriuo nustatomas bendras žemės ūkio produktų rinkų organizavimas, kuriuo nustatoma vynu kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų apsauga bei vynu kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų registravimo ES tvarka.
4. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas Nr. 251/2014 dėl aromatizuotų vyno produktų apibrėžties, aprašymo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos, kuriuo nustatoma aromatizuotų vynu geografinių nuorodų apsauga bei aromatizuotų vynu geografinių nuorodų registravimo ES tvarka.

Kitų produktų, negu nurodyti aukščiau paminėtuose ES reglamentuose, geografinių žymenų apsauga palikta valstybių narių diskrecijai. Svarbu pažymėti, kad apsauga suteikiama tik užregistruotos kilmės vietos nuorodoms ir geografinėms nuorodoms, t. y. *ipso iure* nėra išplečiama subregionams, administraciniams vienetams, regionams ir pan., patenkantiems į teritoriją, kurią apima saugoma kilmės vietos nuoroda arba geografinė nuoroda⁴⁴. Informacija apie ES užregistruotas kilmės vietos nuorodas ir geografines nuorodas bei pateiktas paraiškas pateikiama oficialioje Europos Komisijos interneto svetainėje.

Prekių ženklų atveju Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu Nr. 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo visoje ES nustatyta vieninga prekių ženklams skirta tvarka, kuri, taikant vieną procedūrų sistemą, leidžia gauti vienodą apsaugą suteikiantį ES

⁴³ BLAKENEY, M.; EVANS, G. E. The Protection of Geographical Indication After Doha: Quo Vadis. In *Journal of International Economic Law* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://gaileevans.com/EvansGIsAfterDohaJIEL06.pdf>>, p. 9.

⁴⁴ European Union Intellectual Property Office (EUIPO). *Guidelines for Examination of European Union Trade Marks: Part B, Section 4, Chapter 10, Article 7(1)(j) EUTMR* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <<https://euipo.europa.eu/ohimportal/trade-mark-guidelines>>, p. 7.

prekių ženklą, galiojantį visoje ES teritorijoje. ES prekių ženklui taikomas jo autonomijos principas, o taip pat vieningumo bei koegzistavimo principai. Apsauga suteikiama tik prekių ženklą įregistravus ES prekių ženklų registre, paraiška pateikiama ES intelektinės nuosavybės tarnybai, kurios buveinė yra Ispanijoje, Alicante mieste, administruojančiai ES prekių ženklų registrą. Įdomu tai, kad būtent prekių ženklo buvo pirmasis intelektinės nuosavybės teisių objektas, kurio atžvilgiu buvo įtvirtinta galimybė įgyti vieningas teises visoje ES teritorijoje⁴⁵.

Svarbu taip pat paminėti Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą Nr. 2015/2436 valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti. Šia direktyva, be kita ko, siekiama prisidėti prie kartu egzistuojančių ir subalansuotų nacionalinio ir ES lygmens prekių ženklų sistemų kūrimo. Direktyva buvo suderintos svarbiausios materialinės prekių ženklų teisės nuostatos, kurios, kaip buvo laikoma priimant direktyvą, turėjo didžiausią tiesioginį poveikį vidaus rinkos veikimui (pvz., nustatyta, kokie žymenys gali sudaryti prekių ženklą, nustatyti atsisakymo registruoti bei negaliojimo pagrindai prekių ženklo suteikiamos teisės bei apribojimai). Kad visoje ES prekių ženklus būtų lengviau įregistruoti ir administruoti, suderintos ne tik materialinės teisės nuostatos, bet ir procedūrinės taisyklės – nustatyti bendrieji pagal nacionalinę teisę reglamentuojamų procedūrų principai, paliekant valstybėms narėms teisę nustatyti konkretesnes taisykles. Direktyva taip pat labai užtikrinama, kad įregistruoti prekių ženklai būtų vienodai apsaugoti pagal visų valstybių narių teisinės sistemas. Ši direktyva Lietuvoje perkelta Prekių ženklų įstatymo nuostatomis.

Taigi, geografinių žymenų apsauga ES reglamentuojama keturiais reglamentais, kuriais vynams, aromatizuotiems vynams, spiritiniams gėrimams ir žemės ūkio bei maisto produktams suteikiama kilmės vietos nuorodų bei geografinių nuorodų apsauga, taip pat nustatytas kilmės vietos nuorodų bei geografinių nuorodų registravimas. Visos ES mastu galioja vieninga tvarka, leidžianti gauti vienodą apsaugą visoje ES teritorijoje suteikiantį ES prekių ženklą, o taip pat direktyva yra suvienodintos svarbiausios nacionalinės materialinės bei procedūrinės prekių ženklų teisės nuostatos.

⁴⁵ MAKRIS, D. Geographical Indicators: A Rising International Trademark Dispute Between Europe's Finest and Corporate America. In *Arizona Journal of International & Comparative Law* [interaktyvus]. 2016 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://arizonajournal.org/wp-content/uploads/2017/04/06_MAKRIS_V3.pdf>, p. 176.

3.1.3. Nacionalinis reglamentavimas

Kaip jau minėta aukščiau šiame darbe, įvairių šalių nacionalinis geografinių žymenų apsaugos reglamentavimas yra labai skirtingas dėl skirtingų požiūrių į geografinius žymenis. Išskiriami trys geografinių žymenų apsaugos būdai: (a) sukuriant specialią *sui generis* geografinių žymenų apsaugos sistemą, (b) kolektyvinių arba sertifikavimo ženklų apsaugos reglamentavimo pagrindu, (c) pasitelkiant kitus į verslo praktiką orientuotus modelius⁴⁶ (pvz., apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos normos).

Teisės literatūroje taip pat galima sutikti nacionalinių geografinių žymenų apsaugos režimų skirstymą į senojo bei naujojo pasaulio režimus. Senojo pasaulio režimo valstybės – tai tos, kurios, sekdamos Prancūzijos pavyzdžiu, pasirinko *sui generis* geografinių žymenų apsaugos sistemą. ES taip pat laikoma pasirinkusia senojo pasaulio požiūrį, kadangi teikia ypatingą dėmesį kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų apsaugai sukurdama *sui generis* sistemą. Tuo tarpu naujojo pasaulio valstybės – pirmiausia, JAV, Australija, Pietų Afrikos Respublika ir Čilė – produktų kokybę kildina ne iš geografinės kilmės vietos, tačiau iš gaminių sudėtinųjų dalių, pagaminimo būdo, pasitelktų inovatyvių sprendimų. Todėl naujo pasaulio valstybės pasirinko geografinių žymenų apsaugą pasitelkiant kolektyvinių bei sertifikavimo ženklų apsaugos normas. Tai buvo patogiu taip pat dėl to, kad nereikėjo kurti naujų teisės normos – naujos *sui generis* apsaugos sistemos⁴⁷.

Atskirai galima paminėti literatūroje išskiriamą vokiškąją teoriją, pagal kurią geografiniai žymenis yra saugomi pasitelkiant civilinės teisės principus: geros valios principą, klaidinimo draudimą, pareigą atlyginti nuostolius. Taip pat yra naudojami nesąžiningos konkurencijos draudimo teisės aktuose įtvirtinti principai. Vokiškoji teorija yra grindžiama pagrindiniu principu, kad gaminių kokybė eina koja kojon su gamintojo gera reputacija, kuria kiti asmenys negali pasinaudoti⁴⁸.

Lietuvoje minimali geografinių žymenų apsauga yra numatyta Prekių ženklų įstatyme, kuriame įtvirtintos kilmės vietos nuorodos ir geografinės nuorodos sąvokos bei

⁴⁶ MAKRIŠ, D. Geographical Indicators: A Rising International Trademark Dispute Between Europe's Finest and Corporate America. In *Arizona Journal of International & Comparative Law* [interaktyvus]. 2016 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://arizonajournal.org/wp-content/uploads/2017/04/06_MAKRIS_V3.pdf>, p. 162;

WIPO Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications. Ninth Session. *The Definition of Geographical Indications* [interaktyvus]. 2002 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_9/sct_9_4.pdf>, p. 8.

⁴⁷ FRIEDMANN, D. Geographical Indications in the EU, China and Australia, WTO Case Bottling Up Over Prosecco. In *Peking University School of Transnational Law Research Paper* [interaktyvus]. 2018 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3218810>, p. 2-7.

⁴⁸ PRANEVIČIUS, G. Protection of Geographical Indications. *Jurisprudencija*, 2004, t. 58(50), p. 121.

numatyti absoliutūs atsisakymo registruoti prekių ženklą pagrindai, susiję su geografinių žymenų apsauga (Prekių ženklų įstatymo 7 str. 1 d. 3, 7, 12 ir 13 p.). Taip pat teisės doktrinoje pažymima, kad Lietuvoje geografiniai žymenys yra saugomi konkurencijos teisės, reklamos bei vartotojų teisių apsaugos teisės aktų nuostatų⁴⁹. Atskiras registras geografiniams žymenims Lietuvoje nėra sukurtas, tačiau 2015 m. sausio 7 d. buvo priimtas Žemės ūkio ministro įsakymas dėl žemės ūkio ir maisto produktų saugomų kilmės vietos nuorodų, saugomų geografinių nuorodų ir garantuotų tradicinių gaminių įregistravimo ir kai kurių žemės ūkio ministro įsakymų pripažinimo netekusiais galios, kuriuo patvirtintos, be kita ko, kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų registravimo ES lygiu taisyklės bei tokių pavadinimų naudojimo kontrolės rinkoje taisyklės⁵⁰. Nors, remiantis išdėstytu, sunku konkrečiai pasakyti, kokiai geografinių žymenų apsaugos sistemai priskirtina Lietuva, kadangi galima išskirti įvairių sistemų bruožų (tiek ir *sui generis*, tiek ir apsaugos prekių ženklų teisės bei konkurencijos, reklamos ir vartotojų teisių apsaugos nuostatomis), tačiau manytina, kad labiausiai linkstama į *sui generis* apsaugos sistemą – sekant ES pavyzdžiu svarbų vaidmenį atlieka geografinių žymenų įregistravimas atskirame ES mastu veikiančiame kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų registre.

Nacionalinėje prekių ženklų apsaugos srityje galima išskirti du požiūrius – civilinės teisės tradicijos šalių bei bendrosios teisės tradicijos šalių. Dauguma civilinės teisės tradicijos valstybių, tarp kurių yra ir Lietuva, prekių ženklų apsaugą sieja su įregistravimu – statutinės teisės instrumentų pagalba sukuriama saugotini prekių ženklai. Tuo tarpu bendrosios teisės tradicijos valstybėse, pirmiausia JAV, pripažįstama tiek įregistruotų, tiek ir neįregistruotų prekių ženklų apsauga, t. y. JAV nereikalaujama įregistruoti prekių ženklo atitinkame registre, kad būtų įgyta to prekių ženklo apsauga⁵¹. Lietuvoje, kaip ir kitose civilinės teisės tradicijos valstybėse, įregistruotų prekių ženklų apsauga reglamentuojama specialiaame Prekių ženklų įstatyme.

Taigi, nacionaliniai valstybių požiūriai skiriasi ir į prekių ženklų apsaugą, ir ypač į geografinių žymenų apsaugą. Prekių ženklų apsaugos srityje skiriasi požiūris į atitinkamo žymens registravimo privalomumą apsaugai įgyti, o geografinių žymenų apsaugos srityje apskritai skiriasi sistemos, pagal kurias yra suteikiama apsauga – tai gali būti *sui generis*

⁴⁹ PRANEVIČIUS, G. Protection of Geographical Indications. *Jurispridencija*, 2004, t. 58(50), p. 123-124.

⁵⁰ Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro įsakymas dėl žemės ūkio ir maisto produktų saugomų kilmės vietos nuorodų, saugomų geografinių nuorodų ir garantuotų tradicinių gaminių įregistravimo ir kai kurių žemės ūkio ministro įsakymų pripažinimo netekusiais galios. *Teisės aktų registras*, 2015-01-08, nr. 00309.

⁵¹ KEMP, D. J.; FORSYTHE, L. M. Trademarks and Geographical Indications: a Case of California Champagne. In *Chapman Law Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.researchgate.net/publication/265041705_TradeMarks_and_Geographical_Indications_A_Case_of_California_Champagne>, p. 261.

sistema, tačiau taip pat gali būti remiamasi jau turimomis prekių ženklų, konkurencijos arba kitomis teisės normomis.

1.4. Suteikiamos apsaugos ypatumai

Apibūdinant geografinių žymenų bei prekių ženklų savininkams suteikiamą apsaugą galima sutikti su teisės doktrinoje išsakoma nuomone, kad abiem atvejais suteikiama išimtinė teisė uždrausti tretiesiems asmenims naudoti žymenį, kuris, tikėtina, gali klaidinti vartotojus dėl prekių ir / ar paslaugų kilmės (tiek kalbant apie geografinę kilmę, tiek ir apie kilmę iš konkretaus ūkio subjekto)⁵².

Kalbant apie prekių ženklų teisinę apsaugą, saugomo prekių ženklo savininkas paprastai turi teisę neleisti tretiesiems asmenims naudoti tapatų arba klaidinamai panašų prekių ženklą tapačioms ar panašioms prekėms ar paslaugoms į tas, kurių atžvilgiu prekių ženklas yra saugomas (TRIPS sutarties 6 str. 1 d.). Šios apsaugos pagrindimas yra dvejopas. Pirma, vartotojams suteikiama apsauga nuo prekių ženklo naudojimo, kuris klaidina vartotojus dėl tikrojo prekių ar paslaugų, kurioms naudojamas šis prekių ženklas, šaltinio. Antra, pats prekių ženklo savininkas yra saugomas nuo bet kokių konkurentų keliamų painiavų ir galimo prekių ženklo savininko potencialių klientų klaidinimo bei žalos, patiriamos dėl verslo nuostolių. Taigi, priešingai nei daugumos kitų intelektinės nuosavybės objektų atveju, prekių ženklų suteikiamų teisių egzistavimas potencialiai yra neribotas laike. Svarbu taip pat pažymėti, kad, remiantis TRIPS sutarties 16 str. 3 d., plačiai žinomiems prekių ženkluoms apsauga suteikiama ne tik nuo naudojimo tapačioms ar panašioms prekėms ir / ar paslaugoms, tačiau taip pat ir nuo naudojimo kitoms prekėms ir / ar paslaugoms lyginant su tomis, kurioms yra naudojamas plačiai žinomas prekių ženklas. Tai rodo, kad plačiai žinomi prekių ženklai yra vertingas nematerialusis turtas, kuris nusipelno apsaugos ne tik nuo neteisėto klaidinančio naudojimo, bet ir nuo neteisėto naudojimo, kuris kenkia jų reputacijai⁵³.

Teisėti geografinių žymenų naudotojai turi teisę neleisti kitiems asmenims naudoti geografinį žymenį, jei prekės, kurioms naudojamas geografinis žymuo, neturi nurodytos geografinės kilmės. Kaip ir prekių ženklų atveju, geografiniams žymenims taikomas

⁵² BERESFORD, L. Geographical Indications: The Current Landscape. In *Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<https://ir.lawnet.fordham.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1385&context=iplj>>, p. 981.

⁵³ WIPO Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications. Fifth Session. *Possible Solutions for Conflicts between Trademarks and Geographical Indications and for Conflicts between Homonymous Geographical Indications* [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_5/sct_5_3.pdf>, p. 5.

specialybės principas, t. y. jie yra apsaugoti tik tų gaminių atžvilgiu, kuriems jie faktiškai yra naudojami, ir teritorialumo principas, t. y. geografiniai žymenys yra saugomi tik tam tikroje teritorijoje laikantis toje teritorijoje taikomų teisės aktų reikalavimų.

Specialybės principo išimtis taikoma geografiniams žymenims, turintiems reputaciją / gerą vardą. Iki Ženevos akto priėmimo tokia papildoma gerą vardą turinčių geografinių žymenų apsauga buvo suteikiama remiantis nuostatomis dėl nesąžiningos konkurencijos veikslių⁵⁴, tačiau 2015 m. priimto Ženevos akto 11 str. 1 d. a) p. numatyta, kad draudžiami naudoti kilmės vietos nuorodą arba geografinę nuorodą prekėms, kurios nėra vienašios kilmės vietos nuoroda arba geografinė nuoroda pažymėtoms prekėms, arba paslaugoms, jeigu toks naudojimas rodytų arba leistų numanyti esant ryšį tarp tų prekių arba paslaugų ir kilmės vietos nuorodą arba geografinę nuorodą taikančių naudos gavėjų ir galėtų pakenkti jų interesams, arba, kai taikoma, jei dėl kilmės vietos nuorodos arba geografinės nuorodos gero vardo atitinkamoje susitariančioje šalyje toks naudojimas galėtų nesąžiningai pakenkti tam geram vardui, jį susilpninti arba leistų juo nesąžiningai pasinaudoti. Taip pat aptariamos straipsnio dalies b) p. draudžiama naudoti kilmės vietos nuorodą arba geografinę nuorodą be kokios kitai praktikai, kuri galėtų klaidinti vartotojus dėl tikrosios prekių kilmės vietos arba kilmės pobūdžio.

Taigi, prekių ženklų savininkams suteikiama apsauga nuo tapačių ar panašių žymenų naudojimo tapačioms ar panašioms prekėms ir / ar paslaugoms, o geografinių žymenų savininkai turi teisę neleisti naudoti geografinį žymenį, jei prekės, kurioms naudojamas geografinis žymuo, turi kitą geografinę kilmę. Abiem atvejais didesnė apsauga suteikiama jau reputaciją / gerą vardą turintiems prekių ženkliams ir geografiniams žymenims – tokio prekių ženklo ar geografinio žymens savininkas gali uždrausti naudoti atitinkamą žymenį net ir visai kitoms prekėms ir / ar paslaugoms, nepanašioms joms, kurios yra žymimos reputaciją turinčiu prekių ženklu ar geografinė nuoroda.

⁵⁴ WIPO Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications. Fifth Session. *Possible Solutions for Conflicts between Trademarks and Geographical Indications and for Conflicts between Homonymous Geographical Indications* [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_5/sct_5_3.pdf>, p. 7-8.

2. GEOGRAFINIŲ ŽYMENŲ IR PREKIŲ ŽENKLŲ PALYGINIMAS

2.1. Geografinių žymenų ir prekių ženklų panašumai

Teisės doktrinoje pripažįstama, kad geografinius žymenis bei prekių ženklus pirmiausia sieja funkcinis panašumas. Būtent geografinių žymenų ir prekių ženklų funkcijos daugiausia analizuojamas siekiant apibūdinti šių dviejų intelektinės nuosavybės objektų tarpusavio santykį.

R. Skubisz išskiria keturias geografinių žymenų funkcijas: informacinė, skiriamoji, reklaminė ir kokybinė. Informacinė ir skiriamoji funkcijos kartu sudaro kilmės vietos nurodymo funkciją. Svarbiausia iš visų keturių geografinių žymenų funkcijų nurodoma informacinė funkcija, kadangi geografiniai žymenis pateikia informaciją apie geografinę vietovę, iš kurios yra kilęs konkretus gaminy. Skiriamoji geografinių žymenų funkcija yra glaudžiai susijusi su informacine, kadangi geografinių žymenų pagalba vieni gaminiai yra atskiriami nuo kitų tapačių gaminių, pagamintų kitoje geografinėje vietovėje. Skiriamoji funkcija yra antrinė informacinės funkcijos atžvilgiu, kadangi geografiniai žymenis, pateikdami informaciją apie kilmės vietą, tuo pačiu atskiria vienas prekes nuo kitų. Atlikdami kilmės vietos nurodymo funkciją, geografiniai žymenis tampa visų jais pažymėtų gaminių kilmės tapatybės garantu. Trečioji – reklaminė geografinių žymenų funkcija – yra antrinė kilmės vietos nurodymo funkcijos atžvilgiu, kadangi ji savaime neišplaukia iš geografinių žymenų pobūdžio. Kad reklaminė funkcija būtų realizuota, vartotojų sąmonėje turi būti jau anksčiau sukurtas teigiamas požiūris į konkrečias geografiniais žymenimis pažymėtas prekes. Kokybės funkcija garantuoja vartotojui, kad konkretus gaminy turi specifines savybes, atsirandančias būtent dėl kilmės iš konkrečios geografinės vietovės⁵⁵.

Pažymėtina, kad R. Skubisz išskiria visiškai identišką prekių ženklų funkcijas: kilmės vietos nurodymo, reklaminę bei kokybinę funkcijas⁵⁶. Prekių ženklai, kaip ir geografiniai žymenis, taip pat nurodo vartotojui, iš kur yra kilę gaminiai, tik prekių ženklų atveju tai jau nebėra geografinė vietovė, o konkretus gamintojas (pvz., konkreti įmonė). Atlikdami reklaminę funkciją prekių ženklai, kaip ir geografiniai žymenis, skatina vartotojus įsigyti konkrečius gaminius. Tačiau, kaip ir geografinių žymenų atveju, prekių ženklas šią funkciją atlikti gali tik po tam tikro laiko – kai jau yra įgijęs reikiamą teigiamą reputaciją ir gerą vardą vartotojų akyse. Vien prekės ženklo populiarumo neužtenka, kad

⁵⁵ SKUBISZ, R., *et. al. Prawo własności przemysłowej. System prawa prywatnego*. Warszawa: Instytut nauk prawnych PAN, 2017, p. 9-10.

⁵⁶ *Ibid.*

galėtų paskatinti vartotojus įsigyti juo pažymėtas prekes – taip pat reikia, kad vartotojai tokį žinomą prekės ženklą asocijuotų su teigiamomis prekės ženklu pažymėtų prekių savybėmis. Taip yra ir su geografiniais žymenimis – tam tikras geografinis pavadinimas, kuriuo žymimos prekės, taip pat gali būti gerai žinomas vartotojams, tačiau geografinis žymuo neatliks reklaminės funkcijos, kol toks geografinis pavadinimas vartotojų sąmonėje nebus siejamas su teigiamomis gaminių savybėmis. Paskutinė prekių ženklų funkcija – kokybinė – taip pat, kaip ir geografinių žymenų atveju, garantuoja vartotojui tam tikrą kokybės laipsnį, siejama su žymeniu, kuriuo pažymėtos prekės.

D. Gangjee taip pat išskiria tris elementus, kuriuose slypi funkcinis geografinių žymenų ir prekių ženklų panašumas: pirmiausia, abu šie žymenys nurodo gaminių kilmę, nepaisant to, kad geografiniai žymenys nurodo geografinę kilmę, o prekių ženklai – komercinę kilmę. Antra, abu šie žymenys veikia kaip kokybės garantas, nepaisant to, kad prekių ženklai garantuoja nuoseklią kokybę, o geografiniai žymenys pateikia labiau specifinius kokybės kriterijus – nustato konkrečią prekių pagaminimo vietą, konkretų prekių pagaminimo būdą, atitinkantį tam tikros vietovės tradicijas ir pan. Galiausiai, tiek prekių ženklai, tiek ir geografiniai žymenys gali tapti vertingais komerciniais žymenimis⁵⁷. D. Gangjee funkciniai prekių ženklų ir geografinių žymenų panašumai iš esmės yra identiški aukščiau aptartoms R. Skubisz išskirtoms prekių ženklų ir geografinių žymenų funkcijoms. Manytina, kad R. Skubisz išskirta reklaminė funkcija gali būti interpretuojama kaip D. Gangjee nurodoma prekių ženklų ir geografinių žymenų galimybė tapti vertingais komerciniais žymenimis, kadangi komercinių žymenų vertė iš esmės priklauso nuo to, kiek jie yra žinomi bei turintys gerą vardą vartotojų akyse.

Teisės doktrinoje taip pat yra išskiriama įsimintinos estetiškos vertės kūrimo geografinių žymenų funkcija. Štai J. Hughes tokią geografinių žymenų funkciją nurodo šalia jau aptartų ir pakankamai aiškių geografinės kilmės nurodymo bei kokybės nurodymo funkcijų. Pagal J. Hughes, įsimintinos estetiškos vertės kūrimo funkcija pasireiškia tada, kai naudojami yra atsitiktiniai, išgalvoti geografiniai pavadinimai arba jau neegzistuojančių vietovių geografiniai pavadinimai, pvz., „Shangri-la viešbučiai“, „Pompėjos žaidimų automatai“ ir pan⁵⁸. Tokiu atveju tokiu geografiniu pavadinimu tiesiog yra sukuriama tam tikra meninė / estetiškos vertė, priverčianti atkreipti dėmesį į tokį žymenį ne dėl kažkokių tuo žymeniu žymimų gaminių kokybinių savybių ar reputacijos, bet būtent dėl paties įdomaus

⁵⁷ GANGJEE, D. Protecting Geographical Indications as Collective Trademarks: The Prospects and Pitfalls. In *IIP Bulletin* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.iip.or.jp/e/e_summary/pdf/detail2005/e17_14.pdf>, p. 113.

⁵⁸ HUGHES, J. Champagne, Feta and Bourbon: The Spirited Debate About Geographical Indications. In *Hastings Law Journal* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=936362>, p. 303.

žymens. Visgi pirmiausia kvestionuotina yra, ar apskritai tokiems geografiniams pavadinimams gali būti taikoma geografiniams žymenims taikytina apsauga, kadangi šie žymenys neatlieka jokios kitos geografiniams žymenims būdingos funkcijos – pirmiausia ir svarbiausia, neinformuoja vartotojų apie gaminio kilmę. Kita vertus, galima sutikti, kad apskritai geografiniai žymenys gali atlikti įsimintinos estetiškos vertės kūrimo funkciją ir tai galima įvardinti kaip dar vieną geografinių žymenų ir prekių ženklų funkcinį panašumą. Tam tikri žymenys gali skatinti įsigyti jais pažymėtą prekę dėl jų pačių estetikos, gražaus skambesio ir pan., nors ši funkcija, be abejo, labiausiai priklauso nuo subjektyvių vartotojų požiūrių į tai, kas jiems yra estetiška bei gražu.

Galima išskirti dar vieną funkciją, būdingą geografiniams žymenims bei prekių ženklams, taip pat pagrindžiančią abiejų šių aptariamų intelektinės nuosavybės objektų funkcinį panašumą – geografiniai žymenys bei prekių ženklai užtikrina efektyvumą prekių ir paslaugų rinkose. Kadangi rinkose esančios prekės ir / ar paslaugos šių žymenų dėka yra labiau identifikuojamos ir tarpusavyje atskiriamos, yra sumažinami vartotojų kaštai – nereikia ieškoti tiek daug informacijos apie rinkoje esančias prekes ir / ar paslaugas. Tuo pačiu tai paveikia ir gamintojus, kurie yra skatinami investuoti ir palaikyti savo gaminių kokybę atitinkamai aukštame lygyje⁵⁹. Gamintojai skatinami investuoti per tai, kad jiems yra užtikrinama apsauga – prekių ženklų atveju gamintojai gali būti ramūs, kad tik jie gaus naudą iš patirtų investicijų ir tik jų reputacija pagerės, o geografinių žymenų atveju gamintojai yra saugūs, nes konkurentai, kurių gaminiai nėra susiję su tam tikra geografine vietoje, negali naudoti tokio geografinio žymens savo gaminamoms prekėms žymėti. Kitaip tariant, efektyvumo užtikrinimo funkcija taip pat gali būti vadinama ekonominio racionalumo įgyvendinimo funkcija⁶⁰.

Taigi, atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta aukščiau, galima teigti, kad pagrindinis geografinių žymenų bei prekių ženklų panašumas slypi tapačiose šių žymenų funkcijose. Žinoma, kadangi patys intelektinės nuosavybės objektai yra skirtingi, funkcijos yra vykdomos ir iškeltų tikslų siekiama skirtingai, tačiau visgi pačios geografinių žymenų funkcijos iš esmės yra identiškos. Manytina, kad visi kiti geografinių žymenų ir prekių ženklų panašumai yra išvestiniai ir atsiranda būtent dėl atliekamų tapačių šių žymenų funkcijų.

Nors geografiniams žymenims ir prekių ženklams suteikiamos apsaugos ypatumai jau buvo aptarti šio darbo 1.4 skyriuje, šioje darbo dalyje taip pat būtina atskirai paminėti,

⁵⁹ GANGJEE, D. Quibbling Siblings: Conflicts between Trademarks and Geographical Indications. In *Chicago-Kent Law Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1000467>, p. 8.

⁶⁰ *Ibid.*

kad panaši yra abiejų šių intelektualinės nuosavybės objektų atžvilgiu suteikiama apsauga. Abiem atvejais teisėtiems žymenų naudotojams yra suteikiama pagrindinė teisė uždrausti naudoti atitinkamą žymenį. Draudimas naudoti žymenį yra siejamas su vartotojų klaidinimu dėl prekės ir / ar paslaugos kilmės (prekių ženklų atveju – komercinės kilmės, o geografinių žymenų atveju – geografinės.). Taip pat, kaip jau buvo minėta šiame darbe, stipresnė apsauga yra suteikiama jau reputaciją / gerą vardą turintiems prekių ženkams ir geografiniams žymenims – tokio prekių ženklo ar geografinio žymens savininkas gali uždrausti naudoti atitinkamą žymenį net ir visai kitoms prekėms ir / ar paslaugoms, nepanašioms į tas, kurios yra žymimos reputaciją turinčiu prekių ženklu ar geografine nuoroda. Teisių subjektams suteikiama apsauga išplaukia ir atliekamų geografinių žymenų bei prekių ženklų funkcijų – galimybė uždrausti naudoti žymenis tokios teisės neturintiems asmenims be kita ko užtikrina, kad rinkoje esančias prekes ir paslaugas galima bus atskirti tarpusavyje pagal jų kilmę (komercinę ar geografinę) bei vartotojai gaus teisingą informaciją apie prekes, padėsiančią priimti sprendimą, kurias iš jų įsigyti.

Iš skiriamosios geografinių žymenų ir prekių ženklų funkcijos išplaukia dar vienas šių žymenų panašumas – abu šie žymenys privalo turėti skiriamąjį požymį. Skiriamąjo požymio reikalavimas prekių ženkams yra implicitiškai įtvirtintas teisės aktuose, pvz., TRIPS sutarties 15 str. numato, kad prekių ženklą gali sudaryti tik toks žymuo ar žymenų kombinacija, pagal kuriuos vienos įmonės prekes ar paslaugas galima atskirti nuo kitos įmonės prekių ar paslaugų. Geografinių žymenų atveju tokio reikalavimo nėra implicitiškai įtvirtinta teisės aktuose. Visgi teisės aktų nuostatomis įregistruoti geografiniai žymenys yra saugomi nuo tapimo bendriniais pavadinimais (pvz., Lisabonos susitarimo 6 str., Ženevos akto 12 str.). Tokia apsauga taikoma dėl to, kad bendriniai pavadinimai iš esmės negali būti naudojami kaip geografiniai žymenys – jie nepasako nieko apie geografinę gaminių kilmę, o tik informuoja apie visai gaminių kategorijai būdingas to konkretaus gaminio savybes. Dėl to bendrinio pavadinimo sąvoka yra netgi vadinama saugomo geografinio žymens antonimu⁶¹. Kadangi bendrinis pavadinimas negali tapti saugomu geografiniu žymeniu, tai reiškia, kad saugomi geografiniai žymenys privalo turėti tam tikrą skiriamąjį požymį, leidžiantį atskirti jais pažymėtus gaminius nuo kitų – tik skiriamąjo požymio pagalba geografinis žymuo gali suteikti vartotojui informacijos apie tai, kuo konkreti prekė skiriasi nuo kitų tapačių ar panašių prekių. Be to, nėra ginčo, kad geografiniai žymenys atlieka prekių skiriamąją funkciją. Dėl to, net lingvistiškai aiškinant geografinių žymenų funkcijas,

⁶¹ GANGJEE, D. Genericide: The Death of a Geographical Indication? In *D. Gangjee (ed) Research Handbook on Intellectual Property and Geographical Indications* [interaktyvus]. 2016 [žiūrėta 2019 m. sausio 12 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2923895>, p. 1.

būtų nelogiška, kad skiriamąjį funkciją atliktų žymuo, neturintis skiriamojo požymio. Taigi, tiek saugomi prekių ženklai, tiek ir saugomos geografinės nuorodos privalo turėti skiriamąjį požymį.

Saugomą prekių ženklą gali sudaryti bet koks žymuo arba žymenų kombinacija (TRIPS sutarties 15 str. 1 d.), visų pirma žodžiai, įskaitant asmenvardžius, piešiniai, raidės, skaitmenys, spalvos, išorinė prekių ar prekių pakuotės forma, arba net garsai (ES reglamento Nr. 2017/1001 dėl ES prekių ženklo 4 str.). Panašių nuostatų, nustatančių, kokie žymenys gali sudaryti saugotiną geografinę nuorodą, nėra įtvirtinta teisės aktuose. Visgi PINO pripažįsta, kad geografiniai žymenys neprivalo būti sudaryti vien iš žodžių, pvz., miesto, regiono ar valstybės pavadinimo (vadinami tiesioginiais geografiniais žymenimis). Saugomi geografiniai žymenys taip pat gali būti sudaryti iš simbolių, kurių dėka galima nustatyti prekių kilmės vietą tiesiogiai jos neįvardijant. Tokių netiesioginių saugomų geografinių žymenų pavyzdžiais nurodomi Eifelio bokštas Paryžiui identifikuoti, Matterhorn kalnas Šveicarijai identifikuoti bei Tauerio tiltas Londonui identifikuoti⁶². Nors geografinių žymenų išreiškimas simboliais nėra dažnas reiškinys, visgi geografinius žymenis, kaip ir prekių ženklus, gali sudaryti ne vien žodžiai, tačiau ir tam tikri simboliai – tai yra dar vienas šių žymenų tarpusavio panašumas.

Dar vienas geografinių žymenų ir prekių ženklų panašumas – šiems žymenims suteikiamos apsaugos trukmė. Geografiniams žymenims suteikiama neribota apsauga termino požiūriu – teisės aktuose nėra įtvirtinta geografinių žymenų registracijos / apsaugos galiojimo terminų. Nors prekių ženklų atveju yra nustatyti terminai, kuriuos galioja prekių ženklų registracija (pagal TRIPS sutarties 18 str., prekių ženklo apsauga privalo galioti ne trumpiau negu 7 metus, Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymo 62 str. yra numatytas 10 metų terminas), tačiau, remiantis TRIPS sutarties 18 str., nėra ribojamos prekių ženklo registracijos atnaujinimo galimybės (pagal Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymo 63 str. 1 d., pasibaigus 10 metų terminui, prekių ženklo registracijos galiojimas gali būti pratęsiamas visoms arba daliai prekių ar paslaugų kiekvieną kartą ne ilgiau kaip 10 metų). Taigi, iš esmės prekių ženklų apsaugos galiojimas taip pat nėra ribojamas laike, kadangi galima be jokių apribojimų pratęsti registracijos galiojimo terminą.

Apibendrinant tai, kas išdėstyta aukščiau, geografinius žymenis ir prekių ženklus sieja nemažai panašumų, iš kurių pagrindiniai yra funkciniai – geografiniai žymenis ir prekių ženklai iš esmės atlieka tapačias pagrindines skiriamąją, informacinę, kokybės bei

⁶² World Intellectual Property Organization. *Intellectual Property Handbook: Second Edition* [interaktyvus]. 2008 [žiūrėta 2019 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/489/wipo_pub_489.pdf>, p. 121.

reklamos funkcijas. Iš funkcinių šių žymenų panašumų išplaukia ir kitokie geografinių žymenų ir prekių ženklų panašumai – suteikiamos apsaugos ypatumai, reikalavimas abiem žymenims turėti skiriamąjį požymį, galimybė būti sudarytiems ne tik iš žodžių, bet ir iš simbolių, bei *de facto* neribotas suteikiamos apsaugos terminas.

2.2. Geografinių žymenų ir prekių ženklų skirtumai

Nors kai kuriose valstybėse, pirmiausia – priklausančiose bendrosios teisės tradicijai, geografiniai žymenys yra saugomi remiantis prekių ženklų apsaugą reglamentuojančiomis teisės normomis, kas patvirtina šių dviejų intelektinės nuosavybės objektų panašumą, yra nemažai valstybių, sukūrusių *sui genereis* geografinių žymenų apsaugos sistemą (toks požiūris į geografinių žymenų apsaugą vyrauja, pvz., ES valstybėse). Kadangi tokiose valstybėse nepasitelkta jau sukurtų prekių ženklų apsaugą reglamentuojančių nuostatų geografiniams žymenims apsaugoti (arba pasitelkta tik iš dalies), galima prieiti išvadą, kad šie intelektinės nuosavybės objektai turi reikšmingų tarpusavio skirtumų, lemiančių skirtingų apsaugos sistemų taikymą.

Pirmuoju ir esminiu geografinių žymenų ir prekių ženklų skirtumu, iš kurio išplaukia ir visi kiti šių intelektinės nuosavybės objektų skirtumai, galima įvardinti tai, kad geografiniai žymenys nurodo geografinę prekių kilmę (kilmę iš konkrečios valstybės, regiono, vietovės ir pan.), o prekių ženklai – komercinę (kilmę iš konkrečios įmonės arba įmonių grupės)⁶³. Vertinant prekių ženklų požiūriu, jokios reikšmės neturi, iš kur fiziškai yra kilęs konkretus gaminys – prekių ženklais žymimos prekės gali būti gaminamos bet kurioje pasaulio vietoje. Tuo tarpu geografinių žymenų atveju būtent prekės kilmė iš konkrečios geografinės vietos turi esminę reikšmę. Jeigu prekė yra pagaminta kitoje geografinėje vietovėje, negu nurodo prekę žymintis geografinis žymuo, atsiranda pagrindas uždrausti naudoti atitinkamą geografinį žymenį tokios prekės atžvilgiu.

Skirtingai nuo prekių ženklų, geografiniai žymenys nurodo konkretų geografinį prekių kilmės šaltinį. Geografiniai žymenys detalai informuoja, kad tam tikri prekės pagaminimo etapai (visi arba tik svarbiausieji, nulemiantys ypatingas prekės savybės) buvo įvykdyti konkrečiai nurodytoje geografinėje vietovėje. Prekių ženklai nenurodo tokios konkrečios informacijos apie prekių kilmės šaltinį – užtenka, kad vartotojams yra suteikiama informacijos apie tai, kad visos tuo pačiu prekių ženklu pažymėtos prekės yra kilusios iš to paties šaltinio, t. y. būtent kontroliuojant prekių ženklo savininkui tokios

⁶³ SKUBISZ, R., et. al. *Prawo własności przemysłowej. System prawa prywatnego*. Warszawa: Instytut nauk prawnych PAN, 2017, p. 12-13.

prekės buvo pagamintos, įpakautos bei patiektos į apyvartą rinkoje⁶⁴. Kitaip tariant, geografinis žymuo išskiria prekę iš kitų prekių, kilusių iš skirtingų geografinių vietovių (ir dėl to pasižyminčių skirtingomis savybėmis), o prekių ženklas išskiria prekę iš kitų konkurentų pagamintų ir / ar patiektų į rinką prekių⁶⁵.

Kadangi geografiniai žymenys nurodo geografinę prekių kilmės vietą, būtų nelogiška ir neteisinga suteikti teisę naudoti atitinkamą geografinį žymenį tik vienam subjektui. Todėl galima išskirti dar vieną labai svarbų skirtumą tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų – išimtinis suteikiamų teisių pobūdis. Prekių ženklų teisė istoriškai susiklostė taip, kad tik vienam subjektui suteikiamos išimtinės teisės į prekių ženklą⁶⁶. Joks kitas asmuo, išskyrus geografinio žymens savininką, neturi teisių naudoti atitinkamą prekių ženklą (nebent prekių ženklo savininkas suteikia atitinkamas teises). Tuo tarpu geografinių žymenų atveju egzistuoja tam tikras kolektyvinis interesas apsaugoti geografinį žymenį⁶⁷. Teisė naudoti geografinį žymėti (žymėti gaminimas prekes atitinkamu geografiniu žymeniu) suteikiama visiems gamintojams, gaminantiems prekes atitinkamoje geografinėje vietovėje, su kuria siejamos tam tikros išskirtinės prekių savybės. Štai remiantis valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos internetiniame tinklapyje pateikiamais duomenimis, ES mastu saugomų kilmės vietos nuorodų ir saugomų geografinių nuorodų registre įregistruotą geografinę nuorodą „Lietuviškas varškės sūris“ turi teisę naudoti net 7 subjektai / gamintojai, t. y. kiekvienas pieno perdirbimo veikla užsiimantis subjektas, gaminantis sūrį pagal „Lietuviško varškės sūrio“ saugomos geografinės nuorodos registravimo paraiškoje nurodytą specifikaciją⁶⁸. Nei vienas iš šių subjektų negali reikalauti išimtinių teisių geografinės nuorodos „Lietuviškas varškės sūris“ atžvilgiu, tačiau bet kuris iš jų gali reikalauti uždrausti naudoti šią geografinę nuorodą asmenims, gaminantiems sūrį ne Lietuvoje, ne pagal šios geografinės nuorodos registravimo paraiškoje nurodytą specifikaciją. Taigi, šiuo atveju aktuali yra kolektyvinė visų subjektų teisė patiems naudoti geografinę nuorodą bei uždrausti ją naudoti kitiems asmenims už Lietuvos ribų. Dėl to teisės doktrinoje geografiniai žymenys yra vadinami „bendru gėriu“ ir kalbama apie

⁶⁴ SKUBISZ, R., et. al. *Prawo własności przemysłowej. System prawa prywatnego*. Warszawa: Instytut nauk prawnych PAN, 2017, p. 12-13.

⁶⁵ BLAKENEY, M. Geographical Indications and TRIPS. In *UWA Faculty of Law Research Paper* [interaktyvus]. 2012 [žiūrėta 2019 m. sausio 12 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2177435>, p. 3.

⁶⁶ Išskyrus kolektyvinius ir sertifikavimo prekių ženklus, kurie, be kita ko, kai kuriose valstybėse naudojami geografinių žymenų apsaugai užtikrinti.

⁶⁷ GANGJEE, D. Protecting Geographical Indications as Collective Trademarks: The Prospects and Pitfalls. In *IIP Bulletin* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.iip.or.jp/e/e_summary/pdf/detail2005/e17_14.pdf>, p. 113.

⁶⁸ Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos oficialus tinklapis [interaktyvus] [žiūrėta 2019 m. kovo 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/maisto-sauga/maisto-produktai/geografines-ir-kilmes-vietos-nuorodos/produktu-kuriu-pavadinimai>>.

nenutraukiamą jų ryšį su tam tikra išskirta geografinė vietovė⁶⁹. Prekių ženklų atveju, kaip jau minėta, prekių ženklo savininkui yra suteikiamos išimtinės teisės. Tai tiesiogiai numatyta ir Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymo 14 str. 1 d.

Atsižvelgiant į tai, kad geografiniai žymenys gali būti įvardijami „bendru gėriu“ ir apskritai juos gali naudoti bet kas, gaminantis prekes atitinkamoje geografinėje teritorijoje pagal tam tikrus reikalavimus, išryškėja dar vienas ganėtinai svarbus geografinių žymenų ir prekių ženklų skirtumas – žymenų perleidžiamumas arba, kitaip tariant, gebėjimas būti civilinės apyvartos objektu. Prekių ženklai gali būti civilinės apyvartos objektu, o geografiniai žymenys – ne⁷⁰. Štai pagal Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymo 26 str. 1 d., teisė į pareikštą registruoti ar įregistruotą prekių ženklą gali būti perduota visoms prekėms ar paslaugoms, kurioms jis buvo įregistruotas, arba kai kurioms iš jų. Taip pat, remiantis aptariamo įstatymo 27 str. 1 d., pareiškėjas ar prekių ženklo savininkas turi teisę suteikti kitam asmeniui išimtinę ar neišimtinę licenciją pareikštu registruoti ar įregistruotu prekių ženklu žymėti visas arba dalį prekių ar paslaugų, kurioms jis pareikštas registruoti ar įregistruotas, visoje Lietuvos Respublikos teritorijoje arba tam tikroje jos dalyje, o remiantis 28 str. 1 d., teisė į pareikštą registruoti ar įregistruotą prekių ženklą gali būti įkeista Lietuvos Respublikos civilinio kodekso nustatyta tvarka. Teisė į pareikštą registruoti ar įregistruotą prekių ženklą gali būti areštuota ar į ją nukreiptas išieškojimas Lietuvos Respublikos civilinio proceso kodekso nustatyta tvarka, kaip numatyta Prekių ženklų įstatymo 29 str. 1 d. Kalbant apie geografinius žymenis, jų teisėti naudotojai neturi teisės perduoti turimą teisę naudoti geografinį žymenį, taip pat neturi teisės suteikti licencijų žymėti prekes tokiu geografiniu žymeniu. Be kita ko, teisės į geografinį žymenį negali būti įkeistos ar areštuotos. Visa tai išplaukia iš to, kad geografiniai žymenys pirmiausia yra susiję su konkrečia geografinė vietovė, yra prie jos pririšti ir negali būti naudojami už jos ribų.

Dar vienas teisės doktrinoje išskiriamas geografinių žymenų ir prekių ženklų skirtumas – galimybės pasireikšti kūrybiškumui šiuose žymenyse. Nors nei geografiniai žymenys, nei prekių ženklai nėra intelektualaus pobūdžio, tačiau visgi kuriant prekių ženklus gali pasireikšti tam tikras juos kuriančių asmenų kūrybiškumas, kadangi prekių

⁶⁹ SKUBISZ, R., *et. al. Prawo własności przemysłowej. System prawa prywatnego*. Warszawa: Instytut nauk prawnych PAN, 2017, p. 13-14.

⁷⁰ KEMP, D. J.; FORSYTHE, L. M. Trademarks and Geographical Indications: a Case of California Champagne. In *Chapman Law Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.researchgate.net/publication/265041705_TradeMarks_and_Geographical_Indications_A_Case_of_California_Champagne>, p. 261.

BLAKENEY, M. Geographical Indications and TRIPS. In *UWA Faculty of Law Research Paper* [interaktyvus]. 2012 [žiūrėta 2019 m. sausio 12 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2177435>, p. 3.

ženklai gali būti sukurti kaip išskirtiniai, novatoriški, originalūs ir fantazija pasižymintys žymenys. Neatmetama taip pat galimybė, kad tam tikrais atvejais prekių ženklų išraiškos forma galėtų būti pripažinta autorių teisių objektu⁷¹. Kalbant apie geografinius žymenis, nors, kaip jau minėta anksčiau šiame darbe, tam tikrais atvejais jie gali atlikti estetinę funkciją ir traukti vartotojus, tačiau iš esmės jie nėra kūrybinės žmogaus veiklos rezultatas, kadangi tiesiog susieja gaminį su faktine jo kilmės vieta. Taigi, skirtumas tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų pasireiškia tuo, kad kuriant prekių ženklus yra reikalinga tam tikro lygio kūrybinė žmogaus intervencija.

Teisės doktrinoje taip pat nurodoma, kad geografiniai žymenys ir prekių ženklai skiriasi tuo, jog pastaruosiuose negali būti geografinius pavadinimus reiškiančių sąvokų, išskyrus tam tikras išimtis (pvz., jeigu geografinis pavadinimas tampa bendrine sąvoka). Tai grindžiama tuo, kad geografinis pavadinimas nepadedą nustatyti komercinio šaltinio – konkretaus prekės gamintojo. Taip pat pripažįstama, kad geografiniai pavadinimai siejasi su bendru visuomenės interesu ir turėtų būti paliekami laisvai naudoti visiems konkrečioje geografinėje vietovėje prekes gaminantiems subjektams⁷². Kadangi šis geografinių žymenų ir prekių ženklų skirtumas siejasi su ginčais, kylančiais tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų, detaliau bus analizuojamas kitoje šio darbo dalyje.

Pripažįstama, kad geografiniai žymenys, kitaip negu prekių ženklai, dažniausiai yra susiję su natūraliais produktais (sūriai, vynai, mineraliniai vandenys ir pan.)⁷³. Tai pastebėtina ir sektoriniame ES geografinių žymenų reglamentavime – atitinkamai kiekvienas reglamentas nustato geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų apsaugą tik tam tikrame konkrečiame prekių sektoriuje (žemės ūkio ir maisto produktų, vynų, aromatizuotų vynų bei spiritinių gėrimų sektoriai). Kalbant apie kitus gaminių sektorius, apskritai nėra geografinių žymenų reglamentavimo ES lygiu, tai paliekama spręsti nacionalinei valstybių narių teisei. Tai atrodo suprantama atsižvelgiant į tai, kad tik nedidelė dalis geografinių žymenų yra susijusi su kitokiais gaminiais, juo labiau su pramoniniu būdu gaminamomis prekėmis⁷⁴. Tuo tarpu prekių ženklais yra žymimos žymiai įvairesnės prekės. Taip pat pabrėžiama, kad geografiniais žymenimis žymimos prekės dažniausiai yra gaminamos tradiciniu būdu, nedideliu mastu. Saugomais geografiniais

⁷¹ SKUBISZ, R., et. al. *Prawo własności przemysłowej. System prawa prywatnego*. Warszawa: Instytut nauk prawnych PAN, 2017, p. 13.

⁷² GANGJEE, D. Protecting Geographical Indications as Collective Trademarks: The Prospects and Pitfalls. In *IIP Bulletin* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.iip.or.jp/e/e_summary/pdf/detail2005/e17_14.pdf>, p. 113.

⁷³ SKUBISZ, R., et. al. *Prawo własności przemysłowej. System prawa prywatnego*. Warszawa: Instytut nauk prawnych PAN, 2017, p. 13.

⁷⁴ SKUBISZ, R., et. al. *Prawo własności przemysłowej. System prawa prywatnego*. Warszawa: Instytut nauk prawnych PAN, 2017, p. 13.

žymenimis žymimų prekių gamintojai yra įpareigoti laikytis tradicinių gaminimo metodų, kitu atveju gali netekti teisės žymėti prekes saugomais geografiniais žymenimis. Prekių ženklais žymimų prekių gamintojai tokios pareigos neturi – dažniausiai pats gamintojas nusistato prekių gaminimo būdą⁷⁵.

Aukščiau aptartas geografinių žymenų ir prekių ženklų skirtumas gali būti siejamas su kitu šių žymenų skirtumu, išskiriamu teisės doktrinoje – teigiama, kad geografinių žymenų apsauga, kitaip negu prekių ženklų apsauga, yra susijusi ne tik su gamintojų ir vartotojų apsauga, tačiau taip pat glaudžiai siejasi su valstybės politika žemės ūkio bei kaimų plėtros srityje⁷⁶. Kuo labiau yra saugomi geografiniai žymenys, tuo didesnes galimybes konkuruoti rinkoje turi ūkininkai bei asmenys iš kaimo vietovių. Atitinkamai, tampa labiau išvystytas žemės ūkis bei sparčiau plečiasi kaimo vietovės. Svarbu taip pat pažymėti, kad geografinių žymenų apsauga, be kita ko, tai pat yra glaudžiai susijusi su kultūrinio paveldo saugojimu⁷⁷. Taigi, geografinių žymenų apsauga prisideda ne tik prie vartotojų ir gamintojų apsaugos, kaip prekių ženklai, tačiau taip pat padeda skatinti ūkininkavimą, plėstis kaimo vietovėms, užtikrinti kultūrinio paveldo išsaugojimą.

Galiausiai teisės doktrinoje išsakoma pozicija, kad geografinių žymenų apsaugos reglamentavimas yra viešosios teisės sritis, o prekių ženklų apsaugos reglamentavimas – privatinės teisės sritis. Ši pozicija grindžiama tuo, kad prekių ženklai, kaip jau minėta aukščiau, gali būti civilinės apyvartos objektu ir judėti apyvartoje kaip ir kitas turtas, o geografiniai žymenys yra viešosios valdžios instrumentas, kadangi kiekvienas subjektas, gaminantis prekes atitinkamoje teritorijoje ir atitinkantis keliamus reikalavimus, gali naudoti geografinį žymenį prekėms, kilusios iš tos teritorijos, žymėti⁷⁸.

Apibendrinant tai, kas išdėstyta aukščiau, galima teigti, kad nepaisant daugelio panašumų geografiniai žymenys ir prekių ženklai taip pat turi nemažai skirtumų. Manytina, kad svarbiausias šių žymenų skirtumas yra tas, kad geografiniai žymenys nurodo geografinę prekių kilmę, o prekių ženklai – komercinę kilmę. Iš to išplaukia ir visi kiti šių žymenų skirtumai: išimtinių teisių suteikimas vienam asmeniui, galimybė žymeniui būti civilinės apyvartos objektu, individualios kūrybos pasireiškimo galimybės kuriant žymenį

⁷⁵ SKUBISZ, R., et. al. *Prawo własności przemysłowej. System prawa prywatnego*. Warszawa: Instytut nauk prawnych PAN, 2017, p. 13.

⁷⁶ GANGJEE, D. Protecting Geographical Indications as Collective Trademarks: The Prospects and Pitfalls. In *IIP Bulletin* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.iip.or.jp/e/e_summary/pdf/detail2005/e17_14.pdf>, p. 113.

⁷⁷ *Ibid.*

⁷⁸ TIBERTI, E. Geographical Indications and Trademarks: space for coexistence as an equitable solution. In *Rivista di diritto alimentare* [interaktyvus]. 2013 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://docenti.unimc.it/annalilaria.trape/teaching/2016/16030/files/presentation/GI%20and%20Trademarks.pdf>>, p. 65.

ir kiti aukščiau aptarti skirtumai. Visgi, autorės nuomone, analizuojami žymenys turi daugiau panašumų (abiem žymenims bendrą bruožą) negu skirtumų. Manytina, kad esminiai panašumai tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų, išnagrinėti ankstesnėje šio darbo dalyje, nulemia, kad sprendžiant ginčus tarp šių žymenų nė vienam iš jų neturėtų būti suteikiamas pranašumas kito žymens atžvilgiu, t. y. abu žymenys turėtų būti laikomi lygiaverčiais, taip pat ir šių žymenų naudotojams suteikiamos teisės turėtų būti laikomos vienodai svarbiomis, lygiavertėmis ir gintinomis.

3. GINČAI, KYLANTYS TARP GEOGRAFINIŲ ŽYMENŲ IR PREKIŲ ŽENKLŲ

3.1. Kylančių ginčų apžvalga

Ginčai tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų kyla tada, kai susikerta dviejų subjektų teisės – vieno iš jų teisės, susijusios su prekių ženklu, ir kito subjekto teisės, susijusios su geografiniu žymeniu. Tokiu atveju bent viena iš ginčo šalių siekia apriboti kitos šalies teises naudoti atitinkamą žymenį teigdama, kad toks naudojimas pažeidžia pirmosios šalies teises.

Teisės doktrinoje sutinkama nuomonė, kad visiškai uždraudus registruoti prekių ženklus, kuriuose yra geografinių pavadinimų, ateityje būtų išvengta ginčų tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų. Tačiau, kadangi prekių ženklų teisėje kai kurie geografiniai pavadinimai yra pripažįstami bendriniais ar atvirais naudojimui visiems asmenims bei kai kuriais atvejais leidžiama geografinius pavadinimus įregistruoti kaip prekių ženklus, tai nulemia ginčus, kylančius tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų⁷⁹. Su tokia nuomone šio darbo autorė sutinka tik iš dalies. Visiškai uždraudus naudoti geografinius pavadinimus prekių ženkuose būtų tik sumažinta ginčų kilimo tikimybė, tačiau tai nepadėtų visiškai išvengti ginčų dėl toliau nurodomų priežasčių. Pirmiausia, geografinį žymenį gali sudaryti ne tik geografinis pavadinimas. Kaip jau anksčiau paminėta šiame darbe, saugomi geografiniai žymenys taip pat gali būti sudaryti iš simbolių, kurių dėka galima nustatyti prekių kilmės vietą tiesiogiai jos neįvardijant. Vienas iš galimų pavyzdžių – ES saugomų geografinių nuorodų registre įregistruotas lietuviškas spiritinio gėrimo pavadinimas „Trejos devynerios“⁸⁰. Nors šiame žymenyje tiesiogiai neįvardijama Lietuva, tačiau nuoroda suteikiama būtent į Lietuvą. Kaip teigiama Žemės ūkio ministerijos internetiniame tinklapyje, kartaus spiritinio gėrimo „Trejos devynerios“ gamyba neabejotinai yra tiesiogiai susijusi su Lietuvos pagonių požiūriu į pasaulį, kadangi gėrime yra elementų, kurie atitinka tris mitologinio pasaulio sritis: šaknys (požemį), žievė ir žolelės (žemę), lapai, žiedai ir vaisiai (dangu)⁸¹. Taigi, geografinis žymuo „Trejos devynerios“ nėra geografinis pavadinimas, todėl draudimas naudoti geografinius pavadinimus prekių ženkuose šiuo atveju niekaip nepadėtų visiškai išvengti galimo ginčo. Antra, svarbu taip pat atkreipti dėmesį į tai, kad ginčai tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų gali kilti ne tik dėl tapataus

⁷⁹ GANGJEE, D. Protecting Geographical Indications as Collective Trademarks: The Prospects and Pitfalls. In *IIP Bulletin* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.iip.or.jp/e/e_summary/pdf/detail2005/e17_14.pdf>, p. 115.

⁸⁰ 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 bei panaikinantį Tarybos reglamentą (EEB) Nr. 1576/89. OL, 2008 L 39, p. 16-54.

⁸¹ Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministerijos oficialus tinklapis [interaktyvus] [žiūrėta 2019 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://zum.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/maisto-sauga-ir-kokybe/produktai-saugomomis-nuorodomis/spiritiniai-gerimai>>.

geografinio pavadinimo panaudojimo geografiniame žymenyje ir prekių ženkle, tačiau taip pat ir dėl klaidinamo prekių ženklo panašumo į geografinį pavadinimą arba kitokio asociacijų vartotojui sukėlimo su atitinkama geografine vietoje, pvz., ES Bendrajam Teismui teko nagrinėti ginčą tarp geografinės nuorodos „Toscana“ ir žodinio prekių ženklo „TOSCORO“. Šiuo atveju, kaip nusprendė ES Bendrasis Teismas, prekių ženklas, nors ir neturi savyje geografinio pavadinimo ir neatkartoja geografinio žymens, tačiau yra į jį panašus fonetiškai ir vizualiai⁸². Taigi, ginčas kilo net ir nepanaudojus tiesiogiai geografinio pavadinimo prekių ženkle. Galiausiai, šio darbo autorės nuomone svarbu taip pat atsižvelgti į paprastą žmogiškąjį faktorių – faktiškai yra neįmanoma žinoti visus pasaulyje sutinkamus geografinius pavadinimus. Todėl, net ir esant visiškam draudimui naudoti geografinius pavadinimus prekių ženkuose, toks draudimas niekada nebus įmanomas įgyvendinti pilna apimtimi – visada egzistuoja tikimybė, kad net labai kūrybiškas ir unikalus prekių ženklas sutaps su tam tikru pasaulyje egzistuojančiu geografiniu pavadinimu ar bent jau bus klaidinamai panašus į tam tikrą pasaulyje egzistuojantį geografinį pavadinimą, kas irgi galėtų tapti pakankama prielaida ateityje kilti ginčams tarp tokio prekių ženklo ir atitinkamo geografinio žymens.

Nepaisant to, kad draudimas naudoti geografinius pavadinimus prekių ženkuose nepadėtų visiškai išvengti ginčų tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų, pripažintina, kad nemaža dalis ginčų kyla būtent dėl geografinių pavadinimų panaudojimo prekių ženkuose. D. Gangjee išskiria tris atvejus, kada yra leidžiama geografinius pavadinimus panaudoti prekių ženkuose ir toks panaudojimas gali sąlygoti ginčus ateityje tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų:

1. Tokie geografiniai pavadinimai konkrečiai visuomenei neturi pirminės geografinės reikšmės. Jeigu tam tikra visuomenė nesieja geografinio pavadinimo pirmiausia su geografine vietoje, jis gali būti užregistruotas kaip prekių ženklas;
2. Iš pradžių buvę geografiniais pavadinimai įgyja antrinę reikšmę. Štai gerai visiems žinomas „Marlboro“ prekių ženklas laikui bėgant didelės reklamos dėka įgijo antrinę reikšmę. Vartotojai, girdėdami arba matydami „Marlboro“ prekių ženklą, galvoja apie prekę (cigaretes), o ne geografinę vietą. Taigi aprašomasis geografinis pavadinimas įgijo antrinę reikšmę ir tapo skiriamuoju;
3. Geografinio pavadinimo reikšmė yra kitokia / sutartinė. Tai reiškia, kad nė vienas vidutinis protingas vartotojas nemano, kad prekės buvo pagamintos būtent toje vietoje, kurią nurodo geografinis pavadinimas. Pvz., „Amazon“ prekių ženklas

⁸² Europos Sąjungos Bendrasis Teismas. 2017 m. vasario 2 d. sprendimas Roberto Mengozzi v. European Union Intellectual Property Office T-510/15, EU:T:2017:54.

gali būti užregistruotas knygoms, nes nė vienas vidutinis protingas vartotojas neturėtų manyti, kad verslas iš tiesų yra vykdomas Amazonės atogrąžų miškuose⁸³.

Manytina, kad aukščiau aptarti atvejai nėra vieninteliai, galintys sąlygoti ginčus tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų. Apskritai teisės doktrinoje, kalbant apie ginčus, kylančius tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų, dažnai kalbama vien apie situacijas, kai skirtingos šalys tapačioms prekėms panaudoja tą patį žymenį – viena šalis kaip prekių ženklą, o kita – kaip geografinį žymenį⁸⁴. Šio darbo autorės nuomone, toks požiūris yra pernelyg siauras, neapimantis daugelio praktikoje kylančių ginčų, kurie yra žymiai sudėtingesni, apimantys labai įvairias situacijas. Tokiai autorės pozicijai pagrįsti galima paminėti kelias ES teisminėse institucijose nagrinėtas bylas.

Vienoje iš ES Teisingumo Teismo nagrinėtųjų bylų ginčas kilo dėl prekių ženklo „Port Charlotte“ ir saugomos kilmės vietos nuorodos „Port“. Nors, kaip atrodo iš pirmo žvilgsnio, šiuo atveju geografinis pavadinimas yra tiesiogiai įtrauktas į prekių ženklą ir ginčas kyla būtent dėl tiesioginio saugomos kilmės vietos panaudojimo prekių ženkle, visgi žodis „Port“, kaip pažymėjo ES Teisingumo Teismas, atitinkamai visuomenei pirmiausia asocijuojasi su loginiu ir konceptuali vienetu, žyminčiu uostą, t. y. vietą ant jūros ar upės kranto, su kuriuo yra siejamas vardas, o jis yra svarbiausias ir didžiausią skiriamąjį požymį turintis ginčijamo prekių ženklo elementas. Teisingumo Teismas pritarė Bendrojo Teismo išvadai, kad atitinkama visuomenė šiame žymenyje neįžvelgs geografinės nuorodos į Porto vyną, kuriam skirta nagrinėjama kilmės vietos nuoroda⁸⁵. Taigi, galima teigti, kad šio ginčo priežastimi galimai yra ne saugomo geografinio pavadinimo įtraukimas į prekių ženklą, tačiau sutapimas tarp bendrinio žodžio „port“, reiškiančio uostą, bei Portugalijos miesto Porto pavadinimo, kuris yra saugomas kaip kilmės vietos nuoroda. Esant tokiai situacijai, kai vienas (tačiau ne vienintelis) iš prekių ženklo elementų yra bendrinis pavadinimas, sutampantis su saugomu geografiniu žymeniu, o prekės, žymimos tokiu prekių ženklu bei atitinkamu geografiniu žymeniu, skiriasi (aptariamoje byloje tai buvo vynas ir viskis), nėra galimybės suklaidinti vartotojus dėl tikrosios prekių kilmės, todėl ir paliekama galimybė

⁸³ GANGJEE, D. Protecting Geographical Indications as Collective Trademarks: The Prospects and Pitfalls. In *IIP Bulletin* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.iip.or.jp/e/e_summary/pdf/detail2005/e17_14.pdf>, p. 115.

⁸⁴ *Ibid*;

TIBERTI, E. Geographical Indications and Trademarks: space for coexistence as an equitable solution. In *Rivista di diritto alimentare* [interaktyvus]. 2013 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://docenti.unimc.it/annalilaria.trape/teaching/2016/16030/files/presentation/GI%20and%20Trademarks.pdf>>, p. 67.

⁸⁵ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2017 m. rugsėjo 14 d. sprendimas *European Union Intellectual Property Office v. Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto*, IP C-56/16, EU:C:2017:693.

naudoti ginčijamą prekių ženklą šalia saugomos kilmės vietos nuorodos. Kaip aptariamoje byloje nurodė ES Teisingumo Teismas, net jei žodis „port“ yra ginčijamo prekių ženklo dalis, vidutinis vartotojas, net darant prielaidą, kad jis portugalų kilmės ar moka portugalų kalbą, matydamas viskį, pažymėtą šiuo prekių ženklu, šio prekių ženklo nesies su Porto vynu, kuris saugomas nagrinėjamos kilmės vietos nuorodos. Ši ES Teisingumo Teismo išnagrinėta byla parodo, kad ginčai tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų gali kilti tiesiog dėl sutapimų tarp bendrinių ir geografinių pavadinimų. Todėl sprendžiant ginčus tarp žymenų kiekvienu atveju būtina yra atsižvelgti į vartotojų suklaidinimo dėl tikrosios prekių kilmės tikimybę, kuri nulemia, ar abu žymenys galės toliau būti naudojami apyvartoje.

Kita byla, kurią, autorės nuomone, būtina paminėti kalbant apie ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sudėtingumą, yra ES Teisingumo Teismo išnagrinėta byla dėl ginčo tarp geografinės nuorodos „Scotch Whisky“ ir prekių ženklo „Glen Buchenbach“. Pasak ieškovo, siekiančio uždrausti prekiauti viskiu su prekių ženklu „Glen Buchenbach“, pavadinimas „Glen“ dėl to, kad jis labai plačiai naudojamas Škotijoje vietoje žodžio „valley“ (slėnis), visų pirma, kaip Škotijos viskių prekių ženklų elementas, tikslinėms visuomenės grupėms kelia asociaciją su Škotija ir „Scotch Whisky“, nepaisant to, kad etiketėje papildomai nurodoma kita konkreti informacija apie nagrinėjamo produkto vokišką kilmę. Taigi, aptariamam atveju ginčas kyla ne dėl geografinio pavadinimo ar į jį panašaus žodžio panaudojimo prekių ženkle, tačiau dėl visai kitokios galimybės suklaidinti vartotoją dėl prekių kilmės. Šiuo atveju ES Teisingumo Teismas taip pat pažymėjo vartotojų suklaidinimo galimybės analizės svarbą: pagrindinėje byloje prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas turi nustatyti, ar pakankamai informuotas, protingai pastabus ir nuovokus vidutinis Europos vartotojas, susidūręs su ginčijamu pavadinimu „Glen“ pažymėtu panašiu gaminiu, iškart įsivaizduoja saugomą geografinę nuorodą „Scotch Whisky“, atsižvelgdamas į minėto pavadinimo ir šios nuorodos konceptualų artumą, nors šis pavadinimas fonetiškai ir / arba vizualiai nesusijęs su saugoma geografinė nuoroda ir ši nuoroda nėra minėto pavadinimo dalis⁸⁶.

Aukščiau aptartos bylos patvirtina, kad ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų priežastys neapsiriboja vien tiesioginiu saugomo geografinio žymens ir / ar geografinio pavadinimo panaudojimu prekių ženkle. Siekiant identifikuoti ir pateikti maksimaliai išsamų situacijų, kai gali kilti ginčai tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų, sąrašą, galima pasinaudoti ES Intelektinės nuosavybės tarnybos pateikiamomis gairėmis

⁸⁶ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2018 m. birželio 7 d. sprendimas *Scotch Whisky Association v. Michael Klotz*, IP C-44/17, EU:C:2018:415.

dėl absoliučių atsisakymo įregistruoti ES prekių ženklą pagrindų⁸⁷. Remiantis šiomis gairėmis bei aptarta ES teisminių institucijų praktika, šiame darbe išskirtinos 5 situacijos, kurioms esant gali kilti ginčai tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų:

1. Saugomas arba apsaugos siekiantis prekių ženklas yra sudarytas vien iš pilno geografinio žymens (tiesioginis panaudojimas);
2. Saugomas arba apsaugos siekiantis prekių ženklas yra sudarytas iš pilno geografinio žymens kartu su kitais žodžiais ar elementais (tiesioginis arba netiesioginis panaudojimas);
3. Saugomas arba apsaugos siekiantis prekių ženklas yra sudarytas iš tam tikro geografinio žymens elemento ar elementų arba apima geografinio žymens elementą ar elementus;
4. Saugomas arba apsaugos siekiantis prekių ženklas apima kitokias klaidinančias nuorodas ar elementus, susijusius su geografiniu žymeniu;
5. Saugomo arba apsaugos siekiančio prekių ženklo naudojimas reiškia geografinio žymens reputacijos eksploatavimą.

Taigi, atsižvelgiant į tai, kas aptarta aukščiau, ginčas tarp geografinio žymens ir prekių ženklo gali būti apibūdintas kaip bet kuri viena iš aukščiau aptartų penkių situacijų, kai bent viena iš šalių siekia apginti savo teises, susijusias su prekių ženklų ar geografiniu žymeniu, apribodama kitos šalies teises į atitinkamą kitą žymenį.

Šio darbo autorės nuomone svarbu yra pažymėti, kad bet koku atveju, iškilus ginčui tarp geografinio žymens ir prekių ženklo, pirmiausia yra vertintina vartotojų suklaidinimo dėl tikrosios prekių kilmės galimybė – tai yra pastebima ir iš ES teisminių institucijų praktikos. Tokiu atveju yra vertinamas pakankamai informuotas, protingai pastabus ir nuovokus vidutinis Europos vartotojas, jo požiūris į atitinkamus žymenis ir jų keliamas asociacijas. Vertinant vartotojų suklaidinimo tikimybę itin svarbu yra palyginti prekes, žymimas ginčijamais prekių ženklu bei geografiniu žymeniu⁸⁸. Kaip pažymėjo ES Teisingumo Teismas, šios prekės nebūtinai turi būti tapačios, kad klaidintų vartotojus –

⁸⁷ European Union Intellectual Property Office (EUIPO). *Guidelines for Examination of European Union Trade Marks: Part B, Section 4, Chapter 10, Article 7(1)(j) EUTMR* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <<https://euipo.europa.eu/ohimportal/trade-mark-guidelines>>, p. 8-9.

⁸⁸ Šiame kontekste būtina yra paminėti išimtį, taikomą reputaciją turintiems žymenims, kai vartotojų suklaidinimas gali būti nustatytas net ir esant skirtingoms prekėms, pvz., pagal Ženevos akto 11 str. 1 d. a) p., draudžiama naudoti kilmės vietos nuorodą arba geografinę nuorodą prekėms, kurios nėra vienuose kilmės vietos nuoroda arba geografinė nuoroda pažymėtoms prekėms, arba paslaugoms, jeigu toks naudojimas rodytų arba leistų numanyti esant ryšį tarp tų prekių arba paslaugų ir kilmės vietos nuorodą arba geografinę nuorodą taikančių naudos gavėjų ir galėtų pakenkti jų interesams, arba, kai taikoma, jei dėl kilmės vietos nuorodos arba geografinės nuorodos gero vardo atitinkamoje susitariančioje šalyje toks naudojimas galėtų nesąžiningai pakenkti tam geram vardui, jį susilpninti arba leisti juo nesąžiningai pasinaudoti.

prekėms užtenka turėti tam tikrų bendrų savybių⁸⁹. Lyginant prekes aktuali yra Nicos klasifikacija, numatyta 1957 m. Nicos sutartyje dėl tarptautinės prekių ir paslaugų ženklų registravimo klasifikacijos⁹⁰. Jeigu nusprendžiama, kad nėra vartotojų suklaudinimo dėl tikrosios prekių kilmės tikimybės arba ji yra itin maža (kaip, pvz., nuspręsta aukščiau aptartoje byloje dėl prekių ženklo „Port Charlotte“ ir saugomos kilmės vietos nuorodos „Port“), paliekama galimybė abiem ginčo subjektams naudoti žymenis apyvartoje, kaip jie tai darė iki šiol. Tačiau nustatius, kad naudojant abu ginčo žymenis rinkoje egzistuoja reali tikimybė klaidinti vartotojus, būtina yra nuspręsti, ką daryti toliau – kurį iš žymenų palikti apyvartoje, o kuriuo uždrausti žymėti prekes. Taip pat taikytinoje teisėje yra numatyta galimybė palikti apyvartoje abu žymenis, tačiau tokiu atveju toliau išlieka vartotojų klaidinimo tikimybė bei kvestionuotina yra, ar tokiu būdu ginčas tarp šalių yra išsprendžiamas iš esmės. Šie ir kiti klausimai analizuojami toliau šiame darbe nagrinėjant pagrindinius, dažniausiai teisės doktrinoje bei praktikoje aptariamus ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdus, jų privalumus bei trūkumus.

3.2. Ginčų sprendimo būdai

3.2.1. Principas *pirmas laike, pirmas teisėje*

Remiantis principu *pirmas laike, pirmas teisėje*, pirmasis teisių į tam tikrą žymenį turėtojas turi prioritetines ir išimtines teises visų kitų tapataus arba klaidinamai panašaus žymens naudotojų atžvilgiu, jeigu tapačiu arba klaidinamai panašiu žymeniu yra žymimos tapachios, panašios arba, tam tikrais atvejais, nepanašios prekės ir / ar paslaugos. Šis principas yra kertinis sprendžiant ginčus tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų valstybėse, kuriose geografiniai žymenys yra saugomi remiantis prekių ženklų apsaugos nuostatomis, pvz., JAV⁹¹. Šio principo taikymas šiose valstybėse yra visiškai logiškas ir pagrįstas, kadangi geografiniai žymenys yra suprantami kaip prekių ženklai, o prekių ženklų teisėje, sprendžiant ginčus, kylančius tarp prekių ženklų, būtent ir nustatinėjama, kuris asmuo teises į prekių ženklą įgijo pirmasis.

⁸⁹ Europos Sąjungos Bendrasis Teismas. 2017 m. vasario 2 d. sprendimas *Roberto Mengozzi v. European Union Intellectual Property Office T-510/15*, EU:T:2017:54.

⁹⁰ 1957 m. Nicos sutartis dėl tarptautinės prekių ir paslaugų ženklų registravimo klasifikacijos, peržiūrėta Stokholme 1967 m. liepos 14 d., Ženevoje 1997 m. gegužės 13 d. ir pataisyta Ženevoje 1979 m. spalio 2 d. *Valstybės žinios*, 1996, nr. 92-2147.

⁹¹ TIBERTI, E. Geographical Indications and Trademarks: space for coexistence as an equitable solution. In *Rivista di diritto alimentare* [interaktyvus]. 2013 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://docenti.unimc.it/annalilaria.trape/teaching/2016/16030/files/presentation/GI%20and%20Trademarks.pdf>>, p. 67.

Visgi principas *pirmas laike, pirmas teisėje* taip pat yra taikomas sprendžiant geografinių žymenų ir prekių ženklų ginčus valstybėse, kuriose geografiniai žymenys yra saugomi remiantis *sui generis* apsaugos sistema arba kitomis teisės normomis. Teisės doktrinoje nurodoma, kad principas *pirmas laike, pirmas teisėje* kaip ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdas yra tiesiogiai arba netiesiogiai įtvirtintas, be kita ko, TRIPS sutartyje⁹², Lisabonos susitarime⁹³, Ženevos akte⁹⁴ bei ES teisėje⁹⁵.

Pasak S. Stern, TRIPS sutartyje principas *pirmas laike, pirmas teisėje* išplaukia iš 22 str. 3 d., kurioje įtvirtinta atsisakymo registruoti prekių ženklą arba prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia aplinkybė, jeigu tokiame prekių ženkle yra arba jį sudaro geografinė nuoroda prekių, kilusių ne iš nurodytos teritorijos, jeigu tokių prekių nuorodos prekės ženkle yra klaidinančios visuomenę toje valstybėje dėl tikrosios jų kilmės vietos. Taip pat aptariamas principas išplaukia iš TRIPS sutarties 24 str. 6 d., kurioje numatyta, jeigu prekių ženklas buvo taikomas ar įregistruotas sąžiningai arba jeigu teisės į prekių ženklą buvo įgytos sąžiningai jį naudojant iki įvedant geografinės nuorodos apsaugą jos kilmės šalyje, priemonės, kurios priimamos tam, kad būtų įgyvendintas atitinkamas TRIPS skyrius, nesumažina prekių ženklo galimybės būti įregistruotam ar jo registracijos galiojimo, arba teisės naudoti prekių ženklą tokiu pagrindu, jog toks prekių ženklas yra tapatus geografinei nuorodai arba į ją panašus⁹⁶. Kvestionuotina, ar iš tiesų aptariamose nuostatose yra įtvirtintas principas *pirmas laike, pirmas teisėje*. Pirmojoje iš aptariamų TRIPS nuostatų aptariamo principo galiojimas numatytas tik anksčiau nei prekių ženklas saugomos geografinės nuorodos atžvilgiu, o antrojoje aptariamoje nuostatoje, manytina,

⁹² STERN, S. Geographical Indications and Trade Marks: Conflicts and Possible Resolutions. *WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. California, 2003 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_sfo_03/wipo_geo_sfo_03_13.pdf>, p. 6;

FRIEDMANN, D. TPP's Coup de Grâce: How the Trademark System Prevailed as Geographical Indication System. In *Paradigm Shift in International Economic Law Rule-Making, TPP as a New Model for Trade Agreements?* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3090172>, p. 11-13.

⁹³ GOEBEL, B.; GROESCHL, M. The Long Road to Resolving Conflicts Between Trademarks and Geographical Indications. In *The Trademark Reporter* [interaktyvus]. 2014 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20104/vol104_no4_a1.pdf>, p. 844.

⁹⁴ FRIEDMANN, D. TPP's Coup de Grâce: How the Trademark System Prevailed as Geographical Indication System. In *Paradigm Shift in International Economic Law Rule-Making, TPP as a New Model for Trade Agreements?* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3090172>, p. 11-13.

⁹⁵ FRIEDMANN, D. TPP's Coup de Grâce: How the Trademark System Prevailed as Geographical Indication System. In *Paradigm Shift in International Economic Law Rule-Making, TPP as a New Model for Trade Agreements?* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3090172>, p. 6.

⁹⁶ STERN, S. Geographical Indications and Trade Marks: Conflicts and Possible Resolutions. *WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. California, 2003 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_sfo_03/wipo_geo_sfo_03_13.pdf>, p. 6.

yra numatyta prekių ženklų ir geografinio žymens koegzistavimo galimybė. Taigi, iš esmės nei viena iš aptariamų TRIPS nuostatų nesuteikia pirmenybės anksčiau už geografinę nuorodą saugomam prekių ženklui tokios geografinės nuorodos atžvilgiu.

Pasak B. Goebel ir M. Groeschl, principas *pirmas laike, pirmas teisėje* netiesiogiai išplaukia iš Lisabonos susitarimo teksto. Autoriai tai pagrindžia ta aplinkybe, kad teisės aiškinimo dėka praktikoje sutinkama nemažai atveju, kai, remiantis Lisabonos susitarimu, yra atsisakoma įregistruoti tam tikrus geografinius žymenis dėl prieštaravimo ankstesniems prekių ženklams. Visgi autoriai pažymi, kad Lisabonos susitarimo tekstas yra ganėtinai archajiškas, reikalaujantis pataisymų ginčų tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų sprendimo srityje⁹⁷. Kadangi jau yra priimtas Ženevos aktas, patobulinantis Lisabonos susitarimo nuostatas, toliau daugiau dėmesio skiriama būtent šiam teisės aktui.

Analizuojant Ženevos akto nuostatas sutiktina, kad šis aktas leidžia spręsti ginčus tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų remiantis principu *pirmas laike, pirmas teisėje*. Pirmiausia, Ženevos akto 11 str. 3 d. numatyta galimybė atsisakyti įregistruoti geografinio žymens atžvilgiu vėlesnį prekių ženklą arba jo registraciją pripažinti negaliojančia. Šią nuostatą papildė Ženevos akto 13 str. 1 d., leidžianti, atsižvelgiant į nacionalinį reglamentavimą, ne tik koegzistuoti prekių ženklams ir geografiniams žymenims, tačiau taip pat suteikti pirmenybę ankstesniam prekių ženklui: jei susitariančiosios šalies įstatymuose numatyta ribota prekių ženklų suteikiamų teisių išimtis, pagal kurią tam tikromis aplinkybėmis šis ankstesnis prekių ženklas nesuteikia jo savininkui teisės užkirsti kelią tam, kad registruotai kilmės vietos nuorodai arba geografini nuorodai toje susitariančiojoje šalyje būtų suteikta apsauga arba ji būtų ten naudojama, registruotos kilmės vietos nuorodos arba geografinės nuorodos apsauga jokia kitu būdu neapriboja to prekių ženklų suteikiamų teisių. Kitaip tariant, Ženevos aktas suteikia pasirinkimo galimybę esant ginčui tarp ankstesnio prekių ženklų ir vėlesnės geografinės nuorodos – nacionalinis reglamentavimas turi bent suteikti galimybę koegzistuoti abiem žymenims arba spręsti kylantį ginčą ankstesnio prekių ženklų naudai.

ES teisėje prekių ženklus bei geografinius žymenis reglamentuojančiuose teisės aktuose įtvirtintas yra ankstesnių geografinių žymenų pirmenybės principas, t. y. principas *pirmas laike, pirmas teisėje*, taikytinas tik ankstesnių geografinių žymenų atžvilgiu, pvz., Europos Parlamento ir Tarybos reglamento Nr. 110/2008 23 str. 1 d. numatyta, kad prekių ženklą, kuriame yra ar kurį sudaro III priede įregistruota geografinė nuoroda, turi būti

⁹⁷ GOEBEL, B.; GROESCHL, M. The Long Road to Resolving Conflicts Between Trademarks and Geographical Indications. In *The Trademark Reporter* [interaktyvus]. 2014 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20104/vol104_no4_a1.pdf>, p. 844-846.

atsisakoma registruoti arba registracija pripažįstama negaliojančia, jei ją naudojant susidarytų kuri nors iš 16 straipsnyje nurodytų situacijų. Abipusis aptariamo principo naudojimas sprendžiant ginčus tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų, t. y. galimybė pritaikyti šį principą ir išspręsti kilusį ginčą ankstesnio prekių ženklo naudai yra numatyta tik Europos Parlamento ir Tarybos reglamento Nr. 1151/2012 6 str. 4 d.: kaip kilmės vietos nuoroda arba kaip geografinė nuoroda siūlomas registruoti pavadinimas neregistruojamas, jei, atsižvelgiant į prekės ženklo reputaciją ir žinomumą, taip pat į jo naudojimo trukmę, kyla pavojus, kad įregistravus siūlomą pavadinimą kaip kilmės vietos nuorodą arba geografinę nuorodą, vartotojai galėtų susidaryti klaidingą įspūdį apie tikrąjį produkto tapatumą.

Galima teigti, kad Lietuvos teisės aktuose taip pat yra įtvirtintas principas *pirmas laike, pirmas teisėje* kaip ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdas. Prekių ženklų įstatymo 7 str. 1 d. 12 p. yra numatyta, kad prekių ženklas neregistruojamas arba įregistruoto prekių ženklo registracija pripažįstama negaliojančia, jeigu jis turi būti neregistruojamas pagal ES teisės aktus ar tarptautines sutartis, kurių šalis yra ES ar Lietuvos Respublika ir kuriose numatyta kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų apsauga⁹⁸. Šioje nuostatoje iš esmės nieko nepasakoma apie galimus ginčų sprendimo būdus, tik nukreipiama į atitinkamus ES teisės aktus, kurie jau išanalizuoti aukščiau, bei tarptautines sutartis. Taigi, remiantis aptariama Prekių ženklų įstatymo nuostata, Lietuvoje taikytini yra ginčų sprendimo būdai, įtvirtinti ES teisėje – pirmiausia principas *pirmas laike, pirmas teisėje*. Tai patvirtina ir kita aptariamo įstatymo nuostata – Prekių ženklų įstatymo 8 str. 3 d. yra numatyta galimybė neregistruoti prekių ženklo arba įregistruoto ženklo registraciją pripažinti negaliojančia tais atvejais ir tokia apimtimi, kiek numatyta pagal ES ar Lietuvos teisės aktus, nustatančius kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų apsaugą, kai yra šios sąlygos: (i) paraiška dėl kilmės vietos nuorodos ar geografinės nuorodos registravimo pateikta pagal ES ar Lietuvos teisės aktus iki paraiškos įregistruoti ženklą padavimo datos, prireikus atsižvelgiant į prioritetą, ir kilmės vietos nuoroda ar geografinė nuoroda vėliau įregistruojama, ir (ii) kilmės vietos nuoroda ar geografinė nuoroda suteikia asmeniui teisę uždrausti naudoti vėlesnį ženklą. Šioje nuostatoje suteikiama pirmenybė ankstesniems geografiniams žymenims vėlesnių prekių ženklų atžvilgiu, tačiau taip pat nukreipiama yra į ES teisės aktus, reglamentuojančius geografinių žymenų apsaugą. Atsižvelgiant į aptartas Prekių ženklų įstatymo nuostatas

⁹⁸ Pavyzdžiui, Lietuva 1999 m. pasirašė supratimo memorandumą dėl geografinių nuorodų apsaugos su Jungtinėmis Meksikos Valstijomis, kuriame susitarė dėl meksikietiško geografinių nuorodų „tequila“ ir „mezcal“ bei lietuviškos geografinės nuorodos „Palanga“ apsaugos, tačiau ginčų tarp geografinių nuorodų ir prekių ženklų sprendimo būdai šiame supratimo memorandume nebuvo aptarti.

galima teigti, kad ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdų reglamentavimas pilna apimtimi seka ES teisės pavyzdžiu, todėl iš esmės yra taikytini ES teisėje įtvirtinti ginčų sprendimo būdai ir galima teigti, kad Prekių ženklų įstatyme yra įtvirtintas principas *pirmas laike, pirmas teisėje*.

Principas *pirmas laike, pirmas teisėje* yra taikomas ir praktikoje – ES teisminės institucijos pakankamai dažnai vadovaujasi juo sprendamos ginčus tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų. Pavyzdžiui, vienoje iš ES Bendrajame teisme nagrinėtų bylų buvo sprendžiamas ginčas tarp žodinio prekių ženklo „CUVEE PALOMAR“ bei saugomos kilmės vietos nuorodos „valencia“, kuria taip pat saugomas savivaldybės pavadinimas „el Palomar“. ES Bendrasis teismas nusprendė, jog prekių ženklas „CUVEE PALOMAR“ negali būti įregistruotas, kadangi šio prekių ženklo registravimo paraiška buvo paduota 2006 m., t. y. po geografinės nuorodos „el Palomar“ apsaugos įvedimo jos kilmės šalyje 2002 m., o ieškovė neįrodė sąžiningai naudojusi pavadinimą „CUVEE PALOMAR“ iki geografinės nuorodos „el Palomar“ apsaugos įvedimo kilmės šalyje⁹⁹. Kitoje byloje, nagrinėtoje ES Teisingumo teismo, buvo sprendžiamas ginčas tarp žodinio ir vaizdinio prekių ženklo „BUD“ bei saugomos kilmės virtos nuorodos „bud“. Nagrinėjamu atveju ES Teisingumo teismas taip pat pažymėjo, kad saugomos kilmės vietos nuorodos „bud“ naudotojas galėjo užkirsti kelią vėlesnio identiško prekių ženklo įregistravimui, kadangi tą dieną, kai buvo tikrinamas visų protestui pareikšti keliamų sąlygų įvykdymas, saugomos kilmės vietos nuorodos naudotojas turėjo ankstesnę teisę, kuri nebuvo pripažinta negaliojančia galutiniu teismo sprendimu¹⁰⁰.

Pažymėtina, kad, kiek tai susiję su vynu, geografinėms nuorodoms apsauga teikiama, pirma, pagal ES reglamentus, būtent susijusius su bendru vyno rinkos organizavimu, ir, antra, pagal dvišales ES ir trečiųjų šalių sutartis dėl prekybos vynu. Todėl ES Bendrojo teismo nagrinėtoje byloje dėl ginčo tarp žodinio prekių ženklo „Lembergerland“ bei geografinės nuorodos į Lemberg vietovę, kuri ES saugoma iš Pietų Afrikos kilusiems vynams pagal Susitarimą tarp ES ir Pietų Afrikos Respublikos dėl prekybos vynu, ginčas išspręstas saugomos geografinės nuorodos į Lemberg vietovę naudai, kadangi tokia apsauga geografinėi nuorodai buvo suteikta anksčiau pagal ES ir Pietų Afrikos Respublikos susitarimą negu pateikta paraiška dėl prekių ženklo „Lembergerland“ įregistravimo¹⁰¹.

⁹⁹ Europos Sąjungos Bendrasis Teismas. 2010 m. gegužės 11 d. sprendimas *Abadia Retuerta, SA v. Office for Harmonisation in the Internal Market (Trade Marks and Designs) (OHIM) T-237/08*, EU:T:2010:185.

¹⁰⁰ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2011 m. kovo 11 d. sprendimas *Anheuser-Busch Inc. v Budějovický Budvar, národní podnik C-96/09*, EU:C:2011:189.

¹⁰¹ Europos Sąjungos Bendrasis Teismas. 2015 m. liepos 14 d. sprendimas *Genossenschaftskellerei Rosswag-Mühlhausen eG v Office for Harmonisation in the Internal Market (Trade Marks and Designs) T-55/14*, EU:T:2015:486.

ES Bendrasis teismas, nagrinėdamas bylą dėl ginčo tarp figūrinio prekių ženklo „COLOMBIANO COFFEE HOUSE“ bei saugomos geografinės nuorodos „Cafe de Colombia“ tiesiogiai pažymėjo, kad saugoma geografinė nuoroda, dėl kurios paraiška įregistruoti buvo pateikta 2005 m. birželio 8 d., turi neginčijamą pirmenybę prieš prekių ženklą, dėl kurio paraiška įregistruoti buvo pateikta 2005 m. spalio 5 d. Be kita ko, ES Teisingumo teismas išskyrė pagrindinius kriterijus, kurie turi būti išnagrinėti ir įvertinti tokio pobūdžio bylose: (i) ar saugomas geografinis žymuo (šiuo atveju – „Cafe de Colombia“) buvo naudojama prekyboje, kuri buvo didesnės nei vietinė reikšmės, (ii) ar teisės į saugoma geografinį žymenį buvo įgytos iki atitinkamo ginčijamo prekių ženklo paraiškos pateikimo dienos, ir (iii) ar pagal atitinkamą taikytiną teisės aktą saugomo geografinio žymens naudotojui leidžiama uždrausti naudoti ginčijamą prekių ženklą¹⁰². Taigi, ES Bendrasis teismas šioje byloje patvirtino principo *pirmas laike, pirmas teisėje* taikymą sprendžiant ginčus tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų, kadangi nurodė kiekvienu atveju nagrinėjant panašaus pobūdžio bylas atsižvelgti į tai, kada buvo įgytos teisės į konkretų žymenį.

Apibendrinant tai, kas išdėstyta aukščiau, pažymėtina, kad aptartuose teisės aktuose principas *pirmas laike, pirmas teisėje* kaip geografinių žymenų ir prekių ženklų ginčų sprendimo būdas nėra tiesiogiai ir visiškai aiškiai įtvirtintas. Dažniausiai jo galiojimas numatytas tik ankstesnių geografinių žymenų atžvilgiu, išskyrus Ženevos aktą bei aukščiau aptartą vieną iš ES reglamentų. Šalia šio ginčų sprendimo būdo taip pat numatomi ir kiti – ypač ES teisėje aktuali yra galimybė koegzistuoti ankstesniems prekių ženklams bei geografiniams žymenims¹⁰³. Visgi sutiktina yra su teisės doktrinoje išsakoma pozicija, kad principas *pirmas laike, pirmas teisėje* yra pagrindinis ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdas¹⁰⁴, kadangi iš esmės mažesne ar didesne apimtimi yra numatytas visuose pagrindiniuose geografinių žymenų ir prekių ženklų apsaugą reglamentuojančiuose teisės aktuose, įskaitant ir ES teisės aktus, taip pat yra taikomas aukščiau aptartoje ES teismų praktikoje. Pažymėtina, kad šį principą kaip kertinį sprendžiant ginčus tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų pažymi įvairios intelektinės nuosavybės ir kitos organizacijos¹⁰⁵. Atsižvelgiant į tai, kad aptariamas principas laikytinas

¹⁰² Europos Sąjungos Bendrasis Teismas. 2015 m. rugsėjo 18 d. sprendimas *Federación Nacional de Cafeteros de Colombia v Office for Harmonisation in the Internal Market (Trade Marks and Designs) T-359/14*, EU:T:2015:651.

¹⁰³ Šis ginčų sprendimo būdas detaliau bus išanalizuotas šio darbo 3.2.4 dalyje.

¹⁰⁴ STERN, S. Geographical Indications and Trade Marks: Conflicts and Possible Resolutions. *WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. California, 2003 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_sfo_03/wipo_geo_sfo_03_13.pdf>.

¹⁰⁵ *Ibid*, p. 4.

pagrindiniu sprendžiant ginčus tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų, būtina detaliai aptarti šio principo trūkumus bei galimybes juos eliminuoti.

Pirmiausia, principo *pirmas laike, pirmas teisėje* taikymas reikalauja atsakyti į klausimą, ką reiškia būti pirmam laike – koks subjektas laikytinas turinčiu prioritetingą teisę į tam tikrą žymenį. Šiais laikais, didėjant tarptautinės prekybos ir interneto panaudojimo kasdienėje veikloje mastams visame pasaulyje, tampa vis sudėtingiau nustatyti, kuri šalis yra „pirma“ tam tikroje konkrečioje jurisdikcijoje. Apskritai sudėtinga yra nustatyti, kada tam tikras žymuo buvo panaudotas pirmiausia. S. Stern išskiria kelias galimybes, kaip galima nustatyti datą, kada pirmą kartą buvo panaudotas geografinis žymuo. Tai gali būti:

1. Geografinio žymens pirmojo pripažinimo jo kilmės šalyje data;
2. Data, kada geografinis žymuo pirmą kartą buvo apsaugotas jo kilmės šalyje;
3. Data, kada geografinis žymuo pirmą kartą buvo paskelbtas (bet kokia forma) šalyje, kurioje kilo ginčas;
4. Data, kada ginčo šalyje pirmą kartą buvo parduotos prekės, pažymėtos geografiniu žymeniu¹⁰⁶.

Toks išskyrimas parodo, kad nėra vieno atsakymo, nuo kada geografinis žymuo gali būti laikomas pirmą kartą panaudotu, taigi, sudėtinga nustatyti, kuri šalis yra pirmoji laike. Tai siejasi ir su D. Gangjee išskirta teritorialumo problematika, kylančia taikant principą *pirmas laike, pirmas teisėje*. Pirmumo laike principo taikymas, pagal D. Gangjee, tampa problematiškas, kai šalia laiko aspekto pridedame teritorialumo aspektą: vienas subjektas gali būti pirmas laike tam tikroje vietovėje, o kitas subjektas – pirmas laike kitoje vietovėje. Pirmumas laike tam tikroje jurisdikcijoje ignoruoja situaciją, esančią kitose jurisdikcijose. Todėl šiuolaikiniame pasaulyje, kuriame nuolat susilieja rinkos ir yra keičiamas požiūris į intelektualinės nuosavybės teisių teritorialumą, principo *pirmas laike, pirmas teisėje* taikymas yra pernelyg supaprastintas sprendimas¹⁰⁷.

Kita problema, susijusi su principu *pirmas laike, pirmas teisėje*, kuri taip pat dažnai nurodoma teisės doktrinoje, yra neteisingumas, kurį sukuria šio principo taikymas sprendžiant ginčus tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų. Šią problemą pastebi, pvz.,

¹⁰⁶ STERN, S. Geographical Indications and Trade Marks: Conflicts and Possible Resolutions. *WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. California, 2003 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_sfo_03/wipo_geo_sfo_03_13.pdf>, p. 7.

¹⁰⁷ GANGJEE, D. Quibbling Siblings: Conflicts between Trademarks and Geographical Indications. In *Chicago-Kent Law Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1000467>, p. 20.

S. Stern¹⁰⁸, D. Gangjee¹⁰⁹, B. Goebel ir M. Groeschl¹¹⁰. Šie autoriai nurodo, kad ginčas tarp prekių ženklo ir geografinio žymens gali būti išspręstas neteisingai teisių į geografinį žymenį turėtojo atžvilgiu taikant aptariamą principą, kadangi prekių ženklų ir geografinių žymenų apsaugos institutai yra skirtingi, ginantys skirtingus interesus (prekių ženklais yra ginamas privatus, o geografiniais žymenimis – kolektyvinis interesas). Be kita ko, nurodoma, kad sveiko proto ir paprastos logikos reikalavimų neatitinka taisyklių, sukurtų tam tikros teisinės kategorijos kontekste (pirmiausia – ginčams tarp prekių ženklų spręsti), perkėlimas į aukštesnio lygio abiejų teisinių kategorijų konfliktus¹¹¹.

Manytina, kad tokia aptariamo ginčų tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų sprendimo būdo kritika yra pagrįsta, tačiau tai nereiškia, kad savaime principas tampa netinkamas pritaikyti sprendžiant atitinkamus ginčus. Sutiktina su S. Stern, B. Goebel ir M. Groeschl, nurodančiais tam tikras principo *pirmas laike, pirmas teisėje* modifikacijas bei mechanizmus, kurie gali padėti eliminuoti aptariamo ginčų sprendimo būdo trūkumus.

Pasak B. Goebel ir M. Groeschl, neteisingo sprendimo priėmimo tikimybė taikant aptariamą principą sumažinama trimis pagrindiniais mechanizmais, t. y. egzistuoja trys būdai papildomai teisių į geografinį žymenį turėtojo apsaugai užtikrinti:

1. Atsisakymas įregistruoti geografiškai aprašomuosius prekių ženklus;
2. Prioriteto ir išimtinės teisės ankstesnio geografinio žymens savininkui – atsisakymo įregistruoti prekių ženklą, besikertantį su jau įregistruotu geografiniu žymeniu;
3. Prekių ženklų suteikiamų teisių turėtojų monopolio apribojimas numatant galimybę koegzistuoti prekių ženklu bei geografiniams žymenims¹¹².

Pirmasis iš aukščiau paminėtų mechanizmų yra įgyvendinimas per bendrąjį reikalavimą prekių ženklu turėti skiriamąjį požymį, kadangi aprašomieji prekių ženklai dažniausiai neturi skiriamojo požymio. Antrasis mechanizmas laikytinas principo *pirmas laike, pirmas*

¹⁰⁸ STERN, S. Geographical Indications and Trade Marks: Conflicts and Possible Resolutions. *WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. California, 2003 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_sfo_03/wipo_geo_sfo_03_13.pdf>, p. 8.

¹⁰⁹ GANGJEE, D. Quibbling Siblings: Conflicts between Trademarks and Geographical Indications. In *Chicago-Kent Law Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1000467>, p. 20-21.

¹¹⁰ GOEBEL, B.; GROESCHL, M. The Long Road to Resolving Conflicts Between Trademarks and Geographical Indications. In *The Trademark Reporter* [interaktyvus]. 2014 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20104/vol104_no4_a1.pdf>, p. 851-852.

¹¹¹ GANGJEE, D. Quibbling Siblings: Conflicts between Trademarks and Geographical Indications. In *Chicago-Kent Law Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1000467>, p. 20-21.

¹¹² GOEBEL, B.; GROESCHL, M. The Long Road to Resolving Conflicts Between Trademarks and Geographical Indications. In *The Trademark Reporter* [interaktyvus]. 2014 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20104/vol104_no4_a1.pdf>, p. 852.

teisėje galiojimo akcentavimu ankstesnių geografinių žymenų atžvilgiu – tai yra įtvirtinta šioje darbo dalyje jau aptartoje TRIPS sutartyje, Lisabonos susitarime, Ženevos akte bei ES teisės aktuose. Tuo tarpu prekių ženklų bei geografinių žymenų koegzistavimo galimybės svarbą taikant principą *pirmas laike, pirmas teisėje* taip pat pabrėžia S. Stern – tai yra viena iš šio autoriaus siūlomų aptariamo ginčų sprendimo būdo modifikacijų. Pasak S. Stern, nors principas *pirmas laike, pirmas teisėje* yra pagrindinis sprendžiant ginčus, tačiau koegzistavimo galimybė yra būtina alternatyva tam tikrais specifiniais atvejais. Taip pat šis autorius pažymi, kad, siekiant vartotojų teisių apsaugos koegzistavimo atveju, žymenų savininkų teisės turėtų būti susietos su įpareigojimu pažymėti naudojamą prekių ženklą arba geografinį žymenį atitinkamu ženklu, nurodančiu, kad prekių ženklas arba geografinis žymuo konkrečiu atveju yra naudojamas būtent kaip prekių ženklas arba kaip geografinis žymuo¹¹³.

S. Stern taip pat siūlo kitą šioje darbo dalyje aptariamo ginčų sprendimo būdo modifikaciją, palengvinančią pirmo laike subjekto nustatymą. Pirmiausia, kalbant apie teritorinį aspektą, šalies pirmumas laike turi būti nustatomas būtent toje jurisdikcijoje, kurioje vyksta ginčas. Antra, pirmumui laike nustatyti pakanka, kad prekių ženklas ar geografinis žymuo įgijo reputaciją tam tikroje aktualioje jurisdikcijoje dėl tam tikros tikslinės reklamos, rinkodaros ar kitų tikslinių veiksmų, tiesiogiai nukreiptų į tos jurisdikcijos vartotojus. Be kita ko, autorius pažymi, kad geografinių žymenų atveju taip pat yra būtina formali registracija – jeigu geografinis žymuo apskritai nėra įregistruotas, jis nėra saugomas, kadangi nėra aiškios suteiktinos apsaugos ribos¹¹⁴.

Apibendrinant tai, kas išdėstyta aukščiau, sutiktina, kad principas *pirmas laike, pirmas teisėje* yra pagrindinis ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdas. Tai grindžiama ne tik aptartomis teisės aktų nuostatomis, tarptautinių organizacijų rekomendacijomis, teismų praktika, tačiau taip ir tuo, kad aptariamas ginčų sprendimo būdas nesuteikia nepagrįsto prioriteto jokiam iš žymenų. Taikant šį ginčų sprendimo būdą abu konfliktuojantys žymenys atsiduria lygiavertėje padėtyje ir teisės suteikiamos tam subjektui, kuris jas įgijo anksčiau, kas visiškai dera su intelektinės nuosavybės teisių pobūdžiu. Kita vertus, negalima nesutikti su tuo, kad, kaip ir bet koks kitas teisės principas, šis principas privalo prisitaikyti prie tam tikrų unikalių atvejų, t. y. jis negali būti naudojamas automatiškai bet kokiais atvejais, neatsižvelgiant į konkretaus ginčo

¹¹³ STERN, S. Geographical Indications and Trade Marks: Conflicts and Possible Resolutions. *WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. California, 2003 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_sfo_03/wipo_geo_sfo_03_13.pdf>, p. 11-13.

¹¹⁴ *Ibid.*, p. 11-12.

aplinkybes. Todėl ir yra reikalingos aptariamo principo modifikacijos – pirmiausia, galimybė koegzistuoti žymenims, kuri bus aptariama šio darbo 3.2.4 dalyje, bei doktrinoje pateikiami logiški išaiškinimai, padedantys pritaikyti praktikoje aptariamą ginčų sprendimo būdą.

3.2.2. Pirmenybės suteikimas geografiniams žymenims

Pirmenybės suteikimas geografiniams žymenims kaip ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdas teisės literatūroje kildinamas iš *sui generis* geografinių žymenų apsaugos sistemos, kurioje geografiniai žymenys suprantami kaip bendrasis gėris, aukštesnis ir svarbesnis už privačia nuosavybe esančias teises į prekių ženklus. Atsižvelgiant į tai, ginčai tarp geografinių ženklų ir prekių ženklų spęstini pirmųjų naudai neatsižvelgiant į pirmumą laikę bei teritorialumo aspektus¹¹⁵.

Teisės doktrinoje pirmenybės suteikimas geografiniams žymenims pirmiausia kildinamas iš Lisabonos susitarimo¹¹⁶. Šios sutarties 5 str. 6 d. numatyta, jei kilmės vietos nuoroda, kuriai suteikta apsauga tam tikroje šalyje pagal pranešimą apie jos tarptautinę registraciją, trečiųjų asmenų jau naudojama anksčiau toje šalyje iki tokio pranešimo dienos, tai kompetentinga tos šalies institucija turi teisę suteikti tokiai trečiajai šaliai ne ilgesnį negu dviejų metų terminą, kad būtų nutrauktas toks naudojimas, su sąlyga, kad ji per tris mėnesius nuo 5 str. 3 d. numatyto vienerių metų termino pabaigos informuos Tarptautinį biurą. Taigi, Lisabonos susitarime tiesiogiai yra numatyta pirmenybė kilmės vietos nuorodoms net ir ankstesnių prekių ženklų atžvilgiu.

Atskirai pažymėtina, kad TRIPS sutartyje, numatančioje ypatingą apsaugą vynų ir stiprių alkoholinių gėrimų geografinėms nuorodoms, yra numatyta pirmenybė būtent vynų ir stiprių alkoholinių gėrimų geografiniams žymenims ginčo su prekių ženklu atveju. Tai

¹¹⁵ GOEBEL, B.; GROESCHL, M. The Long Road to Resolving Conflicts Between Trademarks and Geographical Indications. In *The Trademark Reporter* [interaktyvus]. 2014 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20104/vol104_no4_a1.pdf>, p. 835.

¹¹⁶ MAKRIS, D. Geographical Indicators: A Rising International Trademark Dispute Between Europe's Finest and Corporate America. In *Arizona Journal of International & Comparative Law* [interaktyvus]. 2016 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://arizonajournal.org/wp-content/uploads/2017/04/06_MAKRIS_V3.pdf>, p. 168;

FRIEDMANN, D. TPP's Coup de Grâce: How the Trademark System Prevailed as Geographical Indication System. In *Paradigm Shift in International Economic Law Rule-Making, TPP as a New Model for Trade Agreements?* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3090172>, p. 6;

GOEBEL, B.; GROESCHL, M. The Long Road to Resolving Conflicts Between Trademarks and Geographical Indications. In *The Trademark Reporter* [interaktyvus]. 2014 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20104/vol104_no4_a1.pdf>, p. 833.

yra numatyta aptariamoms sutarties 23 str. 1 d. Visgi toks apsaugos lygis TRIPS sutartyje numatytas tik vynų ir stiprių alkoholinių gėrimų geografinėms nuorodomis¹¹⁷.

Kai kuriuose moksliniuose darbuose taip pat sutinkama nuomonė, kad pirmenybės suteikimas geografiniams žymenims yra įtvirtintas ir ES teisės aktuose¹¹⁸. Su tokia nuomone nesutiktina. Ankstesnėje šio darbo dalyje jau išanalizuota, kad ES lygio reglamentavime, šalia koegzistavimo galimybės, yra numatytas principas *pirmas laike, pirmas teisėje* kaip ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdas. Žinoma, daugeliu atveju numatytas tik vienpusis šio principo galiojimas – tik ankstesnių geografinių žymenų, bet ne ankstesnių prekių ženklų atžvilgiu. Tačiau, bet kokių atveju, ES reglamentavime nėra suteikiama absoliuti pirmenybė geografiniams žymenims, t. y. faktiškai nėra įtvirtinta, kad net ir vėlesnis geografinis žymuo turi pirmenybę ankstesnio prekių ženklo atžvilgiu. Tikėtina, kad ankstesnio prekių ženklo ir vėlesnio geografinio žymens ginčas būtų išsprendžiamas numatant abiejų žymenų koegzistavimą, atsižvelgiant į prekių ženklo savininko sąžiningumą bei kitus aspektus. Taigi, sutiktina su kita teisės doktrinoje suteikiama nuomone, kad ES teisėje nėra įtvirtinta pirmenybė geografiniams žymenims, o principas *pirmas laike, pirmas teisėje*¹¹⁹.

Pirmenybės suteikimas geografiniams žymenims, šio ginčų sprendimo būdo šalininkų grindžiamas didesne geografinių žymenų svarba, sulaukia nemažai kritikos teisės doktrinoje. Pirmiausia teigiama, kad intelektinės nuosavybės teisės specialistams negali būti priimtina, kai vienas intelektinės nuosavybės objektas tiesiog yra iškeliamas virš kito, t. y. yra pripažįstamas svarbesniu¹²⁰. Taip pat pažymima, kad tokia sistema, suteikianti pirmenybę geografiniams žymenims prekių ženklų atžvilgiu yra ypač nepriimtina, kai saugomo geografinio žymens statusas yra suteikiamas vienos valstybės valdžios

¹¹⁷ OHLGART, D. C. Geographical indications and trademarks: War or Peace? *European Communities Trade Mark Association, 25th Annual Meeting in Warsaw* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. Warsaw, 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ecta.org/IMG/pdf/Olghart_text_1_.pdf>, p. 6.

¹¹⁸ TIBERTI, E. Geographical Indications and Trademarks: space for coexistence as an equitable solution. In *Rivista di diritto alimentare* [interaktyvus]. 2013 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://docenti.unimc.it/annalilaria.trape/teaching/2016/16030/files/presentation/GI%20and%20Trademarks.pdf>>, p. 66.

¹¹⁹ FRIEDMANN, D. TPP's Coup de Grâce: How the Trademark System Prevailed as Geographical Indication System. In *Paradigm Shift in International Economic Law Rule-Making, TPP as a New Model for Trade Agreements?* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3090172>, p. 6;

GOEBEL, B.; GROESCHL, M. The Long Road to Resolving Conflicts Between Trademarks and Geographical Indications. In *The Trademark Reporter* [interaktyvus]. 2014 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20104/vol104_no4_a1.pdf>, p. 854.

¹²⁰ STERN, S. Geographical Indications and Trade Marks: Conflicts and Possible Resolutions. *WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. California, 2003 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_sfo_03/wipo_geo_sfo_03_13.pdf>, p. 5.

institucijos sprendimu ir vėliau turi būti pritaikomas kitose PPO valstybėse narėse be jokios atskiros šių valstybių narių valdžios institucijų atliekamos peržiūros, t. y. kai iš esmės geografinių žymenų apsauga priklauso tik nuo vienos kažkurios valstybės valdžios institucijos sprendimo¹²¹. Galiausiai teisės doktrinoje pripažįstama, kad noras išplėsti geografinių žymenų apsaugą vis dar grindžiamas tuo, kad geografiniai žymenys yra pranašesni už prekių ženklus. Vyraujant tokiam mąstymui, nuolat tęsis „karas“ tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų. „Taika“ gali būti pasiekta tik tuo atveju, jei geografiniai žymenys bus traktuojami vienodai kaip ir prekių ženklai¹²².

Šio darbo autorė sutinka su pozicija, kad pirmenybės suteikimas geografiniams žymenims yra nepagrįstas sprendžiant ginčus tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų. Anksčiau darbe jau aptarti gausūs abiejų žymenų panašumai suponuoja, kad nei geografiniam žymeniui, nei prekių ženklui negali būti suteikiamas bendrasis prioritetas kito žymens atžvilgiu, ypač atsižvelgiant į funkcinį šių abiejų žymenų panašumą. Geografiniai žymenys ir prekių ženklai turėtų būti laikomi lygiaverčiais, todėl ginčai tarp jų spręstini taikant principą *pirmas laike, pirmas teisėje*, o geografinių žymenų naudotojų bei vartotojų teisės, atsižvelgiant į geografiniais žymenimis saugomą kolektyvinį gamintojų interesą, papildomai apsaugotinos kitais mechanizmais, padedančiais patobulinti principą *pirmas laike, pirmas teisėje*, be kita ko, suteikiant galimybę tam tikrais atvejais koegzistuoti geografiniams žymenims bei prekių ženklams.

3.2.3. Ginčų sprendimas remiantis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis

Apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos yra laikoma viena iš pramoninės nuosavybės apsaugos sudėtinių dalių. Pagrindinės nuostatos, susijusios su apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos, įtvirtintos Paryžiaus konvencijoje, o ypač jos 10^{bis} straipsnyje. Aptariamo straipsnio 1 d. įtvirtinta, kad Paryžiaus konvencijos sąjungos šalys privalo garantuoti šalių – Paryžiaus konvencijos sąjungos narių piliečiams efektyvią apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos. Remiantis aptariamo straipsnio 2 d., nesąžininga konkurencija laikomas bet koks konkurencijos veiksmas, prieštaraujantis sąžiningiems pramonės ir prekybos reikalų vedimo papročiams. Paryžiaus konvencijos 10^{bis} str. 3 d. pateikiamas nebaigtinis trijų nesąžiningos konkurencijos veikslių rūšių sąrašas: (a) veiksmai, galintys sukelti painiavą

¹²¹ HUGHES, J. Champagne, Feta and Bourbon: The Spirited Debate About Geographical Indications. In *Hastings Law Journal* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=936362>, p. 350.

¹²² OHLGART, D. C. Geographical indications and trademarks: War or Peace? *European Communities Trade Mark Association, 25th Annual Meeting in Warsaw* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. Warsaw, 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ecta.org/IMG/pdf/Olghart_text_1_.pdf>.

(gali būti supainiotos įmonės, gaminiai arba konkurento pramoninė ar prekybinė veikla); (b) veiksmai, kurie gali diskredituoti konkurentą (neteisingi teiginiai apie komercinę veiklą, gaminio reputaciją arba konkurento pramoninę ar prekybinę veiklą); ir (c) veiksmai, kurie gali klaidinti visuomenę (dėl prekės rūšies, gamybos būdo, savybių, tinkamumo naudojimui arba prekių kiekio). Taip pat yra ir kitokių Paryžiaus konvencijos 10^{bis} str. 3 d. nenurodytų veiksmų, kuriuos teismai pripažino nesąžininga konkurencija ir kurie vis dažniau tampa nacionalinės teisės reglamentavimo objektu¹²³.

Kalbant konkrečiai apie geografinių žymenų apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos, svarbu yra paminėti TRIPS sutarties 22 str. 2 d. b) p., pagal kurią geografinių nuorodų atžvilgiu valstybės narės suinteresuotosioms šalims numato teisėtas priemones, kad būtų galima išvengti bet kokio nuorodos naudojimo, kuris yra nesąžiningos konkurencijos veiksmas, kaip jis suprantamas pagal Paryžiaus konvencijos 10^{bis} straipsnį. Taigi, TRIPS sutarties nuostatomis geografiniams žymens yra garantuojama apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos.

Paryžiaus konvencijos bei TRIPS sutarties reikalavimus dėl apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos užtikrinimo Lietuva įgyvendino, be kita ko, Konkurencijos įstatymo 15 str. Aptariamo straipsnio 1 d. 1 p. numatytas draudimas ūkio subjektams atlikti bet kuriuos veiksmus, prieštaraujančius ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, kai tokie veiksmai gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti, įskaitant savavališką naudojimą žymens, kuris yra tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto pavadinimą, registruotą prekių ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekių ženklą, ar kitą pirmumo teise naudojamą žymenį su skiriamuoju požymiu, jeigu tai sukelia ar tikėtina, kad gali sukelti painiavą su šiuo ūkio subjektu ar jo veikla, arba jeigu siekiama nesąžiningai pasinaudoti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba jeigu dėl to gali nukentėti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba jeigu dėl to gali susilpnėti šio ūkio subjekto naudojamo ženklo ar žymens skiriamasis požymis. Šioje Konkurencijos įstatymo nuostatoje yra įvardinti du nesąžiningos konkurencijos veiksmai, nurodyti Paryžiaus konvencijoje: painiavos sukėlimas bei konkurento reputacijos bloginimas, taip pat papildomai įtrauktas nesąžiningas pasinaudojimas konkuruojančio ūkio subjekto reputacija bei naudojamo ženklo ar žymens skiriamosio požymio silpninimas. Kadangi Paryžiaus konvencija taip pat draudžia veiksmus, kurie gali klaidinti visuomenę, toks draudimas yra perkeltas Nesąžiningos komercinės veiklos draudimo vartotojams įstatyme.

¹²³ World Intellectual Property Organization. *Intellectual Property Handbook: Second Edition* [interaktyvus]. 2008 [žiūrėta 2019 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/489/wipo_pub_489.pdf>, p. 138.

Aptariamame įstatyme numatytas draudimas, be kita ko, vykdyti klaidinančią komercinę veiklą. Nesąžiningos komercinės veiklos draudimo vartotojams įstatymo 5 str. 3 d. numatyta, kad klaidinančiais veiksmais, be kita ko, laikoma komercinė veikla, kuri skatina arba gali paskatinti vidutinį vartotoją priimti sprendimą dėl sandorio, kurio jis kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmęs. Tokia veikla apima produkto rinkodarą, įskaitant lyginamąją reklamą, kurioje produktas painiojamas su kitais produktais, prekių ženklais, komercinės veiklos subjekto pavadinimais ar kitais žymenimis su skiriamaisiais požymiais. Taigi, teisėtiems prekių ženklų bei geografinių žymenų savininkams suteikiama apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos Konkurencijos įstatymo bei Nesąžiningos komercinės veiklos draudimo vartotojams įstatymo nuostatomis. Konkurencijos įstatymo nuostatomis apsauga suteikiama nuo konkurentams žalingų nesąžiningos veiklos padarinių, o Nesąžiningos komercinės veiklos draudimo vartotojams įstatymo nuostatomis – nuo vartotojams žalingų nesąžiningos veiklos padarinių.

Pramoninės nuosavybės objektų apsauga skiriasi nuo apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos tuo, kad teisės į pramoninės nuosavybės objektus atsiranda pramoninės nuosavybės tarnyboms pateikto prašymo pagrindu ir suteikia išimtinės teises atsižvelgiant į pramoninės nuosavybės objektą. Tuo tarpu apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos grindžiama ne atitinkamų teisių, susijusių su pramoninės nuosavybės objektu, suteikimu, tačiau nuostata (įtvirtinta teisės aktuose arba išplaukiančia iš bendrojo teisės principo), kad sąžiningai verslo praktikai prieštaraujantys veiksmai yra draudžiami. Atsižvelgiant į tai, apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos institutas laikytinas papildančiu konkrečių pramoninės nuosavybės objektų apsaugą tais atvejais, kai atitinkamas pramoninės nuosavybės objektas nėra apsaugotas tam tikra jo atžvilgiu suteikta teise¹²⁴. Toks požiūris laikytinas pagrįstu, kadangi apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatos yra labai bendro pobūdžio, stokojančios konkretumo, todėl jomis turi būti naudojamos tik tada, kai nėra atitinkamos pramoninės nuosavybės objekto atžvilgiu suteiktos teisės, leisiančios apginti pramoninės nuosavybės objekto naudotojo teises ir teisėtus interesus.

Pasaulio intelektinės nuosavybės organizacijos atliktoje studijoje pažymima, jog, siekdamas apginti savo teises remdamasis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis, ieškovas turi įrodyti, kad tam tikro geografinio žymens naudojimas neįgalios to daryti šalies vardu yra klaidinantis bei toks naudojimas, atsižvelgiant į aplinkybes, sukelia žalą ar jos atsiradimo tikimybę. Ieškinys dėl neteisėto geografinio

¹²⁴ World Intellectual Property Organization. *Intellectual Property Handbook: Second Edition* [interaktyvus]. 2008 [žiūrėta 2019 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/489/wipo_pub_489.pdf>, p. 131.

žymens naudojimo, grindžiamas apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis, gali būti sėkmingas tik tuo atveju, jei atitinkamas geografinis žymuo įgijo skiriamąjį požymį arba, kitaip tariant, jei atitinkama visuomenė asocijuoja prekes, žymimas tuo geografiniu žymeniu, su aiškia geografine kilme ir / ar tam tikromis savybėmis. Kadangi bylos, kuriose sprendžiama dėl nesąžiningos konkurencijos veiksnių, yra susijusios tik su konkrečiomis proceso šalimis, tam tikro geografinio žymens skiriamasis požymis turi būti įrodinėjamas kiekvienoje byloje atskirai¹²⁵.

PINO parengtose gairėse pripažįstama, kad tokiu atveju, kai prekių ženklo, kurį sudaro geografinis žymuo, naudojimas klaidina vartotojus dėl prekių, pažymėtų tokiu prekių ženklu, kilmės, toks naudojimas dažniausiai yra pripažįstamas nesąžiningos konkurencijos veiksniu, todėl turi būti uždraudžiamas. Savo ruožtu tai reiškia nagrinėjamo prekių ženklo negaliojimą. Kita vertus, jei tokio prekių ženklo naudojimas nėra klaidinantis, tikėtina, kad nebus konstatuoti nesąžiningi veiksmai. Tam tikromis aplinkybėmis gali būti leidžiamas ginčo prekių ženklo bei geografinio žymens koegzistavimas, pvz., kai dėl riboto geografinio naudojimo tam tikras geografinis žymuo įgijo reputaciją tik ribotoje šalies teritorijoje, o prekių ženklas yra žinomas visoje šalyje. Tokiomis aplinkybėmis rezultatas gali būti teisių į abu žymenis egzistavimas kartu su tam tikromis naudojimo ir / ar tokio naudojimo išplėtimo sąlygomis¹²⁶. Taigi, žymenų koegzistavimas tam tikrais atvejais numatomas kaip galima alternatyva tiek ir pasirinkus ginčų sprendimą remiantis principu *pirmas laike, pirmas teisėje*, tiek ir sprendžiant ginčus remiantis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis.

Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta aukščiau, konstatuotina, kad ginčų tarp prekių ženklų ir geografinių žymenų sprendimas remiantis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis turėtų būti pakankamai retas reiškinys. Iškilus ginčui pirmiausia reikėtų žiūrėti į konkrečias kiekvieno žymens naudotojui suteiktas teises – žymenų naudotojams suteikiamų teisių reglamentavime dažniausiai atsispindi principas *pirmas laike, pirmas teisėje*, kaip jau buvo aptarta anksčiau šiame darbe. Šalia šio principo, kaip ginčų sprendimo būdo, taip pat, esant tam tikroms aplinkybėms, numatoma žymenų koegzistavimo galimybė. Tik nesant atitinkamo reglamentavimo arba negalint juo pasiremti dėl tam tikrų priežasčių, ieškovui galima remtis apsaugos nuo nesąžiningos

¹²⁵ WIPO Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications. Fifth Session. *Possible Solutions for Conflicts between Trademarks and Geographical Indications and for Conflicts between Homonymous Geographical Indications* [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_5/sct_5_3.pdf>, p. 12-16.

¹²⁶ *Ibid.*

konkurencijos nuostatomis bei įrodinėti įgytą žymens reputaciją ir vartotojų sukloidinimo galimybę.

Kalbant apie ginčų sprendimą remiantis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis, būtina yra paminėti vieną iš Lietuvos teismų išnagrinėtų bylų, kurioje, be kita ko, nagrinėtas santykis tarp geografinės nuorodos „Trejos devynerios“ ir prekių ženklo „999“ bei įtvirtintas ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimas remiantis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis. Remiantis byloje išdėstytomis aplinkybėmis, 2008 m. sausio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu Nr. 110/2008 žymuo „Trejos devynerios“ yra įtrauktas į geografinės nuorodos (30 pozicija: kartaus skonio spiritiniai gėrimai arba bitter). Tuo tarpu ginčijamas žodinis prekių ženklas „999“ įregistruotas 2006 m. gegužės 2 d. Lietuvos valstybiniame patentų biure. Ieškovas byloje siekė pripažinti prekių ženklo „999“ registraciją negaliojančia ir ją panaikinti bei pripažinti prekių ženklo elementą nesaugomu savo reikalavimus grįsdamas, be kita ko, tuo, kad prekių ženklas neturi skiriamąjo požymio bei yra tapęs bendrinium. Pažymėtina, kad ieškovas savo reikalavimų pagrindė prieštaravimu saugomai geografinei nuorodai „Trejos devynerios“ arba jo, kaip geografinės nuorodos naudotojo, teisių pažeidimu. Pirmos instancijos teismas, nagrinėjęs šią bylą, pripažino elementą „999“ nesaugomu prekių ženklu tokią išvadą grįsdama skiriamąjo požymio trūkumu. Tačiau ieškovo reikalavimas pripažinti prekės ženklo „999“ registraciją negaliojančia netenkintas dėl praleisto ieškinio senaties termino¹²⁷. Taigi, iš esmės pirmos instancijos teismas neanalizavo geografinės nuorodos „Trejos devynerios“ ir prekių ženklo „999“ santykio, šių žymenų naudotojams suteikiamų teisių, o sprendimą priėmė ištyręs atskirai prekių ženklą bei jo skiriamąjo požymio (ne)buvimą atsižvelgęs į ieškovo suformuluotus reikalavimus.

Apeliacinės instancijos teismas ėmėsi ginčijamo prekių ženklo bei geografinės nuorodos „Trejos devynerios“ santykio analizės bei konstatavo, kad žymuo „999“ yra suvokiamas kaip „Trejos devynerios“ sinonimas, tokiu būdu yra tapęs bendrinium, kas atitinka Prekių ženklų įstatymo 6 str. 1 d. 3 p. įtvirtintą absoliutų atsisakymo registruoti prekių ženklą pagrindą – dabartinėje kalboje ar sąžiningoje ir nusistovėjusioje veikloje yra tapęs bendrinium¹²⁸. Taigi, apeliacinės instancijos teismas iš esmės pripažino, kad ginčijamas prekių ženklas bei geografinė nuoroda „Trejos devynerios“ yra sinonimai, tapę bendriniais pavadinimais, todėl prekių ženklo „999“ registracija pripažinta negaliojančia dėl prekių ženklo tapimo bendrinium pavadinimu.

¹²⁷ Lietuvos apeliacinio teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2015 m. lapkričio 4 d. sprendimas civilinėje byloje AB „Vilniaus degtinė“ v. AB „Stumbras“, Nr. 2A-628/2015, kat. 2.7.4.

¹²⁸ *Ibid.*

Lietuvos Aukščiausiasis Teismas, nagrinėdamas šią bylą kasacine tvarka, panašiai kaip ir apeliacinės instancijos teismas, pripažino, kad žymuo „999“ pagal savo naudojimo istoriją yra sietinas būtent su spiritiniu gėrimu „Trejos devynerios“, t. y. faktiškai žymenys yra vienodi, skiriasi tik jų išraiškos forma (žodinė bei skaitinė) ir egzistuoja reali vartotojų suklaidinimo galimybė. Toliau, analizuodamas abiejų žymenų santykį bei galimus ginčų sprendimo būdus Lietuvos Aukščiausiasis Teismas nurodė, kad į geografinę nuorodą „Trejos devynerios“ niekas neturi ir negali turėti išimtinių teisių prekių ženklų teisės prasme, o nuo neteisėto naudojimo galėtų būti ginama konkurencijos teisės pagrindu (Konkurencijos įstatymo 15 str. 3 d.). Taigi, Lietuvos Aukščiausiasis Teismas pripažino, kad panašaus pobūdžio ginčai sprendini remiantis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis. Toliau, nagrinėdamas ginčijamojo prekių ženklo skiriamą poįžymio buvimą, Lietuvos Aukščiausiasis Teismas pateikė itin keistą ir besikertančią su ES teise argumentaciją (atkartojančią apeliacinės instancijos teismo išsakytus argumentus): teismas nutartyje konstatavo, kad žymuo „999“ yra bendrinis, taigi dėl to jis neatlieka skiriamosios funkcijos, leidžiančios susieti žymenį „999“ su konkrečiu gamintoju. Atsižvelgiant į tai, prekių ženklas „999“ pripažintas nesaugomu¹²⁹. Tokia išvada kertasi su Europos Parlamento ir Tarybos reglamento Nr. 110/2008 15 str. 3 d., kurioje nurodyta, kad III priede įregistruotos geografinės nuorodos (tarp jų ir geografinė nuoroda „Trejos devynerios“) negali tapti bendriniais pavadinimais. Atitinkamai, pavadinimų, tapusių bendriniais, III priede įregistruoti negalima¹³⁰. Kitaip tariant, geografinės nuorodos yra saugomos nuo tapimo bendriniais pavadinimais, o bendriniai pavadinimai negali būti įregistruoti kaip geografinės nuorodos. Esant tokiai situacijai, kai žymuo „999“ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo yra pripažįstamas bendrinio pavadinimu, bendrinio pavadinimu taip pat pripažįstama ir geografinė nuoroda „Trejos devynerios“, kadangi, kaip nurodoma aptariamoje nutartyje, skiriasi tik šių žymenų išraiškos forma ir vartotojų požiūriu tai neturi reikšmės. Taigi, Lietuvos Aukščiausiasis Teismas bendrinio pavadinimu pripažino geografinį žymenį, kuris, pagal ES teisę, nėra ir negali būti bendrinio. Tokia argumentacija ne tik kertasi su ES teise, bet ir apskritai pasirinkus ją neatsižvelgiama į geografinių žymenų specifika. Visgi aptariama Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis yra svarbi tuo aspektu, kad tiesiogiai įtvirtino ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimą remiantis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis, nors šis ginčų sprendimo būdas

¹²⁹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2016 m. gegužės 19 d. nutartis civilinėje byloje *akcinė bendrovė „Vilniaus degtinė“ v. akcinė bendrovė „Stumbras“*, Nr. 3K-3-275-969/2016, kat. 2.7.4.

¹³⁰ Remiantis aptariamu reglamentu, pavadinimas, tapęs bendrinio, – spiritinio gėrimo pavadinimas, kuris nors ir būdamas susijęs su vieta ar regionu, kur šis produktas pirmiausia buvo pradėtas gaminti ar teikti į rinką, virto bendrinio spiritinio gėrimo pavadinimu ES.

byloje nebuvo pritaikytas bei apskritai santykis tarp geografinio žymens ir prekių ženklo detaliau neanalizuotas.

Pažymėtina, kad aukščiau aptarta Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis yra cituojama bei ja remiamasi kitose naujesnėse Lietuvos teismų išnagrinėtose bylose, tačiau tik žymens „999“ skiriamąjo požymio buvimo aspektu. Štai Lietuvos apeliacinis teismas vienoje iš nagrinėtų bylų analizavo santykį tarp tos pačios aukščiau šiame darbe aptartos geografinės nuorodos „Trejos devynerios“ bei figūrinio prekių ženklo „999 THE NINES“. Šioje byloje ieškovas siekė pripažinti žodinius žymenis „999“ bei „THE NINES“ nesaugomas ginčijamo prekių ženklo elementais bei susiaurinti šio prekių ženklo prekių sąrašą iki spiritinių gėrimų su saugoma geografine nuoroda „Trejos devynerios“, todėl teismas atskirai analizavo prekių ženklo elementų „999“ ir „THE NINES“ požymius bei jų sukeltą asociaciją su saugoma geografine nuoroda, o galiausiai vertino, ar viso figūrinio prekių ženklo „999 THE NINES“ naudojimas laikomas neleistinu saugomos geografinės nuorodos naudojimu. Pasisakydamas dėl žodinio elemento „999“ Lietuvos apeliacinis teismas pasirėmė Lietuvos Aukščiausiojo Teismo praktika ir nurodė, kad šis elementas yra nesaugomas. Tuo tarpu dėl elemento „THE NINES“ konstatuota, kad, priešingai nei nurodė pirmos instancijos teismas, neįrodyta, jog „THE NINES“ suinteresuotai visuomenei reiškia saugomą geografinę nuorodą „Trejos devynerios“, taip pat nėra ginčo dėl to, kad šis elementas nėra aprašomasis ir turi skiriamąjį požymį. Todėl elementas „THE NINES“ pripažintas saugotinu elementu. Visgi, vertindamas ginčo prekių ženklą kaip visumą, Lietuvos apeliacinis teismas pritarė pirmos instancijos teismo išvadai, kad konkrečioje prekių ženklo kompozicijoje žodinis elementas „THE NINES“ bus neabejotinai susietas vartotojo su elementu „999“ ir suvokiamas kaip šio elemento (kuris yra geografinės nuorodos „Trejos devynerios“ skaitmeninė išraiška) vertimas į anglų kalbą. Dėl to ginčo prekių ženklas laikytinas tiesioginiu naudojimu saugoma geografine nuoroda¹³¹. Šiuo atveju ginčas išspręstas saugotinos geografinės nuorodos naudai – prekių ženklo naudojimas žymėti prekėms, neatitinkančios saugomos geografinės nuorodos specifikacijų, pripažintas neteisėtu. Taigi, Lietuvos apeliacinis teismas iš esmės pritaikė principą *pirmas laike, pirmas teisėje*, nes buvo apsaugotos teisės, susijusios su ankstesne geografine nuoroda (geografinė nuoroda „Trejos devynerios“ yra įtraukta į saugomas geografines nuorodas 2008 m. sausio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu Nr. 110/2008, o prekių ženklo „999 THE NINES“ registracijos paraiška pateikta 2015 m.

¹³¹ Lietuvos apeliacinio teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2019 m. kovo 20 d. sprendimas civilinėje byloje akcinė bendrovė „Vilniaus degtinė“ v. uždaroji akcinė bendrovė „MV GROUP Asset Management“, Nr. e2A-119-823/2019, kat. 2.7.4.1.

kovo 24 d.). Pažymėtina, kad šioje byloje nesivadovauta apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis, nors ankstesnėje nutartyje Lietuvos Aukščiausiasis Teismas nurodė būtent tokį galimą ginčų tarp saugomos geografinės nuorodos „Trejos devynerios“ bei prekių ženklų sprendimo būdą.

Apibendrinant, ganėtinais sudėtinga yra atsakyti, kuris ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdas yra taikytinas Lietuvos teisėje. Viena vertus, galima teigti, kad Lietuvos Aukščiausiojo Teismo praktikoje yra numatytas ginčų sprendimo būdas remiantis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis, kadangi tai yra tiesiogiai įtvirtinta aukščiau aptartoje Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartyje. Visgi faktiškai naujausioje Lietuvos teismų praktikoje taikomos yra ES teisėje įtvirtintos nuostatos dėl geografinių žymenų apsaugos ir laikomasi principo *pirmas laike, pirmas teisėje* ankstesnių saugomų geografinių žymenų atžvilgiu.

3.2.4. Geografinių žymenų ir prekių ženklų koegzistavimas

Geografinio žymens ir prekių ženklo koegzistavimas apibūdina tokią teisinę būseną, kai abu žymenys – tiek geografinis žymuo, tiek ir prekių ženklas – gali būti konkurencingai naudojami rinkoje, net jeigu kažkurio vieno arba abiejų šių žymenų naudojimas galėtų pažeisti kito iš šių žymenų naudotojo teises¹³². Teisės doktrinoje pripažįstama, kad galimybė koegzistuoti geografiniams žymenims ir prekių ženklu yra tam tikras kompromisas tarp valstybių, saugančių geografinius žymenis remiantis prekių ženklų apsaugą reglamentuojančiomis nuostatomis, bei *sui generis* geografinių žymenų apsaugą nustatančių valstybių¹³³.

Remiantis TRIPS sutarties 24 str. 5 d., jeigu prekių ženklas buvo taikomas ar įregistruotas sąžiningai arba jeigu teisės į prekių ženklą buvo įgytos sąžiningai jį naudojant: (a) arba iki šių nuostatų taikymo toje valstybėje narėje, (b) arba iki įvedant geografinės nuorodos apsaugą jos kilmės šalyje, priemonės, kurios priimamos tam, kad būtų įgyvendintas TRIPS sutarties skyrius dėl geografinių nuorodų apsaugos, nesumažina prekių ženklo galimybės būti įregistruotam ar jo registracijos galiojimo, arba teisės naudoti prekių ženklą tokiu pagrindu, jog toks prekių ženklas yra tapatus geografini nuorodai arba į ją

¹³² BLAKENEY, M.; EVANS, G. E. The Protection of Geographical Indication After Doha: Quo Vadis. In *Journal of International Economic Law* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://gaileevans.com/EvansGIsAfterDohaJIEL06.pdf>>, p. 25.

¹³³ TIBERTI, E. Geographical Indications and Trademarks: space for coexistence as an equitable solution. In *Rivista di diritto alimentare* [interaktyvus]. 2013 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://docenti.unimc.it/annalilaria.trape/teaching/2016/16030/files/presentation/GI%20and%20Trademarks.pdf>>, p. 67.

panašus. Taigi, iš esmės ši TRIPS sutarties nuostata numato prekių ženklo ir geografinės nuorodos koegzistavimo galimybę. Prekių ženklas ir geografinė nuoroda gali koegzistuoti, tik jeigu prekių ženklui taikoma apsauga atsirado anksčiau negu geografinei nuorodai taikoma apsauga (įregistravus prekių ženklą arba jį naudojant) bei tik jeigu tokia apsauga atsirado sąžiningai.

Prekių ženklų ir geografinių žymenų koegzistavimo galimybė taip pat numatyta Ženevos akte. Kaip jau buvo išanalizuota aukščiau šiame darbe, Ženevos aktas suteikia pasirinkimo galimybę esant ginčui tarp ankstesnio prekių ženklo ir vėlesnės geografinės nuorodos – nacionalinis reglamentavimas turi bent suteikti galimybę koegzistuoti abiem žymenims arba spręsti kylantį ginčą ankstesnio prekių ženklo naudai: pagal Ženevos akto 13 str. 1 d., jei susitariančiosios šalies įstatymuose numatyta ribota prekių ženklu suteikiamų teisių išimtis, pagal kurią tam tikromis aplinkybėmis šis ankstesnis prekių ženklas nesuteikia jo savininkui teisės užkirsti kelią tam, kad registruotai kilmės vietos nuorodai arba geografinei nuorodai toje susitariančiojoje šalyje būtų suteikta apsauga arba ji būtų ten naudojama, registruotos kilmės vietos nuorodos arba geografinės nuorodos apsauga jokia kitu būdu neapriboja to prekių ženklo suteikiamų teisių.

Reglamentavimas, panašus į TRIPS sutartyje numatytą nuostatą dėl ankstesnio prekių ženklo ir geografinio žymens koegzistavimo, sutinkamas ir ES teisėje. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento Nr. 1151/2012 dėl žemės ūkio ir maisto produktų kokybės sistemų 14 str. 2 d. numatyta, kad prekių ženklas, kurio naudojimas prieštarauja aptariamo reglamento 13 str. 1 d. (kurioje numatyta, nuo kokių veiksmų yra saugomos įregistruotos kilmės vietos ir geografinės nuorodos) ir dėl kurio pateikta paraiška, kuris yra įregistruotas arba kurio sąžiningas naudojimas yra nusistovėjęs (jei tokia galimybė numatyta atitinkamais teisės aktais) visoje ES teritorijoje, iki kilmės vietos nuorodos arba geografinės nuorodos apsaugos paraiškos pateikimo Europos Komisijai dienos gali būti toliau naudojamas ir atnaujinamas atitinkamam produktui, nepaisant kilmės vietos nuorodos ar geografinės nuorodos registracijos, jei pagal atitinkamą ES reglamentą ir / ar direktyvą, skirtą prekių ženklų apsauga, nėra pagrindo tą prekių ženklą pripažinti negaliojančiu ar panaikinti. Tokiais atvejais leidžiama naudoti ir saugomą kilmės vietos nuorodą ar saugomą geografinę nuorodą, ir atitinkamus prekių ženklus. Analogiškos nuostatos sutinkamos ir kituose ES reglamentuose, skirtuose kilmės vietos nuorodų ir

geografinių nuorodų apsaugai¹³⁴. Panašiai kaip ir TRIPS sutarties 24 str. 5 d., ES teisėje prekių ženklų ir geografinių žymenų koegzistavimo galimybė siejama su atvejais, kai prekių ženklai įgyja apsaugą anksčiau negu atitinkami geografiniai žymenys. Kitas panašumas tarp aptariamos TRIPS sutarties nuostatos ir ES reglamentavimo – būtinas sąžiningas prekių ženklų naudojimas. ES teisė papildomai numato, kad neturi būti kitų pagrindų ginčo prekių ženklą pripažinti negaliojančiu ar panaikinti. Pagal ES teisę, tik esant visoms šioms sąlygoms prekių ženklai ir geografiniai žymenys gali koegzistuoti rinkoje.

Analizuojant ES teisę svarbu yra aptarti PPO sprendimą, tapusį kertiniu ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo srityje. Australija ir JAV kreipėsi į PPO kvestionuodamos geografinių žymenų bei prekių ženklų apsaugos reguliavimą ES bei jo atitiktį TRIPS sutarties nuostatoms. Pirmiausia JAV nurodė, kad ES teisėje žemės ūkio ir maisto produktų geografinių nuorodų apsaugai nėra būdingas nacionalinio režimo taikymas bei nėra suteikiama pakankama apsauga ankstesniems prekių ženkams, kurie yra panašūs ar identiški su saugoma vėlesne geografine nuoroda (kvestionuojamas žymenų koegzistavimo teisėtumas). Vėliau pateiktame papildomame prašyme JAV nurodė, kad ES yra ribojamos geografinės nuorodos, kurioms suteikiama apsauga, bei kitų valstybių (ne ES narių) galimybės apsaugoti geografines nuorodas ES teritorijoje. Tuo tarpu Australija taip pat pažymėjo, kad ES valstybėms narėms yra suteikiamas pranašumas geografinių nuorodų apsaugos srityje ES teritorijoje lyginant su kitomis PPO valstybėmis narėmis. Kartu Australija nurodė, kad ES galiojantis reguliavimas, leidžiantis geografinių žymenų ir prekių ženklų koegzistavimą, neužtikrina tinkamos prekių ženklų savininkų teisių apsaugos, sukelia painiavą vartotojų tarpe ir neužtikrina tinkamos apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų. Taigi, pasak JAV ir Australijos, koegzistavimas prieštarauja TRIPS sutarčiai, kadangi, pirmiausia ir svarbiausia, nėra užtikrinamos ankstesnio prekių ženklo savininko teisės. Visgi PPO nusprendė, kad koegzistavimas yra suderinamas su TRIPS sutartyje nustatyta prekių ženklų apsauga¹³⁵, kadangi patenka į TRIPS sutarties 17 str. taikymo sritį kaip leistinas prekių ženklo savininko teisių apribojimas¹³⁶. Šis PPO sprendimas teisės doktrinoje vadinamas fundamentaliu ne tik dėl

¹³⁴ Europos Parlamento ir Tarybos reglamento Nr. 110/2008 dėl spiritinių gėrimų apibrėžimo, apibūdinimo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos 23 str. 2 d.; Europos Parlamento ir Tarybos reglamento Nr. 251/2014 dėl aromatizuotų vyno produktų apibrėžties, aprašymo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos 19 str. 2 d.; Europos Parlamento ir Tarybos reglamento Nr. 1308/2013 kuriuo nustatomas bendras žemės ūkio produktų rinkų organizavimas 102 str. 2 d.

¹³⁵ Dar kartą pažymėtina, kad TRIPS sutarties 24 str. 5 d. tiesiogiai įtvirtinta prekių ženklų ir geografinių žymenų koegzistavimo galimybė, todėl panašios nuostatos įtvirtinimas ES teisėje, šio darbo autorės nuomone, negalėjo būti nesuderinamas su TRIPS sutartimi.

¹³⁶ World Trade Organization. *Report of the Panel* [interaktyvus]. 2005 m. kovo 15 d. [žiūrėta 2019 m. kovo 21 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/174r_e.pdf>.

to, kad patvirtino prekių ženklų ir geografinių žymenų koegzistavimo galimybę pagal TRIPS sutarties nuostatas, tačiau taip pat ir dėl to, kad įtvirtino principo *pirmas laike, pirmas teisėje* taikymą sprendžiant tarp šių žymenų kylančius ginčus bei užkirto kelią ginčų sprendimui PPO valstybėse narėse remiantis pirmenybės suteikimu kažkuriam iš žymenų¹³⁷.

Prekių ženklų ir geografinių žymenų koegzistavimo galimybė įtvirtinta ne tik ES pozityviojoje teisėje, tačiau taip pat ir teismų praktikoje. Štai vienoje iš ES Teisingumo Teismo nagrinėtų bylų, kurioje kilo ginčas tarp prekių ženklo „Gerri“ bei geografinio žymens „Kerry Spring“, Teisingumo Teismas konstatavo: jei egzistuoja tikimybė, kad vienoje valstybėje narėje įregistruotas žodinis prekių ženklas gali būti supainiotas su žymeniu, nurodančiu geografinę gaminių kilmę iš kitos valstybės narės, prekių ženklo savininkas gali neleisti naudoti geografinę kilmę nurodantį žymenį tik tuo atveju, jei toks naudojimas neatitinka sąžiningos praktikos pramoninėje ar komercinėje srityje. Tokiu atveju nacionalinis teismas turi atlikti bendrą visų konkrečios bylos aplinkybių vertinimą¹³⁸. Taigi, priimtinas yra geografinių žymenų ir prekių ženklų koegzistavimas, jeigu abu žymenis naudojami laikantis sąžiningos komercinės verslo praktikos.

Nagrinėjant geografinių žymenų ir prekių ženklų koegzistavimo galimybes Lietuvoje taip pat būtina yra įvertinti taikytinas Lietuvos teisės aktų nuostatas. Pirmiausia pažymėtina, kad Lietuvos teisės aktuose nėra numatyta galimybės koegzistuoti konkuruojantiems geografiniams žymenims ir prekių ženkliams. Tačiau, kaip jau minėta šiame darbe nagrinėjant principo *pirmas laike, pirmas teisėje* taikymo galimybes, reglamentuojant absoliučius atsisakymo registruoti prekių ženklą ir ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindus Prekių ženklų įstatyme yra daroma nuoroda į, be kita ko, ES teisės aktus geografinių žymenų apsaugos srityje (Prekių ženklų įstatymo 7 str. 1 d. 12 p.). Todėl, nors Lietuvoje ir nėra tiesioginio ir aiškaus geografinių žymenų ir prekių ženklų koegzistavimo reglamentavimo, privaloma yra vadovautis ES teisės aktais, be kita ko, tiesiogiai taikomais reglamentais, numatančiais koegzistavimo galimybę. Atskirai aptartina Prekių ženklų įstatymo 8 str. 4 d., kurioje numatyta, kad prekių ženklas registruojamas arba prekių ženklo registracija nepripažįstama negaliojančia, jeigu yra pateiktas ankstesnio prekių ženklo ar kitos ankstesnės teisės savininko rašytinis sutikimas dėl vėlesnio ženklo registravimo. Ši nuostata leidžia, esant ankstesnės teisės savininko

¹³⁷ GOEBEL, B.; GROESCHL, M. The Long Road to Resolving Conflicts Between Trademarks and Geographical Indications. In *The Trademark Reporter* [interaktyvus]. 2014 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20104/vol104_no4_a1.pdf>, p. 836.

¹³⁸ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2009 m. sausio 7 d. sprendimas *Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. v Putsch GmbH C-100/02, EU:C:2004:11*.

sutikimui, koegzistuoti rinkoje abiem žymenims, iš kurių abu yra prekių ženklai, arba vienas yra prekių ženklas, o kitas gali būti geografinis žymuo. Taigi galima teigti, kad pagal Prekių ženklų įstatymo nuostatas pats koegzistavimas savaime yra leidžiamas reiškinys.

Kita vertus, koegzistavimas gali kelti klausimų dėl atitikties Konkurencijos įstatymo bei Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymo nuostatomis. Ankstesnėje šio darbo dalyje jau išanalizuota, kad Konkurencijos įstatymo 15 str. 1 d. draudžia atlikti bet kuriuos veiksmus, prieštaraujančius ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams, kai tokie veiksmai gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti, įskaitant savavališką naudojimą žymens, kuris yra tapatus ar panašus į kito ūkio subjekto pavadinimą, registruotą prekių ženklą ar neregistruotą plačiai žinomą prekių ženklą, ar kitą pirmumo teise naudojamą žymenį su skiriamuoju požymiu, jeigu tai sukelia ar tikėtina, kad gali sukelti painiavą su šiuo ūkio subjektu ar jo veikla, arba jeigu siekiama nesąžiningai pasinaudoti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba jeigu dėl to gali nukentėti šio ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba jeigu dėl to gali susilpnėti šio ūkio subjekto naudojamo ženklo ar žymens skiriamasis požymis. Atsižvelgiant į aptariamą nuostatą, galima būti teigti, kad geografinių žymenų ir prekių ženklų koegzistavimas yra nesuderinamas su Konkurencijos įstatymu. Visgi atkreiptinas dėmesys, kad aptariama nuostata draudžiami yra tik tokie veiksmai, kurie prieštarauja ūkinės veiklos sąžiningai praktikai. Tuo tarpu geografinių žymenų ir prekių ženklų koegzistavimas yra leidžiamas tik tada, kai abi ginčo šalys yra sąžiningos, turinčios teisėtą interesą naudoti ginčo žymenis. Todėl, autorės nuomone, toks geografinių žymenų ir prekių ženklų koegzistavimas nelaikytinas prieštaraujančiu ūkinės veiklos sąžiningai praktikai.

Panašiai yra ir su Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymu, kurio 5 str. 3 d. numatoma vartotojų apsauga nuo klaidinančios veiklos. Tokia klaidinanti veikla apima produkto rinkodarą, įskaitant lyginamąją reklamą, kurioje produktas painiojamas su kitais produktais, prekių ženklais, komercinės veiklos subjekto pavadinimais ar kitais žymenimis su skiriamaisiais požymiais. Taigi, galima būtų teigti, kad geografinių žymenų ir prekių ženklų koegzistavimas taip pat nėra suderinamas su Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymu. Visgi, kaip anksčiau pažymėta šiame darbe, Prekių ženklų įstatymo 8 str. 4 d. leidžia, esant ankstesnės teisės savininko sutikimui, koegzistuoti rinkoje abiem žymenims, todėl savaime koegzistavimas nėra laikomas vartotojus klaidinančia veikla. Be to, nors geografinių žymenų ir prekių ženklų koegzistavimas iš tiesų gali sukelti painiavą vartotojų tarpe, siekiant eliminuoti šį trūkumą pritariama S. Stern, kad, siekiant vartotojų teisių apsaugos koegzistavimo atveju, žymenų savininkų teisės turėtų būti susietos su įpareigojimu pažymėti naudojamą prekių

ženklą arba geografinį žymenį atitinkamu simboliu, nurodančiu, kad prekių ženklas arba geografinis žymuo konkrečiu atveju yra naudojamas būtent kaip prekių ženklas arba kaip geografinis žymuo¹³⁹. Manytina, informuoti vartotoją apie tai, kad konkrečiu atveju prekių ženklas arba geografinis žymuo yra naudojamas būtent kaip prekių ženklas arba kaip geografinis žymuo galima bet koku kitu būdu ar forma – svarbiausia, kad vartotojo suklaudinimo galimybės būtų sumažintos iki minimumo ir vartotojas galėtų priimti informuotą sprendimą dėl konkretios prekės įsigijimo. Pavyzdžiui, ES lygiu gaminiai, turintys ryšį su konkrečia geografine vietoje, kuriai suteiktas saugomos kilmės vietos nuorodos arba saugomos geografinės nuorodos statusas, yra žymimi specialiais ženklais, aiškiai informuojančiais vartotoją apie gaminio išskirtinumą – kilmės vietos nuoroda arba geografine nuoroda suteiktą apsaugą. Toks žymėjimas yra naudingas ne tik gamintojams, kurie gali išskirti gaminius iš kitų bei apsisaugoti nuo imitavimo, tačiau taip pat ir vartotojams, kadangi tokiu būdu mažinama vartotojų suklaudinimo galimybė: net ir rinkoje esant identiškam prekių ženklui vartotojas yra informuojamas apie tai, kad konkrečiu atveju būtent saugomos ES kilmės vietos nuorodos ar geografinės nuorodos ženklu pažymėtas gaminyje yra susijęs su geografine vietoje ir jo savybės atitinka kokybės reikalavimus, keliamus tokiu geografiniu žymeniu žymimiems gaminiams.

Pažymėtina, kad koegzistavimas kaip ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdas sulaukia ir daugiau kritikos teisės doktrinoje. Pirmiausia teigiama, kad koegzistavimas susilpnina anksčiau įgytų teisių į žymenį vertę¹⁴⁰. Taip pat sutinkama nuomonių, kad koegzistavimas visiškai neatitinka išimtinio teisių į prekių ženklą pobūdžio ir net yra antietiškas išimtinių nuosavybės teisių į prekių ženklą turėtojo atžvilgiu¹⁴¹. Galiausiai, diskusijų kelia tai, kad koegzistavimas gali paskatinti automatinį geografinių žymenų tapimą bendriniais pavadinimais¹⁴². Šiuo aspektu ES Teisingumo Teismas pasisakė, kad savaime prekių ženklo ir geografinio žymens koegzistavimas nenulemia geografinio žymens tapimo bendrinium pavadinimu. Geografinis žymuo tampa bendrinium

¹³⁹ STERN, S. Geographical Indications and Trade Marks: Conflicts and Possible Resolutions. *WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. California, 2003 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_sfo_03/wipo_geo_sfo_03_13.pdf>, p. 13.

¹⁴⁰ OHLGART, D. C. Geographical indications and trademarks: War or Peace? *European Communities Trade Mark Association, 25th Annual Meeting in Warsaw* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. Warsaw, 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ecta.org/IMG/pdf/Olghart_text_1_.pdf>, p. 3.

¹⁴¹ STERN, S. Geographical Indications and Trade Marks: Conflicts and Possible Resolutions. *WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. California, 2003 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_sfo_03/wipo_geo_sfo_03_13.pdf>, p. 12-13.

¹⁴² CASTELLANOS, E. C. Indications of Geographical Origin Vis-a-Vis Trademarks Analysis in the Light of 'Café De Colombia'. In *Tilburg Law School Research Paper* [interaktyvus]. 2010 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1652349>, p. 33.

pavadinimu tik tada, kai išnyksta tiesioginis ryšys tarp prekės geografinės kilmės ir jos kokybės, reputacijos ar kitų specifinių savybių, priklausomų nuo geografinės kilmės, ir pavadinimas, anksčiau buvęs geografiniu žymeniu, tiesiog apibūdina gaminio stilių arba rūšį¹⁴³.

Nepaisant išsakomos koegzistavimo kritikos, pripažįstama, kad principas *pirmas laike, pirmas teisėje* negali būti pripažįstamas automatiškai taikomu ir visada tinkamu ginčų sprendimo būdu, kadangi pasitaiko atveju, kai abi ginčo šalys turi teisėtą interesą toliau savo veikloje naudoti ginčo žymenis. Be to, automatiškas principo *pirmas laike, pirmas teisėje* taikymas tam tikromis aplinkybėmis gali nulemti nesąžiningo sprendimo priėmimą¹⁴⁴. Šiame kontekste pažymėtina, kad net JAV, kur geografiniai žymenis yra saugomi remiantis prekių ženklus reglamentuojančiomis nuostatomis ir ginčų sprendimui yra taikomas principas *pirmas laike, pirmas teisėje*, tam tikrais atvejais *de facto* yra suteikiama galimybė žymenims koegzistuoti. Taip yra dėl to, kad remiantis principu *pirmas laike, pirmas teisėje* ne visada yra pasiekiamas teisingas sąžiningų šalių atžvilgiu rezultatas¹⁴⁵.

Apibendrinant tai, kas išdėstyta aukščiau, teigtina, kad pagrindinis ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdas turėtų būti principo *pirmas laike, pirmas teisėje* taikymas. Visgi šio principo taikymas ne visada padeda teisingai išspręsti ginčą ir priimti tinkamą sprendimą sąžiningai ir teisėtai tam tikrą laiką tarpą žymenis naudojusią šalių atžvilgiu. Todėl tam tikrais atvejais turėtų būti paliekama galimybė koegzistuoti rinkoje ginčo geografiniam žymeniui ir prekių ženklui. Kadangi koegzistavimas gali sukelti painiavą vartotojų tarpe, siekiant eliminuoti šį trūkumą žymenų savininkų teisės turėtų būti susietos su įpareigojimu tam tikru būdu ar forma nurodyti šalia naudojamo prekių ženklo ar geografinio žymens, kad atitinkamas prekių ženklas arba geografinis žymuo konkrečiu atveju yra naudojamas būtent kaip prekių ženklas arba kaip geografinis žymuo. Taip maksimaliai būtų užtikrintos tiek vartotojų, tiek ir pačių koegzistuojančių žymenų savininkų teisės.

¹⁴³ Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2009 m. liepos 2 d. sprendimas *Bavaria NV and Bavaria Italia Srl v Bayerischer Brauerbund eV C-343/07, EU:C:2009:415*.

¹⁴⁴ GANGJEE, D. Quibbling Siblings: Conflicts between Trademarks and Geographical Indications. In *Chicago-Kent Law Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1000467>, p. 27, 43.

¹⁴⁵ TIBERTI, E. Geographical Indications and Trademarks: space for coexistence as an equitable solution. In *Rivista di diritto alimentare* [interaktyvus]. 2013 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://docenti.unimc.it/annalilaria.trape/teaching/2016/16030/files/presentation/GI%20and%20Trademarks.pdf>>, p. 68.

IŠVADOS IR PASIŪLYMAI

1. Prekių ženklų samprata tiek teisiniame reglamentavime, tiek ir teisės doktrinoje yra labiau nusistovėjusi ir aiški negu geografinių žymenų samprata. Daugiausiai problemų kelia teisės aktuose vartojamos ganėtinai skirtingos sąvokos geografiniams žymenims apibūdinti – dažniausiai yra vartojamos kilmės vietos nuorodos ir geografinės nuorodos sąvokos, tačiau, šio darbo autorės nuomone, apie konkrečią geografiniams žymenims apibūdinti vartojamą sąvoką galima kalbėti tik konkretaus taikytino teisės akto kontekste atsižvelgiant į visus tame teisės akte išskirtus kriterijus. Todėl, pateikiant geografinio žymens sampratą, taip pat svarbu yra analizuoti ją konkretaus teisės akto kontekste, išskiriant tame teisės akte nustatomus geografinių žymenų bruožus bei suteikiamos apsaugos ypatumus.
2. Geografinius žymenis ir prekių ženklus sieja nemažai panašumų, iš kurių pagrindinis, autorės nuomone, yra funkcinis – geografiniai žymenis ir prekių ženklai iš esmės atlieka tapačias pagrindines skiriamąją, informacinę, kokybės bei reklamos funkcijas. Kiti geografinių žymenų ir prekių ženklų panašumai, t. y. suteikiamos apsaugos ypatumai, reikalavimas abiem žymenims turėti skiriamąjį požymį, galimybė būti sudarytiems ne tik iš žodžių, bet ir iš simbolių, bei *de facto* neribotas suteikiamos apsaugos terminas išplaukia būtent iš funkcinio šių žymenų panašumo. Esminiai panašumai tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų nulemia, kad sprendžiant ginčus tarp šių žymenų nė vienam iš jų neturėtų būti suteikiamas pranašumas kito žymens atžvilgiu.
3. Iškilus ginčui tarp geografinio žymens ir prekių ženklo, pirmiausia yra vertintina vartotojų suklaidinimo dėl tikrosios prekių kilmės tikimybė – tai yra pastebima ir iš ES teisminių institucijų praktikos. Vartotojų suklaidinimo dėl tikrosios prekių kilmės tikimybė įvertinama analizuojant pakankamai informuoto, protingo, pastabaus ir nuovokaus vidutinio Europos vartotojo požiūrį į atitinkamus žymenis ir jų keliamas asociacijas. Tik nustatčius, kad egzistuoja reali vartotojų suklaidinimo dėl tikrosios prekių kilmės tikimybė, analizuotina, kuriam žymeniui suteiktinas prioritetas ir ar apskritai jis suteiktinas kažkuriam vienam iš žymenų.
4. Atsižvelgiant į šiame darbe ištirtą esminį geografinių žymenų ir prekių ženklų funkcinį panašumą bei remiantis atlikta šaltinių analize, principas *pirmas laike, pirmas teisėje* išskirtinas kaip pagrindinis ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdas. Taikant šį ginčų sprendimo būdą abu konfliktuojantys žymenis, atsiduria lygiavertėje padėtyje ir teisės suteikiamos tam subjektui, kuris jas

įgijo anksčiau. Visgi, autorės nuomone, tam tikrais atvejais, atsižvelgiant į ginčo aplinkybes, pirmiausia – į sąžiningą ir teisėtą žymenų naudojimą, turėtų būti paliekama galimybė koegzistuoti rinkoje ginčo geografiniam žymeniui ir prekių ženklui. Siekiant vartotojų teisių apsaugos geografinių žymenų ir prekių ženklų koegzistavimo atveju, žymenų savininkų teisės turėtų būti susietos su įpareigojimu pažymėti naudojamą prekių ženklą arba geografinį žymenį atitinkamu simboliu arba bet koku kitu būdu ar forma informuoti vartotojus, kad prekių ženklas arba geografinis žymuo konkrečiu atveju yra naudojamas būtent kaip prekių ženklas arba kaip geografinis žymuo – svarbiausia, kad vartotojas tokio žymėjimo dėka galėtų priimti informuotą sprendimą dėl konkrečios prekės įsigijimo, pavyzdžiui, ES lygiu gaminiai, turintys ryšį su konkrečia geografine vieta, kuriai suteiktas saugomos kilmės vietos nuorodos arba saugomos geografinės nuorodos statusas, yra žymimi specialiais ženklais, aiškiai informuojančiais vartotoją apie gaminio išskirtinumą – kilmės vietos nuoroda arba geografine nuoroda suteiktą apsaugą.

5. Kalbant apie ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimą Lietuvoje, viena vertus, galima teigti, kad Lietuvos Aukščiausiojo Teismo praktikoje yra įtvirtintas ginčų sprendimo būdas remiantis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis, tačiau faktiškai šiuo ginčų sprendimo būdu išnagrinėtoje praktikoje nesivadovauta. Praktiškai naujausioje Lietuvos teismų praktikoje taikomos yra ES teisėje įtvirtintos nuostatos dėl geografinių žymenų apsaugos ir laikomasi principo *pirmas laike, pirmas teisėje* ankstesnių saugomų geografinių žymenų atžvilgiu. Kadangi ginčų sprendimas remiantis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatomis, autorės nuomone, turėtų būti taikomas tik nesant atitinkamo žymens naudotojo suteikiamų teisių reglamentavimo arba negalint juo pasiremti dėl tam tikrų priežasčių, todėl principo *pirmas laike, pirmas teisėje* taikymas Lietuvoje laikytinas tinkama praktika. Taip pat rekomenduotina tam tikrais atvejais palikti galimybę koegzistuoti ginčo žymenims, kaip tai yra numatyta ES teisės aktuose.

ŠALTINIŲ SĄRAŠAS

I. Norminiai teisės aktai

Tarptautinės sutartys

1. 1883 m. Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo. *Valstybės žinios*, 1996, nr. 75-1796.
2. 1889 m. Madrido sutarties dėl tarptautinės ženklų registracijos protokolas. *Valstybės žinios*, 1997, nr. 50-1193.
3. 1891 m. Madrido sutartis dėl tarptautinės ženklų registracijos [interaktyvus]. [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<https://wipolex.wipo.int/en/text/283529>>.
4. 1957 m. Nicos sutartis dėl tarptautinės prekių ir paslaugų ženklų registravimo klasifikacijos, peržiūrėta Stokholme 1967 m. liepos 14 d., Ženevoje 1997 m. gegužės 13 d. ir pataisyta Ženevoje 1979 m. spalio 2 d. *Valstybės žinios*, 1996, nr. 92-2147.
5. 1958 m. Lisabonos susitarimas dėl kilmės vietos nuorodų apsaugos ir jų tarptautinės registracijos [interaktyvus]. [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<https://wipolex.wipo.int/en/text/283529>>.
6. 1969 m. Madrido sutartis dėl melagingų arba klaidinančių kilmės vietos nuorodas turinčių prekių sulaikymo [interaktyvus]. [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<https://wipolex.wipo.int/en/text/286776>>.
7. 1994 m. Sutartis dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba. *Valstybės žinios*, 2001, nr. 46-1620.
8. 2015 m. Lisabonos susitarimo dėl kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų Ženevos aktas [interaktyvus]. [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_239.pdf>.

Europos Sąjungos teisės aktai

9. 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 bei panaikinant Tarybos reglamentą (EEB) Nr. 1576/89. OL, 2008 L 39, p. 16-54.
10. 2012 m. lapkričio 21 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1151/2012 dėl žemės ūkio ir maisto produktų kokybės sistemų. OL, 2012 L 343, p. 1-29.

11. 2013 m. gruodžio 17 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 1308/2013 kuriuo nustatomas bendras žemės ūkio produktų rinkų organizavimas ir panaikinami Tarybos reglamentai (EEB) Nr. 922/72, (EEB) Nr. 234/79, (EB) Nr. 1037/2001 ir (EB) Nr. 1234/2007. OL, 2013 L 347, p. 671-854.
12. 2014 m. vasario 26 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 251/2014 dėl aromatizuotų vyno produktų apibrėžties, aprašymo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos, kuriuo panaikinamas Tarybos reglamentas (EEB) Nr. 1601/91. OL, 2014 L 84, p. 14-34.
13. 2015 m. gruodžio 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) Nr. 2015/2436 valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti. OL, 2015 L 336, p. 1-26.
14. 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo. OL, 2017 L 154, p. 1-99.
15. 2018 m. liepos 27 d. Europos Komisijos pasiūlymas dėl Tarybos sprendimo dėl Europos Sąjungos prisijungimo prie Lisabonos susitarimo dėl kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų Ženevos akto. COM(2018) 350 Final, 2018/0214 (NLE).

Lietuvos Respublikos teisės aktai

16. Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymas. *Valstybės žinios*, 1999, nr. 30-856.
17. Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos draudimo vartotojams įstatymas. *Valstybės žinios*, 2008, nr. 6-212.
18. Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymas. *Valstybės žinios*, 2000, nr. 92-2844.
19. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro įsakymas dėl žemės ūkio ir maisto produktų saugomų kilmės vietos nuorodų, saugomų geografinių nuorodų ir garantuotų tradicinių gaminių įregistravimo ir kai kurių žemės ūkio ministro įsakymų pripažinimo netekusiais galios. *Teisės aktų registras*, 2015-01-08, nr. 00309.

II. Specialioji literatūra

20. BIRŠTONAS, R., *et. al. Intelektinės nuosavybės teisė*. Vilnius: VĮ Registrų centras, 2010.
21. PRANEVIČIUS, G. Protection of Geographical Indications. *Jurisprudencija*, 2004, t. 58(50), p. 118-126.
22. SKUBISZ, R., *et. al. Prawo własności przemysłowej. System prawa prywatnego*. Warszawa: Instytut nauk prawnych PAN, 2017.

23. БЕЛОВ, В. В.; ВИТАЛИЕВ, Г. В.; ДЕНИСОВ, Г. М. *Интеллектуальная собственность. Законодательство и практика его применения*. Москва: Юрист, 1977.
24. BERESFORD, L. Geographical Indications: The Current Landscape. In *Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<https://ir.lawnet.fordham.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1385&context=iplj>>.
25. BLAKENEY, M.; EVANS, G. E. The Protection of Geographical Indication After Doha: Quo Vadis. In *Journal of International Economic Law* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://gaileevans.com/EvansGIsAfterDohaJIEL06.pdf>>.
26. BLAKENEY, M. Geographical Indications and TRIPS. In *UWA Faculty of Law Research Paper* [interaktyvus]. 2012 [žiūrėta 2019 m. sausio 12 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2177435>.
27. CASTELLANOS, E. C. Indications of Geographical Origin Vis-a-Vis Trademarks Analysis in the Light of 'Café De Colombia'. In *Tilburg Law School Research Paper* [interaktyvus]. 2010 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1652349>.
28. DUDDING, D. The Lisbon Agreement: why the United States should stop fighting the Geneva Act. In *Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law* [interaktyvus]. 2015 [žiūrėta 2019 m. vasario 25 d.]. Prieiga per internetą: <<http://go.galegroup.com/ps/anonymous?id=GALE%7CA451530849&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=1942678X&p=AONE&sw=w>>.
29. FRIEDMANN, D. Geographical Indications in the EU, China and Australia, WTO Case Bottling Up Over Prosecco. In *Peking University School of Transnational Law Research Paper* [interaktyvus]. 2018 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3218810>.
30. FRIEDMANN, D. TPP's Coup de Grâce: How the Trademark System Prevailed as Geographical Indication System. In *Paradigm Shift in International Economic Law Rule-Making, TPP as a New Model for Trade Agreements?* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3090172>.
31. GANGJEE, D. Genericide: The Death of a Geographical Indication? In *D Gangjee (ed) Research Handbook on Intellectual Property and Geographical Indications*

- [interaktyvus]. 2016 [žiūrėta 2019 m. sausio 12 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2923895>.
32. GANGJEE, D. Protecting Geographical Indications as Collective Trademarks: The Prospects and Pitfalls. In *IIP Bulletin* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.iip.or.jp/e/e_summary/pdf/detail2005/e17_14.pdf>.
33. GANGJEE, D. Quibbling Siblings: Conflicts between Trademarks and Geographical Indications. In *Chicago-Kent Law Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1000467>.
34. GANGJEE, D. Say Cheese! A Sharper Image of Generic Use Through the Lens of Feta. In *European Intellectual Property Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=980543>.
35. GERVAIS, D. A Look at the Geneva Act of the Lisbon Agreement: A Missed Opportunity? In *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development and Culture* [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. vasario 25 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.cambridge.org/core/books/geographical-indications-at-the-crossroads-of-trade-development-and-culture/look-at-the-geneva-act-of-the-lisbon-agreement-a-missed-opportunity/52372B397DDD26F800FC5E4821B8024C/core-reader>>.
36. GOEBEL, B.; GROESCHL, M. The Long Road to Resolving Conflicts Between Trademarks and Geographical Indications. In *The Trademark Reporter* [interaktyvus]. 2014 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%20104/vol104_no4_a1.pdf>.
37. HUGHES, J. Champagne, Feta and Bourbon: The Spirited Debate About Geographical Indications. In *Hastings Law Journal* [interaktyvus]. 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=936362>.
38. KEMP, D. J.; FORSYTHE, L. M. Trademarks and Geographical Indications: a Case of California Champagne. In *Chapman Law Review* [interaktyvus]. 2007 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.researchgate.net/publication/265041705_Trade_marks_and_Geographical_Indications_A_Case_of_California_Champagne>.

39. MAKRIS, D. Geographical Indicators: A Rising International Trademark Dispute Between Europe's Finest and Corporate America. In *Arizona Journal of International & Comparative Law* [interaktyvus]. 2016 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://arizonajournal.org/wp-content/uploads/2017/04/06_MAKRIS_V3.pdf>.
40. TIBERTI, E. Geographical Indications and Trademarks: space for coexistence as an equitable solution. In *Rivista di diritto alimentare* [interaktyvus]. 2013 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://docenti.unimc.it/annalilaria.trape/teaching/2016/16030/files/presentation/GI%20and%20Trademarks.pdf>>.

III. Teismų praktika

Europos Sąjungų teisminių institucijų sprendimai

41. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2004 m. sausio 7 d. sprendimas *Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co v. Putsch GmbH C-100/02, EU:C:2004:11*.
42. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2009 m. liepos 2 d. sprendimas *Bavaria NV and Bavaria Italia Srl v Bayerischer Brauerbund eV C-343/07, EU:C:2009:415*.
43. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2011 m. kovo 11 d. sprendimas *Anheuser-Busch Inc. v Budějovický Budvar, národní podnik C-96/09, EU:C:2011:189*.
44. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2011 m. liepos 14 d. sprendimas *Bureau National Interprofessionnel du Cognac v. Gust. Ranin Oy C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484*.
45. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2017 m. rugsėjo 14 d. sprendimas *European Union Intellectual Property Office v. Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto, IP C-56/16, EU:C:2017:693*.
46. Europos Sąjungos Teisingumo Teismas. 2018 m. birželio 7 d. sprendimas *Scotch Whisky Association v. Michael Klotz C-44/17, EU:C:2018:415*.
47. Europos Sąjungos Bendrasis Teismas. 2010 m. gegužės 11 d. sprendimas *Abadia Retuerta, SA v. Office for Harmonisation in the Internal Market (Trade Marks and Designs) (OHIM) T-237/08, EU:T:2010:185*.
48. Europos Sąjungos Bendrasis Teismas. 2015 m. liepos 14 d. sprendimas *Genossenschaftskellerei Rosswag-Mühlhausen eG v Office for Harmonisation in the Internal Market (Trade Marks and Designs) T-55/14, EU:T:2015:486*.

49. Europos Sąjungos Bendrasis Teismas. 2015 m. rugsėjo 18 d. sprendimas *Federación Nacional de Cafeteros de Colombia v Office for Harmonisation in the Internal Market (Trade Marks and Designs) T-359/14, EU:T:2015:651.*
50. Europos Sąjungos Bendrasis Teismas. 2017 m. vasario 2 d. sprendimas *Roberto Mengozzi v. European Union Intellectual Property Office, IP T-510/15, EU:T:2017:54.*

Lietuvos Respublikos teismų sprendimai

51. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2016 m. gegužės 19 d. nutartis civilinėje byloje akcinė bendrovė „Vilniaus degtinė“ v. akcinė bendrovė „Stumbras“, Nr. 3K-3-275-969/2016, kat. 2.7.4.
52. Lietuvos apeliacinio teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2015 m. lapkričio 4 d. sprendimas civilinėje byloje AB „Vilniaus degtinė“ v. AB „Stumbras“, Nr. 2A-628/2015, kat. 2.7.4.
53. Lietuvos apeliacinio teismo Civilinių bylų skyriaus teisėjų kolegija. 2019 m. kovo 20 d. sprendimas civilinėje byloje akcinė bendrovė „Vilniaus degtinė“ v. uždaroji akcinė bendrovė „MV GROUP Asset Management“, Nr. e2A-119-823/2019, kat. 2.7.4.1.

IV. Kiti šaltiniai

54. Lietuvos Respublikos užsienio reikalų ministerijos oficialus tinklapis [interaktyvus] [žiūrėta 2019 m. kovo 22 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.urm.lt/mission-geneva/lt/naujienos/pino-pasiektas-naujas-susitarimas>>.
55. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministerijos oficialus tinklapis [interaktyvus] [žiūrėta 2019 m. kovo 17 d.]. Prieiga per internetą: <<http://zum.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/maisto-sauga-ir-kokybe/produktai-su-saugomomis-nuorodomis/spiritiniai-gerimai>>.
56. Valstybinės maisto ir veterinarijos tarnybos oficialus tinklapis [interaktyvus] [žiūrėta 2019 m. kovo 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://vmvt.lt/maisto-sauga/maisto-produktai/geografines-ir-kilmes-vietos-nuorodos/produktu-kuriu-pavadinimai>>.
57. European Commission [interaktyvus] [žiūrėta 2019 m. kovo 22 d.]. Prieiga per internetą: <https://ec.europa.eu/info/news/eu-join-geneva-act-lisbon-agreement-better-protect-gis-2018-jul-27_en>.
58. European Union Intellectual Property Office (EUIPO). *Guidelines for Examination of European Union Trade Marks: Part B, Section 4, Chapter 10, Article 7(1)(j)*

- EUTMR [interaktyvus]. 2017 [žiūrėta 2019 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <<https://euipo.europa.eu/ohimportal/trade-mark-guidelines>>.
59. OHLGART, D. C. Geographical indications and trademarks: War or Peace? *European Communities Trade Mark Association, 25th Annual Meeting in Warsaw* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. Warsaw, 2006 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.ecta.org/IMG/pdf/Olghart_text_1_.pdf>.
60. Organization for an International Geographical Indications Network [interaktyvus] [žiūrėta 2019 m. kovo 22 d.]. Prieiga per internetą: <<https://www.origingi.com/medias/press-releases/archive/view/listid-6-contacts-uk/mailid-220-press-release-the-geneva-act-of-the-lisbon-agreement-on-appellations-of-origin-and-gis-adopted-at-diplomatic-conference.html>>.
61. STERN, S. Geographical Indications and Trade Marks: Conflicts and Possible Resolutions. *WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* [interaktyvi konferencijos medžiaga]. California, 2003 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_sfo_03/wipo_geo_sfo_03_13.pdf>.
62. World Intellectual Property Organization. *Intellectual Property Handbook: Second Edition* [interaktyvus]. 2008 [žiūrėta 2019 m. vasario 24 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/489/wipo_pub_489.pdf>.
63. World Intellectual Property Organization Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications. Fifth Session. *Possible Solutions for Conflicts between Trademarks and Geographical Indications and for Conflicts between Homonymous Geographical Indications* [interaktyvus]. 2000 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_5/sct_5_3.pdf>.
64. World Intellectual Property Organization Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Design and Geographical Indications. Ninth Session. *Geographical Indications and the Territoriality Principle* [interaktyvus]. 2002 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_9/sct_9_5.doc>.
65. World Intellectual Property Organization Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications. Ninth Session. *The Definition of Geographical Indications* [interaktyvus]. 2002 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_9/sct_9_4.pdf>.

66. World Intellectual Property Organization Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications. Tenth Session. *Geographical Indications* [interaktyvus]. 2003 [žiūrėta 2019 m. sausio 9 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_10/sct_10_4.pdf>.
67. World Trade Organization. *Report of the Panel* [interaktyvus]. 2005 m. kovo 15 d. [žiūrėta 2019 m. kovo 21 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/174r_e.pdf>.

SANTRAUKA

Šiame magistro darbe yra tiriamas santykis tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų, daugiausia dėmesio skiriant ginčams, kylantiems tarp šių žymenų, bei galimiems tokių ginčų sprendimo būdams.

Magistro darbo tikslas yra išnagrinėti santykį tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų, iš tokio santykio kylančius geografinių žymenų ir prekių ženklų ginčus bei pagrindinius jų sprendimo būdus. Remiantis tyrimo metu surinkta medžiaga siekiama identifikuoti problematiką, kylančią iš pagrindinių ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdų, bei pasiūlyti priemones jai išspręsti.

Darbas yra išskaidytas į tris atskiras dalis pagal jose aptariamus klausimus siekiant tinkamai identifikuoti problematiką, kilusią iš santykio tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų, o ypačingai iš šių žymenų ginčų sprendimo būdų, ją visapusiškai išnagrinėti ir pateikti nustatytų problemų sprendimo būdus.

Pirmojoje šio darbo dalyje nagrinėjama geografinių žymenų ir prekių ženklų samprata: pateikiamos šių žymenų apsaugos ištakos, analizuojamos geografinių žymenų ir prekių ženklų sąvokos, reglamentavimas bei suteikiamos apsaugos ypatumai.

Antrojoje darbo dalyje tiriami geografinių žymenų bei prekių ženklų panašumai ir skirtumai. Toks palyginimas padeda vėliau darbe nustatyti, kurie iš ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdų yra tinkamiausi atsižvelgiant į nustatytą nagrinėjamų žymenų panašumo laipsnį.

Trečiojoje magistro darbo dalyje apžvelgiami ginčai, praktikoje kylantys tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų, įvertinami pagrindiniai tokių sprendimo būdai bei, atsižvelgiant į identifikuotą konkrečių ginčų sprendimo būdų problematiką, formuluojami pasiūlymai ginčų sprendimo būdų trūkumams pašalinti.

Ištyrus pagrindinius ginčų tarp geografinių žymenų ir prekių ženklų sprendimo būdus bei kylančią problematiką, pateikiamos išvados bei apibendrinimai.

SUMMARY

Relation Between Geographical Indications and Trademarks: Arising Disputes and Methods Concerning their Settlement

This master thesis examines the relation between geographical indications and trademarks, focusing on disputes between these marks and possible methods concerning their settlement.

The aim of the master thesis is to examine the relation between geographical indications and trademarks, the resulting disputes between geographical indications and trademarks and the main ways to solve them. The material gathered during the study aims to identify issues arising from major dispute between geographical indications and trademarks resolution methods and to propose measures to resolve it.

The master thesis is divided into three separate parts according to the issues they deal with in order to properly identify the problems arising from the relation between geographical indications and trademarks, and in particular the dispute resolution between these marks, to fully analyze them and provide solutions to the problems identified.

The first part of this master thesis deals with the conceptions of geographic indications and trademarks: the origins of the protection of these marks, the concepts of geographic indications and trademarks, regulation and the peculiarities of protection provided.

The second part of the master thesis examines the similarities and differences between geographical indications and trademarks. Such a comparison helps to determine at a later stage which of the dispute resolution methods between geographical indications and trademark are the most appropriate in the light of the degree of similarity between the marks in question.

The third part of the master thesis reviews disputes that arise in practice between geographic indications and trademarks, assesses the main ways of solving such disputes and, taking into account the identified problems of specific dispute resolution methods, formulates suggestions for the elimination of shortcomings of dispute resolution.

After examining the main ways of resolving disputes between geographical indications and trademarks, as well as emerging issues, conclusions and generalizations are provided.