

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETO
TEISĖS FAKULTETO
CIVILINĖS IR KOMERCINĖS TEISĖS KATEDRA

LIUDAS KARNICKAS
(MAGISTRANTŪROS DIENINIŲ STUDIJŲ VERSLO TEISĖS PROGRAMA)

**PRAMONINĖS NUOSAVYBĖS APSAUGA IR NESĄŽININGOS KONKURENCIJOS
VEIKSMAI: AKTUALŪS TEORINIAI BEI PRAKTINIAI ASPEKTAI**

Magistro baigiamasis darbas

Darbo vadovas –
lekt. Danguolė Klimkevičiūtė

Konsultantas –
dr. doc. Dangutė Ambrasienė

Vilnius, 2007

TURINYS

IVADAS

Temos aktualumas ir problematika. Pramoninės nuosavybės objektų apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių svarba pripažinta jau praėjusio amžiaus pradžioje tarptautinės teisės aktuose įtvirtinus susiklosčiusią sąžiningą verslo praktiką iškreipiančių veiksnių draudimą. Intensyvėjant ir sudėtingėjant komerciniams santykiams teisinės apsaugos nuo nesąžiningo rinkos subjektų elgesio reikšmė vis auga. Pasaulyje vis labiau išryškėja laisvos rinkos dėsniais savo ekonomikas grindžiančių valstybių vyravimo tendencija. Šie socialinio - ekonominio pobūdžio veiksniai sudaro prielaidas ne tik laisvai konkurencijai kaip pagrindiniam pasiūlos - paklausos balansą užtikrinančiam veiksniumi, bet kartu ir piktnaudžiavimais ja tarp konkuruojančių subjektų atsirasti.

Verslo praktika rodo, jog sąžininga konkurencija rinkos savireguliacijos pagrindu praktiškai neatsiranda, todėl iškyla būtinybė efektyviai suregulmentuoti visuomeninius santykius teisinėmis priemonėmis tokiu būdu, kad būtų užtikrinami tiek pramoninės nuosavybės objektų savininkų, tiek visuomenės bei valstybės interesai. Šiems tikslams pasiekti sukurtas kompleksinis teisinis mechanizmas. Savininkas gali drausti konkurentams naudoti pramoninės nuosavybės objektus be jo sutikimo tiek įgyvendindamas savo išimtinės teisės, tiek pasitelkdamas apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos institutą. Nors šie teisėto pramoninės nuosavybės objekto savininko interesų gynimo būdai praktikoje itin aktualūs ir dažnai naudojami, juos siejantys sisteminiai ryšiai, santykis, taikymo specifika iki šiol stokoja tiek Lietuvos, tiek užsienio mokslinių tyrimų dėmesio. Tokią situaciją lengviau paaiškinti Lietuvos mastu, nes išsamesnis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos teisinis reguliavimas atsirado tik su 1999 m. redakcijos Konkurencijos įstatymu, o nacionaliniu lygiu teismų praktika šiuo klausimu dar tik formuojasi.

Mokslinių žinių (apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių taikymo sąlygų, jų ypatumų, santykio su išimtinėmis teisėmis garantuojama savininko interesų apsauga srityse) stoka reikalauja išsamios Lietuvoje galiojančio teisinio reglamentavimo bei užsienio valstybių teismų praktikos minėtais klausimais analizės. Užsienio valstybių teismų praktikoje pateikiamų išaiškinimų probleminiais apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių klausimais išdėstymas, įvertinimas bei apibendrinimas būtinas siekiant 1) nustatyti kriterijus, kurių atžvilgiu būtų pripažįstamas ar paneigiamas nesąžiningos konkurencijos veiksmo faktas, 2) suformuluoti nesąžiningos konkurencijos sampratą, 3) palengvinti tolesnį šio instituto teisinio reglamentavimo tobulinimą. Šios aplinkybės pagrindžia temos aktualumą.

Temos ištyrimo lygis. Teisinių tyrimų, kuriuose būtų nagrinėjama pramoninės nuosavybės objektų teisinė apsauga nesąžiningos konkurencijos veiksnių draudimo pagrindu nacionaliniu lygiu iki šiol nėra atlikta. Lietuvos mokslininkų tyrimai orientuoti į atskirų pramoninės nuosavybės objektų (pvz., plačiai žinomo prekių ženklo, Bendrijos prekių ženklo) teisinio reglamentavimo ypatumus¹, apsaugą išimtinių teisių pagrindu, išsamiau nesigilinant į specifinę jų apsaugą konkurencijos teisės priemonėmis. Nesąžiningos konkurencijos veiksnių draudimas, kaip pramoninės nuosavybės objektų teisinės apsaugos būdas, Lietuvos autorių darbuose minimas tik kaip galimybė, tačiau atskirai nenagrinėjamas.

Užsienio valstybių teisės moksle apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių problemoms tirti skirta kur kas daugiau dėmesio. Mokslinių studijų, analizavusių apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių instituto įgyvendinimo specifika, daugiausia atlikta bendrosios teisės sistemos valstybėse. Autoriai gilinasi į vadinamojo *passing off* ieškinio nesąžiningam konkurentui reiškimo sąlygas, analizuoja susiklosčiusią teismų praktiką, glaustai įvertina atskirus žalos atsiradimo atvejus, ženklo registraciją kaip nesąžiningos konkurencijos atvejį. Tarp tokių paminėtini Christopher Wadlow, J. Thomas McCarthy, L. Bently, B. Sherman, Jeremy Phillips, Beverly W. Patishall, Peter Joachim Kaufmann, David I. Bainbridge, W. R. Cornish, David T. Keeling, Hazel Carty, Tina Hart, Linda Fazani, F. W. Mostert, Maire Ni Shuilleabhain ir kt. Kontinentinės teisės tradicijos valstybėse išsamesnes apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių studijas yra publikavę Frauke Henning Bodewig, Anselm Kampermann Sanders ir Rogier W. de Vrey. Pastarųjų mokslininkų darbuose gilinamasi į apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos teisinio harmonizavimo Europos Sąjungos mastu galimybes. Be to, nesąžininga konkurencija nagrinėjama atsietai nuo pramoninės nuosavybės objektų teisinio reguliavimo, gilinantis į vartotojų teisių apsaugos problematiką.

Apžvelgus užsienio valstybių mokslininkų darbus, galima teigti, kad juose nagrinėti tik atskiri apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių aspektai, iš esmės neatskleidžiant šio instituto sampratos, taikymo sąlygų, santykio su išimtinių teisių į pramoninės nuosavybės objektus įgyvendinimu. Skiriamas menkas dėmesys kriterijams, kuriais remiantis konkretus elgesys galėtų būti kvalifikuojamas nesąžiningos konkurencijos aktu. Šiuo darbu kaip tik ir bus siekiama pateikti neatskleistų klausimų mokslinį įvertinimą.

Darbo problemos

¹ D. Klimkevičiūtė. Plačiai žinomų prekių ženklų apsauga (kai kurie teoriniai ir praktiniai aspektai) // Jurisprudencija. 2004, Nr. 55(47), P. 57-67; V. Mizaras. Bendrijos prekių ženklo apsaugos sistemos pagrindiniai principai // Justitia. 2004, Nr. 3(51), P. 22-30; Nr. 4 (52). P. 3-9; G. Pranevičius. Protection of geographical indications // Jurisprudencija. 2004, t. 58(50). P 118 -126.

1. teisės moksle nėra suformuluotos vieningos nesąžiningos konkurencijos veiksmų sąvokos bei požymių;
2. teisės mokslininkų darbuose nėra atskleistas santykis tarp pramoninės nuosavybės objektų teisinės apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų ir šių objektų gynimo išimtinėmis teisėmis. Tarpusavio ryšiai, siejantys minėtuosius teisinius pramoninės nuosavybės objektų gynimo būdus, reikalauja išsamesnio tyrimo;
3. mokslininkų darbuose nėra pateikta kriterijų, kuriais remiantis būtų galima konstatuoti konkrečių veiksmų priskirtinumą nesąžiningos konkurencijos aktui. Išsiaiškinus ir mokliškai pagrindus atsakymą į šį klausimą būtų atskleista apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų reikšmė pramoninės nuosavybės teisėje.

Darbo hipotezės:

1. apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų institutas yra būtina pramoninės nuosavybės objektų teisinės apsaugos priemonė;
2. apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų institutu suteikiama papildoma, lyginant su išimtinėmis teisėmis, pramoninės nuosavybės objektų apsauga.

Darbo objektas – Lietuvos ir tarptautiniuose teisės aktuose įtvirtinto nesąžiningos konkurencijos veiksmų draudimo reglamentavimas bei Lietuvos ir užsienio valstybių teismų praktikoje suformuluotos teisės aktų, reglamentuojančių nesąžiningos konkurencijos veiksmų draudimą, aiškinimo taisyklės.

Darbo dalykas. Siekiant išanalizuoti mokslinio darbo objektą bus tiriami nacionaliniai bei tarptautiniai teisės aktai, Lietuvos ir užsienio valstybių teismų sprendimai, kuriuose atskleisti nesąžiningos konkurencijos veiksmų draudimo reglamentavimo ypatumai.

Darbo tikslas – atsižvelgiant į pasirinktą tyrimo dalyką, išanalizuoti ir mokliškai įvertinti nesąžiningos konkurencijos veiksmų draudimo institutą.

Darbo uždaviniai. Siekiant užsibrėžto tikslo formuluojami tokie uždaviniai:

1. apibrėžti nesąžiningos konkurencijos veiksmų sąvoką;
2. išskirti ir išnagrinėti pagrindinius nesąžiningos konkurencijos veiksmų vertinimo kriterijus;
3. išanalizuoti nacionalinių ir užsienio valstybių teismų nesąžiningos konkurencijos veiksmų draudimo įgyvendinimo praktiką ir aptarti pagrindines tendencijas;
4. išanalizuoti nacionalines ir tarptautines nesąžiningos konkurencijos veiksmų draudimo teisės normas.

Darbo metodai. Tiriant mokslinio darbo dalyką bus naudojami šie teoriniai ir empiriniai metodai:

1. lyginimo metodas bus naudojamas, siekiant atskleisti skirtingus nacionalinės ir užsienio valstybių teismų praktikos pavyzdžius, nustatyti teismų praktikos ir teisės doktrinos neatitikimus;
2. sisteminės analizės metodas bus naudojamas siekiant suvokti nesąžiningos konkurencijos veiksmo esmę, analizuojant atskirus jo komponentus (pavyzdinius nesąžiningos konkurencijos veiksmus);
3. apibendrinimo metodas bus naudojamas siekiant išskirti bendruosius, esminius nesąžiningos konkurencijos draudimo reguliavimo principus ir tendencijas;
4. dokumentų analizės metodas bus naudojamas analizuojant nacionalinių ir tarptautinių teisės aktų nuostatas bei nacionalinių ir užsienio valstybių teismų sprendimų informaciją.

Darbe naudojamos pagrindinės sąvokos

Nesąžiningos konkurencijos veiksmas - deliktas, apimantis nepagrįstą konkurento pasinaudojimą kitam asmeniui priklausančių teisių teikiama komercine nauda.

Darbo teorinė ir praktinė vertė. Kadangi darbo objektas Lietuvoje išsamiau neanalizuotas, darbe pateikiamos mintys dėl apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto taikymo sąlygų bus vertinga medžiaga šioje srityje žinias gilinantiems teoretikams bei tolesnių mokslinių tyrimų šia tema prielaida. Apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto taikymui būtinų sąlygų analizė, esamos nacionalinių ir užsienio valstybių teismų praktikos šioje srityje apibendrinimas, santykio su išimtinių teisių taikymo atvejais atskleidimas prisidės prie nuoseklaus šio instituto taikymo praktikoje.

1. BENDRIEJI APSAUGOS NUO NESĄŽININGOS KONKURENCIJOS VEIKSMŲ INSTITUTO KLAUSIMAI

1.1. Nesąžiningos konkurencijos samprata

Pagrindiniu šiuolaikinės ekonomikos reguliavimo tikslu pripažįstamas laisvos konkurencijos rinkoje skatinimas ir palaikymas. Šio tikslo svarbą patvirtina jo nurodymas Lietuvos Respublikos Konstitucijos² (toliau - Konstitucija) 46 str. 4 d.: „Įstatymas draudžia monopolizuoti gamybą ir rinką, saugo sąžiningos konkurencijos laisvę.“ Nuostata nepalikti ūkinės veiklos savaiminei plėtrai, bet daryti jai reikiamą poveikį, pateisinama akivaizdžia socialine bei ekonomine efektyvios konkurencijos nauda. Konkurencijos laisvės užtikrinimas laikomas ne tik komercinių santykių dalyvių (vartotojų, verslininkų), bet apskritai visos ekonomikos (visuomenės) interesų apsaugos priemone. „Konkurencijos laisvė garantuoja teisę ūkio subjektams pasirinkti priemones, kuriomis jie konkuruoja, tačiau ši teisė nėra absoliuti – ją įgyvendinant negalima pažeisti kitų subjektų teisių ir teisėtų interesų (Konstitucijos 28 straipsnis)“³, todėl draudžiama atlikti nesąžiningos konkurencijos veiksmus⁴.

Elgesio modelius, patenkančius į minėtojo draudimo apimtį, nustatyti sunku, nes nesąžiningos konkurencijos sąvoka „neturi objektyvaus turinio“⁵. Priežastis ta, kad šia teisine kategorija žymima atskirų komercinėje praktikoje pasitaikančių veiksmų grupė, kuri priklausomai nuo istorinių aplinkybių kinta ir dėl to savitai plėtojasi atskirose jurisdikcijose. Šios priežastys užkerta kelią pateikti vieningą, visuotinai priimtą nesąžiningos konkurencijos sąvokos apibrėžimą. Todėl atskirų autorių darbuose⁶ nesąžiningos konkurencijos sąvoka apibrėžiama išvardinant nebaigtinį, atskirų komercinio elgesio modelių, traktuotinių neatitinkančiais nusistovėjusių verslo standartų, sąrašą: pvz., žymenų, klaidinančių dėl produkto kilmės, naudojimas; neteisėtas geografinių nuorodų naudojimas; konkurento gaminių imitavimas (angl. „*slavish imitation*“), klaidinanti lyginamoji reklama, komercinių paslapčių atskleidimas ir kt. Nurodomi ydingos verslo praktikos atvejai paprastai atitinka pavyzdinį Pasaulio Intelektinės Nuosavybės Organizacijos (toliau - PINO) administruojamos Paryžiaus konvencijos dėl pramoninės nuosavybės saugojimo⁷ (toliau – Paryžiaus konvencija) 10bis (3) str. nurodytą draudžiamų nesąžiningos konkurencijos veiksmų

² Lietuvos Respublikos Konstitucija // Valstybės žinios. 1992, Nr. 33-1014.

³ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2005 m. balandžio 25 d. civilinėje byloje Nr. 3K-3-223/2005.

⁴ Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. // Valstybės žinios. 1999, Nr. 30-856.

⁵ J. Thomas McCarthy. Trademarks and unfair competition. Second edition. – New York: Lawyers Co-operative Publ. Co., 1984. P. 12.

⁶ C. Wadlow. The law of passing off: unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 36; D. T. Keeling. Intellectual property rights in EU law. Volume 1. Free movement and competition law. – Oxford: Oxford university press, 2003. P. 219.

⁷ Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo // Valstybės žinios. 1996, Nr. 75-1796.

sąrašą. Akcentuotina, kad nesąžiningos konkurencijos veiksmai galimi tik tarp toje pačioje rinkoje veikiančių subjektų – konkurentų.

Apibrėžimo suformulavimą apsunkina abstraktus „nesąžiningumo“ reikalavimas, kurio prasmė atskleidžiama priklausomai nuo faktinių aplinkybių. „Nesąžiningu“ laikomas „susiklosčiusios praktikos, kurios laikomasi atitinkamoje verslo srityje, neatitinkantis komercinis elgesys.“⁸ Šios vertinamojo pobūdžio kategorijos prasmė suponuota egzistuojančių ekonominių bei etinių standartų⁹. Apibrėžiant „sąžiningumo“ turinį paprastai pasitelkiami dar abstraktesni kriterijai: pvz., „pareigos elgtis sąžiningai nesilaikymas, elgesys nepatenkantis į priimtino komercinio elgesio apimtį“¹⁰, „pareigos elgtis nepažeidžiant savininko turimų teisėtų lūkesčių“¹¹ nesilaikymas.

Nesąžiningos konkurencijos reikšmė su laiku kinta, nuolat atsiranda naujų draustinių veiksmų, todėl „nesant ribų kūrybingumui konkuruojant, neįmanoma suformuoti baigtinės definicijos“¹². Nei doktrinoje, nei teismų ar kitų institucijų praktikoje visaapimančios ir pakankamai lanksčios apibrėžti ateityje atsirasiančius nesąžiningos konkurencijos veiksmus definicijos iki šiol nėra suformuota.

Autorius sutinka, kad siekiant išsiaiškinti nesąžiningos konkurencijos prasmę, reiktų ją „kildinti ne iš semantinės [žodinės formuluotės] reikšmės, o iš šio instituto tikslo bei paskirties“¹³. Pačia bendriausia prasme, nesąžiningos konkurencijos taisyklėmis siekiama uždrausti konkurenciją iškreipiančius veiksmus rinkoje. Kitaip tariant, apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos taisyklėmis užtikrinamas kokybinis konkurencijos aspektas. Šiuo požiūriu, apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų institutas turi būti skiriamas nuo klasikinės konkurencijos teisės, kurios pagalba reguliuojama rinkos struktūra, šalinamos kliūtys laisvai konkurencijai (saugomas kiekybinis konkurencijos aspektas). Nors minėtų teisės normų grupių tikslas vienodas - efektyvaus rinkos ekonomikos funkcionavimo užtikrinimas, jo siekiama skirtingais būdais. „Konkurencijos teise siekiama išlaikyti konkurencijos laisvę <...>, o nesąžiningos konkurencijos

⁸ Taip bendroji nesąžiningumo samprata pateikiama Didžiosios Britanijos teismų praktikoje (*Gromax Platiculture Ltd v Don & Low Nonwovens Ltd*. [1999] R.P.C 367 // Office for harmonisation in the internal market. Bad faith case study // <http://oami.europa.eu/en/enlargement/pdf/badfaithCS3101.pdf>; prisijungimo laikas: 2007-12-07).

⁹ Nesąžiningos konkurencijos kategorijai būdingas „lankstumas“ teisės doktrinoje traktuojamas nevienareikšmiškai. Tai laikoma tiek sąvokos privalumu, tiek trūkumu. Abstrakčios formuluotės dėka sudaroma galimybė ją taikyti įvairiose situacijose, kita vertus, sąvokos abstraktumas apsunkina nuoseklios praktikos formavimąsi.

¹⁰ L. Benly, B. Sherman. *Intellectual property law*. Second edition. – Oxford: Oxford university press, 2004. P. 845.

¹¹ Europos Teisingumo Teismo 1999 m. vasario 23 d. sprendimas byloje Nr. C-63/97; Europos Teisingumo Teismo 2004 m. sausio 7 d. sprendimas byloje Nr. C-100/02; Europos Teisingumo Teismo 2004 m. lapkričio 16 d. sprendimas byloje Nr. C-245/02.

¹² J. Thomas McCarthy. *Trademarks and unfair competition*. Second edition. – New York: Lawyers Co-operative Publ. Co., 1984. P. 13.

¹³ W. E. Denham. No more than Lanham, no less than Paris?: A federal law on unfair competition // *Texas International Law Journal*. 2001, Nr. 36. P. 106.

teise - užtikrinti teisingą konkurenciją, reikalaujant rinkos dalyvius laikytis vienodų taisyklių.”¹⁴ Šiame darbe bus gilinamasi tik į su nesąžininga konkurencija susijusius klausimus.

Kita ne mažiau svarbi apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių instituto ypatybė – konkurento siekis įgyti nepagrįstą pranašumą konkurencinėje kovoje, vengiant įdėti pastangas sukurti prekės ar paslaugos kokybę ar kitas savybes, ir gaunant neproporcingą patirtiems kaštams naudą konkurento sąskaita (t.y. naudojimasis konkurento verslo idėja sutaupius laiko, nepatyrus kaštų jos kūrimui). Nustatant nesąžiningos konkurencijos veiksmą, turėtų būti atsižvelgiama tiek į objektyvaus (faktinė situacija), tiek į subjektyvaus pobūdžio (konkurento ketinimai) aplinkybes, susijusias su konkrečiu veiksmu. Nors kai kurie autoriai¹⁵ teigia, kad „subjektyvūs elementai nėra svarbūs vertinant komercinio elgesio sąžiningumą, <...> nustatant nesąžiningos konkurencijos veiksmus [turi būti] remiamasi objektyviais standartais“, būtina nepamiršti, kad būtent subjektyvus (sąžiningumo) faktorius paprastai turi reikšmės individualizuojant pažeidėjo atsakomybės dydį¹⁶.

Sprendžiant dėl konkurento veikslių nesąžiningumo svarbi apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių instituto paskirtis. Nesąžiningos konkurencijos teisė istoriškai susiformavo kaip „neregistruotų žymenų apsaugos priemonė, tuo tarpu prekių ženklų teisė numatė registruotų ženklų apsaugą“¹⁷. Iš to matyti, kad pradinė nesąžiningos konkurencijos teisės paskirtis buvo konkurentų tarpusavio (horizontalių) teisinių santykių reguliavimas. Vėliau į šio instituto taikymo apimtį pateko įvairesnio pobūdžio komercinės veiklos modeliai, pažeidžiantys tiek vartotojų, tiek visuomenės teisėtus interesus. Taigi pereita ir prie vertikalinių santykių (tarp vartotojo ir gamintojo) reguliavimo. Todėl „nesąžiningos konkurencijos paskirtis trejopa: konkurentų, vartotojų ir visuomenės interesų apsauga.“¹⁸ Autoriaus nuomone, sprendžiant apie konkretaus komercinio poelgio „nesąžiningumą“ reiktų atsižvelgti į visų paminėtų grupių interesus ir tik kompleksiskai juos įvertinus priimti atitinkamą sprendimą. Suabsoliutinus kuri nors vieną vertinamąjį aspektą, daroma išvada dėl konkretaus komercinio veiksmo nesąžiningumo gali skirtis.

Autoriaus nuomone, pakankamai tiksliai nesąžiningą konkurenciją apibrėžia A. K. Sanders: „bet koks konkurento veiksmas, siekiant pasisavinti kito asmens pramoninį ar komercinį pasiekimą verslo tikslais iš esmės nepakeičiant originalaus pasiekimo.“¹⁹

1.2. Apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių teisiniai pagrindai

¹⁴ Permanent Bureau of the Hague conference on private international law. Note on conflicts of laws on the question of unfair competition: Background and updated. P. 5 // http://www.hcch.net/upload/wop/gen_pd5e.pdf; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

¹⁵ Protection against unfair competition: analysis of the present world situation. - Geneva: WIPO publication No 725(E), 1994. P. 24.

¹⁶ Г. Боденхаузен. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: комменмарий. - Москва: Прогресс, 1997. С. 162.

¹⁷ W. E. Denham. No more than Lanham, no less than Paris?: A federal law on unfair competition. // Texas International Law Journal. 2001, Nr. 36. P. 106.

¹⁸ F. H. Bodewig. Unfair competition law: European Union and member states. – The Hague: Kluwer law international, 2006. P. 8.

¹⁹ A. K. Sanders. Unfair competition law: The protection of intellectual and industrial creativity. – Oxford: Clarendon press, 1997. P. 7.

1.2.1. Tarptautinio lygmens apsauga

Dėl galiojančių tarptautinės teisės aktų, reglamentuojančių pramoninės nuosavybės objektų apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos, gausos būtina apibrėžti, kurie nesąžiningos konkurencijos veiksmai bus nagrinėjami. Darbe bus gilinamasi į tuos apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmus, kurie yra draudžiami Lietuvos Respublikoje galiojančias teisės aktais.

Pirma, tarptautiniu lygiu apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos suteikiama Paryžiaus konvencijoje ir Pasaulinės Prekybos Organizacijos (toliau - PPO) administruojamoje 1994 m. Sutartyje dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba²⁰ (toliau - TRIPS sutartis).

Nesąžiningos konkurencijos veiksmų draudimas tarptautiniu lygiu įtvirtintas 1900 m. Briuselio konferencijoje papildžius Paryžiaus konvenciją 10bis (1) str., įtvirtinusi nacionalinio režimo principą apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos atžvilgiu. Paryžiaus konvencijos 10bis str. vėliau tobulintas įtraukiant nesąžiningos konkurencijos apibrėžimą, draustinų veiksmų pavyzdžius ir dabartinę formuluotę įgavo po 1958 m. Lisabonos konferencijos. Paryžiaus konvencijoje įtvirtintą draudimą verta panagrinėti išsamiau.

Paryžiaus konvencijos 10bis (1) str. nustatoma nacionalinio režimo principo pagrindu užtikrinti „šalių – Sąjungos narių piliečiams efektyvią apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos“. Ši nuostata, įpareigojanti valstybes nares garantuoti apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos, neįpareigoja valstybių narių priimti specialių teisės aktų tuo tikslu²¹. Užtikrindama apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos, kiekviena Paryžiaus sąjungos valstybė gali spręsti, kokie veiksmai patenka į nesąžiningos konkurencijos veiksmų kategoriją, tačiau - laikydamosi aptariamojo straipsnio 2 ir 3 dalyse įtvirtintų nuostatų²². Kaip jau minėta, Paryžiaus konvencijos 10bis (2) str. pateikia abstraktų nesąžiningos konkurencijos apibrėžimą („bet koks konkurencijos veiksmas, prieštaraujantis sąžiningiems pramonės ir prekybos reikalų vedimo papročiams“). Pažymėtina, kad apibrėžimas turi būti suprantamas kaip neapsiribojantis papročiais, galiojančiais konkrečioje Paryžiaus sąjungos valstybėje, o apimantis ir „tarptautinius sąžiningos prekybos papročius“²³. Pavyzdinis, tačiau nebaigtinis, draudžiamo komercinio elgesio formų sąrašas nurodomas 10bis (3) str.:

1) veiksmai, dėl kurių gali būti supainiotos įmonės, gaminiai ar konkurento pramoninė ar komercinė veikla. Nurodytas pasekmes paprastai sukelia tapačių ar panašių prekių ženklų

²⁰ Sutartis dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba. // Valstybės žinios. 1996, Nr. 46-1620.

²¹ Protection against unfair competition: analysis of the present world situation. - Geneva: WIPO publication No 725(E), 1994. P. 19; Г. Боденхаузен. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: комменмарий. - Москва: Прогресс, 1997. С. 163.

²² Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2003 m. balandžio 14 d. civilinėje byloje Nr. 3K-3-482/2003.

²³ Г. Боденхаузен. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: комменмарий. - Москва: Прогресс, 1997. С. 160.

naudojimas konkurentų komercinėje veikloje. Pripažįstama, kad šis draudimas „glaudžiai susijęs ir persidengia su prekių ženklų teise“.²⁴ Tai suprantama, nes tapačioms ar panašioms prekėms ar paslaugoms naudojant žymenis, panašius ar tapačius į konkurento, neišvengiamai atsiranda painiava. Juridinių asmenų pavadinimų apsauga irgi patenka į draudimo apimtį²⁵.

2) neteisingi teiginiai apie komercinę veiklą, kurie gali diskredituoti įmonės, gaminio reputaciją arba konkurento pramoninę ar prekybinę veiklą. Šiuo atveju draudžiama skleisti tikrovės neatitinkančią informaciją, siekiant suklaidinti ir pervilioti konkurento klientus. Toks elgesys paprastai nukreiptas konkuruojančio subjekto atžvilgiu, todėl visų pirma jo, o ne vartotojo interesai yra saugomi šiuo draudimu.²⁶

3) nuorodos arba teiginiai, kurie komercinėje veikloje gali suklaidinti visuomenę dėl prekės rūšies, gamybos būdo, savybių, tinkamumo naudojimui arba prekių kiekio. Ginčytinas teisės doktrinoje įtvirtintas teiginys, kad skirtingai nuo 10bis (2) str., šia norma draudžiamos „nuorodos arba teiginiai nukreipti į visuomenę“²⁷. Autoriaus nuomone, skleidžiant tikrovės neatitinkančius teiginius apie savo gaminius ar paslaugas, suklaidinami ir perviliojami konkurento klientai (kaip ir 10bis (2) str. atveju), dėl ko pažeidžiami būtent konkurento verslo interesai. Reiktų pritarti minčiai, kad „šiuo draudimu siekiama apginti (sąžiningą) konkurentą“²⁸.

Nors Paryžiaus konvencijos 10bis str. – vienintelis tiesiogiai draudžiantis nesąžiningos konkurencijos veiksmus, paminėtinos ir kitos nuostatos, papildančios šį draudimą. Paryžiaus konvencijos 10, 10ter (1) str. svarbūs, nes įpareigoja „garantuoti <...> teisėtas priemones“, kurios efektyviai apsaugotų nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų kilmės nuorodas. 6quinquies B d. 3 p. „nuostata suteikia valstybėms narėms galimybę atmesti arba pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia, jeigu ta registracija yra nesąžiningos konkurencijos aktas.“²⁹ „Apsaugai nuo nesąžiningos konkurencijos plačiaja prasme aktualios <...> Paryžiaus konvencijos 6sexies ir 8 straipsnio nuostatos“³⁰, saugančios paslaugų ženklus ir firmų vardus. Be to, nors Paryžiaus konvencijos 6bis (1) str. pirminė paskirtis saugoti plačiai žinomą prekių ženklą nesant registravimo fakto, tačiau šiuo teisiniu pagrindu remiamasi ir ginantis nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų, kai atsakovo registruotas ženklas yra „žinomo ženklo atkartojimas ar imitavimas, dėl kurio jis būti

²⁴ R. W. de Vrey. Towards a European Unfair Competition Law. A clash between legal families. A comparative study of English, German and Dutch law in light of existing European and international legal instruments. – Leiden: Martinus Nijhoff publishers, 2006. P. 14.

²⁵ F. W. Mostert. Famous and well-known marks. An international analysis. – London: Butterworths, 1997. P. 89.

²⁶ R. W. de Vrey. Towards a European Unfair Competition Law. A clash between legal families. A comparative study of English, German and Dutch law in light of existing European and international legal instruments. – Leiden: Martinus Nijhoff publishers, 2006. P. 15.

²⁷ Г. Боденхаузен. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: комменмарий. - Москва: Прогресс, 1997. С. 164.

²⁸ R. W. de Vrey. Towards a European Unfair Competition Law. A clash between legal families. A comparative study of English, German and Dutch law in light of existing European and international legal instruments. – Leiden: Martinus Nijhoff publishers, 2006. P. 15.

²⁹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2003 m. balandžio 14 d. civilinėje byloje Nr. 3K-3-482/2003.

³⁰ WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use (WIPO Publication No.489 (E))// <http://www.wipo.int/export/sites/www/about-ip/en/iprm/pdf/ch2.pdf>; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

gali supainiotas su kitu ženklu“. Apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos plačiai žinomų ženklų atžvilgiu nėra ribojama terminu.³¹

Aptariant Paryžiaus konvencijos 10bis str. prasmę, paminėtinos 1996 m. PINO priimtos „Standartinės nuostatos dėl apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos“³² (toliau - Nuostatos), išdėstančios rekomendacinę PINO poziciją dėl Paryžiaus konvencijos 10bis str. aiškinimo bei skirtos „palengvinti PINO dalyvėms <...> tobulinti nesąžiningos konkurencijos teisę“³³. Taigi Nuostatos, nors teisiškai neįpareigojančios, svarbios aiškinant apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos ribas ir santykį su pramoninės nuosavybės teise. Lyginant su Paryžiaus konvencijos 10bis str., Nuostatos išplečia nesąžiningais pripažįstamų veiksmų sąrašą (įtraukiat reputacijos pažeidimą ir konfidencialios informacijos atskleidimą) ir numato, kad nesąžiningos konkurencijos veiksmai galimi tiek ginčo šalims esant, tiek nesant konkurentais³⁴. Be to, Nuostatų 1 str. 2 d. pabrėžiama, kad apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų taikoma savarankiškai ir nepriklausomai nuo specialių pramoninės nuosavybės objektus reglamentuojančių įstatymų. Darytina išvada, kad Nuostatose įtvirtinamas „labai platus požiūris į nesąžiningos konkurencijos veiksmus“³⁵. Autoriaus nuomone, požiūris, kad nesąžininga konkurencija pripažintini ir veiksmai, atlikti konkurentu nesančio subjekto atžvilgiu, nėra tinkamas, nes neatitinka apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto paskirties (konkurento apsauga).

Kita aptartina tarptautinė sutartis – TRIPS sutartis, su kurios nuostatomis Lietuva privalėjo suderinti nacionalinę teisę prieš tapdama PPO nare. Savarankiška apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos joje nėra suteikiama. Tačiau pagal TRIPS sutartį Paryžiaus konvencijos 10bis str. reikalavimai valstybių dalyvių privalomai taikytini geografinių nuorodų (22-24 str.) bei komercinių paslapčių (34 str.) atžvilgiu. Analizuojant TRIPS sutarties 2 str. (įpareigojantį TRIPS sutarties valstybės dalyvės taikyti Paryžiaus sutarties 1-12 bei 19 straipsnius TRIPS sutarties II, III, IV dalies atžvilgiu), darytina išvada, kad valstybėms narėms nustatoma pareiga garantuoti Paryžiaus konvencijos 10bis str. laikymąsi ir prekių ženklų (TRIPS sutarties II dalies) atžvilgiu.

Specialios teisės normos, skirtos pramoninės nuosavybės apsaugai nuo nesąžiningos konkurencijos, nėra įtvirtinta nei pirminėje nei antrinėje Europos Sąjungos teisėje, todėl galima teigti, kad Europos Sąjungos lygiu tokio pobūdžio apsauga nesuteikiama. 1993 m. gruodžio 20 d.

³¹ Paryžiaus konvencijos dėl pramoninės nuosavybės saugojimo 6bis (3) str.// Valstybės žinios. 1996, Nr. 75-1796.

³² WIPO Model provisions on protection against unfair competition. Articles and notes. // http://209.85.129.104/search?q=cache:VgflkjEFJhUJ:www.wipo.org/cfdiplaw/en/trips/pdf/unfair_competition.pdf+www.wipo.org/cfdiplaw/en/trips/pdf/unfair_competition.pdf&hl=lt&ct=clnk&cd=1&gl=lt; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

³³ C. Gielen. WIPO and unfair competition // European Intellectual Property Review. 1997, Nr. 19(2). P.81.

³⁴ Nuostatų 1 (1) (a) str.: „<...> bet koks veiksmas ar praktika, prieštaraujantis sąžiningiems pramonės ir prekybos reikalų vedimo papročiams laikytinas nesąžininga konkurencija.“ Tuo tarpu pagal Paryžiaus konvencijos 10bis (2) str. „Nesąžininga konkurencija laikomas bet koks konkurencijos veiksmas, prieštaraujantis sąžiningiems pramonės ir prekybos reikalų vedimo papročiams.“

³⁵ W. R. Cornish. Geneva bootstraps // European Intellectual Property Review. 1997, Nr. 19(7).

Tarybos Reglamentas Nr. 40/94/EB dėl Bendrijos prekių ženklo³⁶ (toliau – Reglamentas Nr. 40/94/EB) 14 str. 2 d. bei 1988 m. gruodžio 21 d. Pirmosios tarybos Direktyvos valstybių narių įstatymams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti³⁷ (toliau – Direktyva Nr. 89/104/EEB) preambulės 5 p. nedraudžia šalims, kilus konfliktui tarp prekių ženklų taikyti „kitų valstybių narių įstatymų nuostatas, tokias kaip nesąžiningą konkurenciją <...> reglamentuojančias nuostatas“.

1.2.2. Nacionalinio lygmens apsauga

Apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos tam tikru būdu užtikrinama visose valstybėse, kuriose funkcionuoja laisvos rinkos ekonomika³⁸. Lyginimo metodu vertinant nacionaliniu lygiu įtvirtintus Paryžiaus konvencijos 10bis (1) str. įtvirtintos pareigos garantuoti efektyvią apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos mechanizmus, galėtume išskirti dvi pagrindines jų grupes, kuriose:

- 1) apsauga suteikiama specialaus bendrosios teisės sistemoje susiformavusio delikto (angl. k. *tort of passing off*) pagrindu (pvz., Didžioji Britanija, JAV);
- 2) apsauga suteikiama norminio teisės akto, reglamentuojančio apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių, nuostatų pagrindu (pvz., Vokietija, Belgija)³⁹.

Pirmuoju atveju apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos pagrindu yra teismų praktikoje formuojamų precedentų visuma. *Passing off* deliktas yra paremtas principu „niekas neturi teisės pateikti savo gaminio kaip kieno nors kito gaminio“⁴⁰. Šio delikto tikslas „apsaugoti reputaciją rinkoje turintį gamintoją tuo pačiu ginant vartotojų interesus nuo klaidinimo dėl gaminio tapatybės“⁴¹. Siekiant pasinaudoti *passing off* institutu, įrodinėti teismų praktikos suformuoti penki kriterijai: 1) suklaudinimą (angl. k. *misrepresentation*), 2) gamintojo atliktą komercinėje veikloje, 3) nukreiptą į produktų galutinius vartotojus bei 4) galintį pakenkti kito asmens reputacijai ir 5) sukeltą nuostolius <...>⁴². *Passing off* institutu nėra galimybės pasinaudoti, jei ieškovo ir atsakovo nesieja „bendra veiklos sritis“⁴³, taigi šis institutas bendrosios teisės sistemos valstybėse taikomas tik konkurentų atžvilgiu. Dėl įvairių *passing off* delikto apimtį patenkančių verslo praktikos formų, *passing off* suprantamas kaip nesąžiningos konkurencijos deliktas⁴⁴. Klaidinimas

³⁶ 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos Reglamentas Nr. 40/94/EB dėl Bendrijos prekių ženklo. OL L 11, 1994 I 14, P. 1-36.

³⁷ 1988 m. gruodžio 21 d. Pirmoji tarybos Direktyva valstybių narių įstatymams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti Nr. 89/104/EEB. OL L 40, 1989 2 11, P. 1-7.

³⁸ Protection against unfair competition: analysis of the present world situation. - Geneva: WIPO publication No 725(E), 1994. P. 15.

³⁹ Išskiriama pagal A. K. Sanders. Unfair competition law: The protection of intellectual and industrial creativity. – Oxford: Clarendon press, 1997. P. 6.

⁴⁰ Reddaway v Bentham [1896] AC 199, 13 R.P.C. 218.

⁴¹ H. Carty. Passing off and the instruments of deception: the need for clarity. European Intellectual Property Review. 2003, Nr. 25(4). P. 188.

⁴² Erven Warnink v J. Townend & Sons (Hull) Ltd [1979] 2 All ER 927.

⁴³ McCulloch v May [1965] R.P.C. 58.

⁴⁴ P. Torremans. Holyoak and Torremans Intellectual property Law. Fourth edition. - Oxford: Oxford university press, 2005. P. 450.

(angl. *misrepresentation*) – svarbiausias *passing off* delikto elementas. Tipinis klaidinimo atvejis – tai atsakovo gaminio pateikimas rinkai tokiu būdu, kad sudaromas gaminio, kaip kilusio iš ieškovo ar su juo susijusio subjekto, įvaizdis. „Klaidinimas apima bet kokių ieškovą identifikuojančių žymenų naudojimą: ženklo, pavadinimo, pakuotės ar gaminio išorės formos, šūkių ir kitų“⁴⁵. Kadangi D. Britanijos teismų praktika dėl *passing off* instituto taikymo yra gausi ir išvystyta, ja bus remiamasi darbe atskleidžiant apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių specifika.

Antruoju atveju paprastai priimami specialūs teisės aktai, skirti reglamentuoti apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos, arba tokio pobūdžio taisyklės įtvirtinamos atskiriomis nuostatomis platesnio taikymo aktuose. „Bendrasis nesąžiningos konkurencijos draudimas įprastai formuluojamas Paryžiaus konvencijos 10bis (2) str. pagrindu, papildomai jį detalizuojant specialiais draustinos verslo praktikos modeliais.“⁴⁶ „Nors daugelis valstybių yra priėmę papildomus teisės aktus, reguliuojančius [konkrečią ūkinę veiklą] <...> bazinis teisinis pagrindas apsaugai išlieka konkreti nesąžiningą konkurenciją draudžianti nuostata.“⁴⁷ Lietuvos Aukščiausiasis Teismas (toliau - LAT), aiškindamas 1992 m. redakcijos Konkurencijos įstatymo ir kitų teisės aktų santykį, tai patvirtino: „teismas, nagrinėdamas ginčus, susijusius su nesąžininga konkurencija, turi išsiaiškinti, ar, be Konkurencijos įstatymo bendrųjų normų, ginčo santykiui turi būti taikomos ir specialios, vienaip ar kitaip su nesąžininga konkurencija susijusios, normos, nustatytos kituose įstatymuose.“⁴⁸

Doktrinoje sutinkama nuomonė⁴⁹, kad išskirtina ir trečia galima apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos valstybių grupė, būtent suteikiančių apsaugą generalinio delikto doktrinos (pagal kurią privaloma laikytis bendros pareigos elgtis taip, kad nebūtų padaroma žalos kitam asmeniui) pagrindu (pvz., Prancūzija). Autoriaus nuomone, kadangi trečiojo tipo apsaugos mechanizmas suteikiamas norminio akto, nustatančio deliktinę atsakomybę, pagrindu, jį galima būtų priskirti prie antrosios grupės. Nė vienos formos negalime laikyti pranašesne, nes bendro pobūdžio pareigai garantuoti efektyvią apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių (Paryžiaus konvencijos 10bis (1) str.) įvykdyti skirtingose valstybėse tinkamas skirtingas modelis.

Lietuvos Respublikos civilinio kodekso⁵⁰ (toliau - CK) 6.246 str. 1 d., 6.263 str. 1 d. įtvirtintas generalinio delikto principas. Tai reiškia, kad dėl nesąžiningos konkurencijos veikslių atsiradusi žala visais atvejais gali būti reikalaujama atlyginti deliktinės atsakomybės pagrindais (kaip

⁴⁵ R. W. de Vrey. Towards a European Unfair Competition Law. A comparative study of English, German and Dutch law in light of existing European and international legal instruments. – Leiden: Martinus Nijhoff publishers, 2006. P. 236.

⁴⁶ WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use (WIPO Publication No.489 (E)). Para 2.765 // <http://www.wipo.int/export/sites/www/about-ip/en/iprm/pdf/ch2.pdf>; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

⁴⁷ Ten pat, Para 2.766.

⁴⁸ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 1998 m. rugsėjo 14 d. civilinėje byloje Nr. 3K-53/98.

⁴⁹ Protection against unfair competition: analysis of the present world situation. - Geneva: WIPO publication No 725(E), 1994. P. 15.

⁵⁰ Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas // Valstybės žinios. 2000, Nr. 74-2262.

bendros pareigos laikytis tokio elgesio taisyklių, kad savo veiksmais nesukeltume kitam asmeniui žalos pažeidimas). Be to, pagal CK 1.137 str. 4 d. civilinių teisių įgyvendinimas negali būti naudojamas nesąžiningai ir ne pagal įstatymus riboti konkurenciją, taigi draudžiama atlikti veiksmus, sudarančius kliūtis konkuruoti atitinkamoje rinkoje, galinčius susilpninti, iškraipyti ar kitaip neigiamai paveikti konkurenciją⁵¹. Kadangi esminės apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos nuostatos Lietuvoje įtvirtintos Konkurencijos įstatymo 16 str., Lietuvoje įtvirtinta antrosios formos apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos.

Pastebėtina, kad Konkurencijos įstatymo 16 str. turinys artimas Paryžiaus konvencijos 10bis str. formuluotei. Tai pagrindžia Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. įtvirtinta bendro veiksmų, „prieštaraujančių ūkinės veiklos sąžiningai praktikai ir geriems papročiams“ draudimo formuluotė.

Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. konkretizuoja minėtą nuostatą, uždrauddamas „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 <...>“. Siekdamas pasinaudoti minėtu draudimu, ieškovas privalo įrodyti vieną iš keturių alternatyvių atsakovo veiksmais sukeltų pasekmių: 1) realios ar tikėtinos painiavos su kito ūkio subjektu ar jo veikla sukėlimą arba 2) siekį nesąžiningai pasinaudoti kito ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba 3) tai, kad gali nukentėti kito ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacija, arba 4) gali susilpnėti kito ūkio subjekto naudojamo ženklo ar žymens skiriamasis požymis. Įvertinus minėtąsias sąlygas, darytina išvada, kad siekiant įrodyti konkurento veiksmų nesąžiningumą, ieškovui nereikia įrodyti neigiamų padarinių fakto, pakanka įrodyti jų atsiradimo tikimybę (išskyrus antrąją sąlygą, kai įrodinėtinas veiksmų tikslas). Pagal Konkurencijos įstatymo 16 str. 2 d., „tapataus ar panašaus pavadinimo, prekės ženklo ar kito žymens naudojimu nelaikoma“, kai atsakovas sąžiningas („ėmėsi priemonių klaidinimui dėl ūkio subjekto ar prekės tapatybės išvengti“) ir turi subjektinę teisę į konkretų žymenį („pavadinime, prekės ženkle ar žymenyje naudojamas įmonininko, kontrolinio akcijų paketo savininko ar steigėjo vardas ar pavardė“).

Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 2 p. draudžia „ūkio subjektų klaidinimą pateikiant jiems neteisingą ar nepagrįstą informaciją apie savo ar kito ūkio subjekto prekių kiekį, kokybę, sudėtines dalis, vartojimo savybes, pagaminimo vietą, būdą, kainą ar nutylint apie riziką, susijusią su šių prekių vartojimu, perdirbimu ar kitokiu naudojimu.“ Kai kurių autorių nuomone, šis draudimas taikytinas tik įrodžius, atsakovo naudos siekimą sau ar žalos kitam ūkio subjektui padarymą⁵². Su šia

⁵¹ Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 3 str. 3 d. // Valstybės žinios. 1999, Nr. 30-856.

⁵² D. Švirinas. Konkurencijos teisės paskaitos. 5 tema. Nesąžininga konkurencija // <http://www3.mruni.lt/~daivis/userfiles/1108464675.pps#258,3,Slide 3>; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

mintimi sutikti sunku. Pirma, įstatymas to nenumato. Antra, įtvirtintas draudimas atitinka Paryžiaus konvencijos 10bis str. (2) ir (3) d. formuluotę, todėl analizuojamą nuostatą būtina aiškinti sistemiškai su Paryžiaus konvencijos 10bis str. (2) ir (3) d., pagal kurias „pakanka bet kokio konkurento diskreditavimo skleidžiant tikrovės neatitinkančius teiginius, galinčius įtakoti jo gamybos apimtį ar teikiamas paslaugas“⁵³. Todėl reikalavimas ieškovui įrodyti „atsakovo naudos siekimą sau ar žalos kitam ūkio subjektui padarymą“ neatitiktų Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 2 p. paskirties ir todėl netaikytinas. Konkurencijos įstatymo 16 str. 3 d. paaiškinama, kad į analizuojamą draudimą patenka ir neteisingos ir nepagrįstos „visokiais būdais pateikiamos geografinės nuorodos“.

Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 5 p. draudžia „kito ūkio subjekto gaminio ar jo pakuotės imitavimą, to gaminio ar pakuotės formos, spalvos ar kitų skiriamųjų požymių kopijavimą“. Draudimas galioja esant bent vienai iš sąlygų: 1) veiksmai gali klaidinti dėl gaminio tapatybės arba 2) veiksmis siekiama, pasinaudojant kito ūkio subjekto reputacija, gauti nesažiningos naudos. Prekės išorės ar pakuotės formos imitavimu nelaikomi tokie veiksmai, kuriais norima pasiekti tam tikrų prekęs ar jos pakuotės funkcinių savybių, su sąlyga, kad šiuos veiksmus atliekantis asmuo imasi priemonių išvengti kitų ūkio subjektų ar vartotojų klaidinimo dėl gamintojo ar prekęs tapatybės⁵⁴.

Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. nurodyti pagrindai (skirtingai nei Paryžiaus konvencijos 10bis str.) nėra tinkami prekių ženklo registracijai pripažinti negaliojančia. LAT yra konstatavęs⁵⁵, kad „[Konkurencijos įstatymas](#) <...> nereglamentuoja prekių ženklų registracijos ir registracijai keliamų reikalavimų, o tai reguliuoja specialių teisės aktų - [Prekių ženklų įstatymo](#) (1993 m. [PPŽĮ 1](#) straipsnio 1 dalis, 2000 m. [PŽĮ 1](#) straipsnio 1 dalis) Paryžiaus Konvencijos atitinkamos normos.“ Dėl šios priežasties skirtingiems materialiniams teisiniams santykiams reguliuoti skirtomis Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. nuostatomis siekiant pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia būtų prieštaraujama Konkurencijos įstatymo paskirčiai. Tačiau Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. taikytinas uždraudžiant naudoti neregistruotą žymenį arba ženklą, kurio registracija pripažinta negaliojančia.

Įvertinus Lietuvoje galiojančius teisės aktus, reglamentuojančius apsaugą nuo nesažiningos konkurencijos, darytina išvada, jog minėtųjų draudimų tikslas – suteikti konkurentui plataus pobūdžio teisinę apsaugą nuo galimų konkurento ketinimų piktnaudžiauti svetimais pasiekimais (pvz., registruoto ar neregistruoto žymens žinomumu, jo reputacija ir t.t.). Svarbu pastebėti, kad

⁵³ Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: комменмарий. Москва: Прогресс, 1997. С. 163-164.

⁵⁴ Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 16 str. 5 d. // Valstybės žinios. 1999, Nr. 30-856.

⁵⁵ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2003 m. kovo 26 d. civilinėje byloje Nr. 3K-3-374/2003.

nesąžiningos konkurencijos teisės pagrindu gali būti ginami ir išimtinėmis teisėmis saugomi pramoninės nuosavybės objektai. Susidaro situacija, kai to paties pramoninės nuosavybės objekto atžvilgiu galioja dviguba apsauga. Tai suponuoja būtinybę atriboti atvejus, kada pramoninės nuosavybės objektams saugoti nepakanka pramoninės nuosavybės teisės priemonių ir būtina pasitelkti apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos teisinius instrumentus. Šio santykio išsiaiškinimas leistų identifikuoti atvejus, kai konkretus išimtinių teisių į pramoninės nuosavybės objektą pažeidimas turėtų būti kvalifikuojamas kartu ir nesąžiningos konkurencijos veiksmu. Šiam santykiui atskleisti skiriamas didžiausias dėmesys darbe.

1.3. Apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių ir išimtinių teisių į pramoninės nuosavybės objektus santykis

Lyginant Konkurencijos įstatymo 16 str. įtvirtinto draustinių nesąžiningos konkurencijos veikslių sudėtis su pramoninės nuosavybės įstatymuose numatytų išimtinių teisių taikymo apimtimi pastebėtinas draudimų panašumas, sudarantis įspūdį, kad tam tikrais atvejais galima dviguba apsauga.

Pramoninės nuosavybės teisės aktais įtvirtintos apsaugos ir apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos taikymo ribos ir tarpusavio santykis tampa problemiškesnis plečiantis specialias teisės aktais (pvz., Europos prekių ženklų direktyva, TRIPS sutartis) numatomai objektų apsaugai⁵⁶. Ši problema verčia nustatyti atvejus, kada apsaugos nuo nesąžiningo konkurencijos veikslių institutas yra savarankiškas ir papildo specialiais pramoninės nuosavybės teisės aktais suteikiamą apsaugą, o kada tik dubliuoja išimtinėmis teisėmis numatytus draudimus. Teisės doktrinoje⁵⁷ įprastai išskiriami du atvejai, kai apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių laikytina savarankišku ieškovo teisių gynimo pagrindu.

Pirma, apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos galima, kai apsaugos objektas apskritai nesaugomas specialiais teisės aktais. Tai tokie objektai, kurie apskritai nepatenka į specialių teisės aktų reguliavimo apimtį, pvz. prekių ženklo kriterijų neatitinkantis žymuo, žymuo, neįgavęs antrinės reikšmės per vartojimą, tam tikrais atvejais geografinės nuorodos. Prie šios kategorijos taip pat turėtų būti priskirti tuos atvejus, kai konkretaus objekto gynimo būdai nors ir galėtų būti suteikiami *lex specialis* pagrindu, tačiau dėl tam tikrų priežasčių negali būti taikomi (pvz., žymuo neregistruotas ir nėra pripažintas plačiai žinomam, išimtinių teisių galiojimo laikotarpis pasibaigęs, atsakovas piktnaudžiauja išimtimis iš išimtinių teisių).

⁵⁶ F. H. Bodewig. Unfair competition law: European Union and member states. – The Hague: Kluwer law international, 2006. P. 4.

⁵⁷ A. K. Sanders. Unfair competition law: The protection of intellectual and industrial creativity. – Oxford: Clarendon press, 1997. P. 11.

Antra, apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos paprastai apima tuos atveju, kai yra siekiama registruoto pramoninės nuosavybės objekto apsaugos didesne nei specialiuose teisės aktuose numatyta apimtimi. Šiuo atveju konkretus pramoninės nuosavybės objektas saugomas abiejų (tiek *lex specialis*, tiek nesąžiningos konkurencijos draudimo) teisinių režimų pagrindu, tačiau būtina pažymėti, kad kiekvienu mechanizmu ginami skirtingi su tuo pačiu pramoninės nuosavybės objektu susiję interesai, todėl vėlgi neatsiranda situacija, kai abu apsaugos modeliai lygiagrečiai naudojami siekiant apginti savo teises į tą patį objektą nuo to pateis pažeidimo. Šis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos atvejis problemiškesnis nei pirmasis ir sukelia daugiau neaiškumų atribojant aptariamuosius apsaugos būdus ir nustatant juos siejantį santykį. Autoriaus nuomone, sprendžiant dėl apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos delikto sudėties turi būti remiamasi Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. nurodytomis sąlygomis, su kuriomis įstatymų leidėjas susiejo šio delikto taikymą. Jos įeina į delikto sudėtį ir tokiu būdu individualizuodamos nesąžiningos konkurencijos instituto taikymo atvejus, atskiria nuo išimtinių teisių taikymo apimties.

Minėtųjų sąlygų reikšmė, nustatant apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos delikto taikymo atvejus, akivaizdi iš *Davidoff v Gofkid*⁵⁸ bylos aplinkybių, atskleidusių, išimtinių teisių suteikiamos apsaugos nepakankamumą. Ieškovas buvo kombinuoto ženklo DAVIDOFF, skirto tabako gaminiams žymėti, Vokietijoje savininkas. Atsakovas toms pačioms prekėms žymėti registravo ženklą DURFFEE, išpildytą analogišku kaip DAVIDOFF grafiniu būdu. Ieškovas ginčijo atsakovo ženklą ne kaip galintį sukelti visuomenės klaidinimą dėl atsakovo gaminių kilmės, bet kaip pakenkiantį ieškovo ženklo reputacijai. Prieš pradėdant analizuoti bylą, reikia prisiminti prekių ženklų apsaugos išimtinėmis teisėmis specifika: 1) nuo savavališko naudojimo tapačioms ar panašioms prekėms ar paslaugoms ženklai saugomi tik esant visuomenės suklaidinimo galimybei su pirmuoju ženklu⁵⁹; 2) nuo savavališko naudojimo netapačioms ar nepanašioms prekėms ar paslaugoms ženklai saugomi tik jei įgyjamas nesąžiningas pranašumas, pažeidžiamas ženklo skiriamasis požymis ar pakenkiama jo reputacijai⁶⁰. Bylos aplinkybės iškėlė probleminį klausimą, ar prekių ženklų teisėje galima ženklo skiriamąjo požymio ar reputacijos apsauga atsakovo tapačioms ar panašioms prekėms ar paslaugoms registruoto panašaus ženklo atžvilgiu, kai nėra visuomenės klaidinimo galimybės? Vokietijos teismas kreipėsi į Europos Teisingumo Teismą (toliau – ETT) preliminaraus nutarimo išaiškinti Direktyvos suteikiamą apsaugą prekių ženklams. Generalinis advokatas šioje byloje pripažino, kad prekių ženklų teisėje normos, taikytinos šiuo atveju, nėra,

⁵⁸ Europos Teisingumo Teismo 2003 m. sausio 9 d. sprendimas byloje Nr. C-292/00.

⁵⁹ Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymo 38 str. 1 d. 1, 2 p. // Valstybės žinios. 2000, Nr. 92-2844; Direktyvos Nr. 89/104/EEB 4(1)(b) str., 5(1)(b) str.; Reglamento 40/94/EB 8(1)(b) str., 9(1)(b) str.

⁶⁰ Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymo 38 str. 1 d. 3 p.; Direktyvos 89/104/EEB 4(3) str., 5(2) str.; Reglamento 40/94 8(5) str., 9(1)(c) str.

tačiau akcentavo tokios apsaugos būtinumą⁶¹. ETT, cituodamas *Puma v Sabel*⁶² sprendimą, šioje byloje konstatavo, kad minėtosios Direktyvos nuostatos neaiškintinos plečiamai, todėl „nesant visuomenės klaidinimo, Direktyvos 5(1)(b) str. netaikytinas siekiant apginti ženklo skiriamąjį požymį ar reputaciją“⁶³, tačiau tokiu atveju „valstybėms narėms nėra draudžiama suteikti specifinę apsaugą“⁶⁴.

Sprendimas reikšmingas dėl kelių priežasčių. Pirma, patvirtino, jog egzistuoja atveju, kai registruotų ženklų apsauga išimtinių teisių pagrindu nėra pakankama. Antra, pripažino, kad galimas alternatyvus teisinis pagrindas pramoninės nuosavybės objektų gynimui tais atvejais, kurie nepapuola į išimtinių teisių taikymo apimtį. Trečia, vertindamas išimtinėmis teisėmis suteikiamos apsaugos ribas, rėmėsi išimtinių teisių taikymo sąlygomis (tam tikrų aplinkybių sudėtimi). Ketvirta, prieštaravo plečiamam išimtinių teisių taikymo sąlygų aiškinimui.

Autoriaus nuomone, atsižvelgiant į ETT išdėstytą išimtinių teisių taikymo ginant pramoninės nuosavybės objektus logiką, reiktų remtis ir aiškinant išimtinių teisių taikymo ribas apsaugos, suteikiamos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių, atžvilgiu (tai yra nustatinėjant šių institutų santykį). Todėl toliau darbe bus tiriamos Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. numatytos specialios apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių taikymo sąlygos.

⁶¹ Generalinio advokato Jacobs 2002 m. kovo 21 d. nuomonė byloje Nr. C-292/00. Para. 29.

⁶² Europos Teisingumo Teismo 1997 m. lapkričio 11 d. sprendimas byloje C-251/95.

⁶³ Europos Teisingumo Teismo 2003 m. sausio 9 d. sprendimas byloje Nr. C-292/00. Para. 29.

⁶⁴ Ten pat, Para 30.

2. NESĄŽININGOS KONKURENCIJOS VEIKSMŲ POŽYMAI

Nesąžiningos konkurencijos veiksų draudimo institutas įstatymų leidėjo įtvirtintas Konkurencijos įstatyme, atskirai nuo pramoninės nuosavybės savininkų išimtinės teisės nustatančių normų. Pabrėždamas apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksų instituto savarankiškumą, įstatymo leidėjas įtvirtino specialias sąlygas jo taikymui: vienas - būdingas visiems nesąžiningos konkurencijos veiksams, kitas – tik tam tikrai jų rūšiai. Konkretus rinkos dalyvio veiksmas kvalifikuojamas kaip nesąžiningos konkurencijos aktas ir tampa draudžiamas tik jei atitinka visas šias sąlygas. Taigi bendrųjų ir specialiųjų sąlygų visuma žymi nesąžiningos konkurencijos veiksmo sudėtį (elementus, požymius). Kaip minėta, būtent per šiuos požymius (taikymo sąlygas) apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksų institutą galima atriboti nuo savininko išimtinių teisių taikymo atvejų.

2.1. Bendrieji nesąžiningos konkurencijos veiksų požymiai

Ne visos bendrosios apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksų instituto taikymo sąlygos tiesiogiai įtvirtintos pagrindinėje normoje – Konkurencijos įstatymo 16 str. Kai kurie bendrieji nesąžiningos konkurencijos akto požymiai (taikymo sąlygos) išplaukia iš šio instituto tikslo ir paskirties.

Viena iš tiesiogiai nenurodytų - konkurencinio santykio tarp ieškovo ir atsakovo sąlyga. Tai, kad nesąžiningos konkurencijos veiksmai galimi tik konkurento (toje pačioje rinkoje veikiančio ūkio subjekto) atžvilgiu pagrindžia ne tik nesąžiningos konkurencijos draudimo apibrėžimo formuluotė „gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybėms konkuruoti“⁶⁵, bet ir Konkurencijos įstatymo 1 str. 1 d. įtvirtintas tikslas – sąžiningos konkurencijos apsauga. Tokią išvadą pagrindžia ir Konkurencijos įstatymo 16 str. 1d. formuluotės sąsajos su Paryžiaus konvencijos 10bis str., kurio pagrindinis tikslas, kaip minėta, – konkurento apsauga. Be to, ir LAT yra pripažinęs, kad „šiuos veiksmus draudžiama atlikti ūkio subjektams - konkurencinės veiklos dalyviams. Konkrečius veiksmus tiesiogiai gali atlikti konkuruojančio asmens darbuotojai, bet neatmestina, kad tai gali būti vykdoma ir per susijusius asmenis (šeimos, giminystės, verslo ryšiais ir kt.).“⁶⁶

Kita nesąžiningos konkurencijos veiksmo sąlyga – konkurento nesąžiningumas, atliekant „sąžiningai praktikai ir geriems papročiams“ prieštaraujančius veiksmus. Aiškindamas nesąžiningos konkurencijos veiksmus LAT pažymėjo: „Draudžiama veikla turi būti nesąžininga, t.y. asmuo galėjo ar turėjo žinoti, kad tai neatitinka geros ūkinės praktikos ar normalių verslo papročių.“⁶⁷

⁶⁵ Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. // Valstybės žinios. 1999, Nr. 30-856.

⁶⁶ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2002 m. balandžio 24 d. civilinėje byloje Nr. 3K-3-581/2002.

⁶⁷ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2002 m. balandžio 24 d. civilinėje byloje Nr. 3K-3-581/2002.

Formuluotės „sąžininga praktika ir geri papročiai“ žodinė išraiška leidžia daryti šias išvalgas⁶⁸. Pirma, praktika, kurios atžvilgiu vertinamas veiksmų nesąžiningumas, verslo santykiuose turi būti tęstinė, nusistovėjusi ir nuosekli. Pavieniai ar reti komercinio elgesio atvejai nelaikytini „praktika, papročiais“, todėl į juos neturėtų būti atsižvelgiama. Antra, apie veiksmo sąžiningumą sprendžiama pagal pramonės ir verslo praktikoje nusistovėjusį elgesio standartą, kuriam paprastai keliami griežtesni rūpestingumo reikalavimai. Trečia, sąžiningos konkurencijos standartas nustatytinas pagal realų, nusistovėjusį konkurentų elgesio rinkoje modelį („praktiką“, tapusią „papročiu“), o ne pageidautino rinkoje elgesio idealą. Rinkoje neįprasta sekti praktika, kuri pernelyg varžytų konkurentus. Lietuvos apeliacinis teismas yra patvirtinęs, kad „kuo pasireiškia konkurencijos veiksmas ar veiksmai, prieštaraujantys sąžiningiems pramonės ir prekybos reikalų vedimo papročiams, turi būti aiškinamasi atsižvelgiant į reguliuojamų materialinių teisinių santykių specifiką ir priklauso nuo konkrečios bylos faktinių aplinkybių.“⁶⁹ Ketvirta, nesąžiningas veiksmas kartu turi būti savavališkas, t.y. atliekamas neturint ieškovo sutikimo (pvz., naudoti žymenį, ženklą, pavadinimą). Autoriaus nuomone, sąžiningumas reikalauja gauti ir neregistruoto pramoninės nuosavybės objekto savininko sutikimą.

Svarbi ir kenkimo kito ūkio subjekto konkurencijos galimybės sąlyga. Lietuvos apeliacinis teismas konstatavo, kad „norint nustatyti, ar ūkio subjekto veiksmai sudaro nesąžiningos konkurencijos veiksmų sudėtį, būtina nustatyti ne tik nesąžiningus ūkio subjekto veiksmus, bet ir aplinkybes, kad tokie veiksmai pakenkė kito ūkio subjekto, šiuo atveju ieškovo, galimybei konkuruoti.“⁷⁰ Aiškindamas pakenkimo galimybės konkuruoti sąlygą, LAT išreiškė poziciją, kad atsakovo „veikla turi būti pakankamai reikšminga, nes turėtų neigiamą įtaką kito ūkio subjekto galimybės varžytis rinkoje ar kitaip daryti jam žalą.“⁷¹ Pažymėtina, kad įstatymas nereikalauja ieškovo įrodyti konkurencijos jo atžvilgiu apribojimo fakto, nesąžiningu laikytinas atsakovo veiksmas dėl kurio atsiranda tokių pasekmių tikimybė. Autoriaus nuomone, atsakovui savavališkai naudojant ieškovui priklausantį pramoninės nuosavybės objektą ar jo pirmumo teise naudojamą kitą žymenį visais atvejais sudaromos nevienodos konkurencijos sąlygos ūkio subjektams. Disproporcija neišvengiamai atsiranda, nes ieškovas patiria išlaidas, siekdamas sukurti išskirtinį produktą, galintį pritraukti vartotojus, o atsakovas pasinaudoja jau sukurtu ženklo ar žymens ar kito pramoninės nuosavybės objekto populiarumu, įvaizdžiu, siekdamas gauti pelno ieškovo sąskaita. Atkreiptinas dėmesys, kad Paryžiaus konvencijos 10bis (2) str. formuluotė aptariamąsios sąlygos nenumato.

⁶⁸ C. Wadlow. The law of passing off: unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 63.

⁶⁹ Lietuvos apeliacinio teismo 2005 m. birželio 30 d. sprendimas civilinėje byloje Nr. 2A-236/2005; Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2003 m. balandžio 14 d. civilinėje byloje 3k-3-482/2003.

⁷⁰ Lietuvos apeliacinio teismo 2003 m. balandžio 1 d. sprendimas civilinėje byloje Nr. 2A-76/2003.

⁷¹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2002 m. balandžio 24 d. civilinėje byloje Nr. 3K-3-581/2002.

Tačiau šios sąlygos būtinumą lemia Paryžiaus konvencijos 10bis str. tikslas - „nesąžiningos konkurencijos tarptautinėje prekyboje prevencija“⁷².

Reikšminga teismų praktikoje nustatyta sąlyga –nesąžiningos konkurencijos veiksmo kryptingumas. LAT yra išaiškinęs, kad „Ženklo registracijos pripažinimas negaliojančia dėl nesąžiningos konkurencijos, reiškia, kad atsakovas, pareikšdamas registruoti prekių ženklą, atliko nesąžiningos konkurencijos veiksmus būtent kitos ginčo šalies - ieškovo atžvilgiu, o ne buvo nesąžiningas apskritai - neapibrėžto (ir galbūt netgi nebaigtinio) subjektų rato atžvilgiu.“⁷³ Nors ši sąlyga suformuluota prekių ženklų registracijos pripažinimo negaliojančia kontekste, autoriaus nuomone, ji taikytina nesąžiningos konkurencijos veiksmui Konkurencijos įstatymo prasme apibrėžti. Pirma, į tai orientuoja Konkurencijos įstatyme įtvirtinto bendrojo nesąžiningos konkurencijos draudimo formuotė „gali pakenkti kito ūkio subjekto galimybės konkuruoti“, akcentuojanti individualaus, o ne konkurentų grupės interesų apsaugą. Antra, ženklo registracija gali būti laikoma nesąžiningos konkurencijos veiksmu. Trečia, panašiose savo *ratio decidendi* bylose⁷⁴ LAT pripažino, jog nėra pagrindo ženklo registraciją laikyti nesąžiningos konkurencijos veiksmu Paryžiaus konvencijos 10bis str. prasme, remiantis vien faktu, kad atsakovo veiksmai kenkia daugelio tuo ženklu pažymėtas prekes platinusių subjektų interesams, t.y. neišsiaiškinus ieškovo teisių į tą ženklą pažeidimo.

Minėtosios iš bendrojo nesąžiningos konkurencijos veiksmų apibrėžimo, išplaukiančios sąlygos (požymiai) reikšmingos dėl kelių priežasčių. Pirma, pagal minėtus bruožus galime spręsti, jog nesąžiningos konkurencijos veiksams būdingas komercinis pobūdis, kitaip tariant jie negalimi, jei ūkio subjektas nesiekia konkurencinio pranašumo rinkoje. Nesąžiningos konkurencijos veiksmai visada yra atsakovo vykdomos gamybinės, komercinės veiklos sudedamoji dalis, nukreipta paveikti ieškovo prekių ar paslaugų vartotojų komercinį elgesį. Antra, jomis turi pasižymėti kiekviena pažeidimo sudėtis. Vadinasi, veiksmo, atitinkančio pavyzdinės nesąžiningos konkurencijos sudėties požymius, tačiau netenkinančio bendrųjų sąlygų pripažinimas nesąžiningos konkurencijos veiksmu yra kvestionuotinas. Trečia, tais atvejais, kai konkreti situacija tiksliai neatitinka Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. punktuose nurodytų pavyzdinių pažeidimo sudėčių, visada galima ir reikia remtis bendraisiais nesąžiningos konkurencijos veiksmo požymiais. Toliau darbe analizuosime

⁷² C. Wadlow. The law of passing off: unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 59.

⁷³ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. kovo 26 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-374/2003; Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. balandžio 23 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-465/2003; Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. rugsėjo 10 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-781/2003; Lietuvos apeliacinio teismo 2005 m. lapkričio 4 d. sprendimas civilinėje byloje Nr. 2A-50/2005; Lietuvos apeliacinio teismo 2005 m. birželio 30 d. sprendimas civilinėje byloje Nr. 2A-236/2005.

⁷⁴ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. balandžio 23 d. nutartis civilinėje byloje Nr. [3K-3-465/2003](#); Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2004 m. gruodžio 14 d. nutartis civilinėje byloje Nr. [3K-3-617/2004](#); Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. kovo 26 d. nutartis civilinėje byloje Nr.: [3K-3-374/2003](#).

Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1, 2 ir 5 p. įtvirtintiems pavyzdiniams nesąžiningos konkurencijos veiksams būdingus požymius.

2.2. Juridinio asmens pavadinimų, prekių ženklų, žymenų apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių

Kaip jau minėta, Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. tikslas - reguliuoti rinkos dalyvių elgesį, kad būtų užtikrinta sąžininga konkurencija naudojant žymenis plačiąja prasme. Norma saugo tiek registruotų (juridinio asmens pavadinimo, prekių ženklo), tiek neregistruotų (plačiai žinomo prekių ženklo, pirmumo teise naudojamo žymens su skiriamuoju požymiu) žymenų savininkų ar naudotojų teisėtus interesus. Visiems normoje minimiems apsaugos objektams, išskyrus pirmumo teise naudojamą žymenį su skiriamuoju požymiu, suteikiama išimtinių teisių apsauga ir kitų teisės aktų pagrindu (CK 2.42 str. 1 d., Prekių ženklų įstatymo 38 str., 9 str. 2, 4, 5 d.). Kaip minėta, ši aplinkybė suformuoja vieną iš darbo problemų.

Neregistruotų žymenų apsauga yra specifinis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos instituto taikymo atvejis, kurį verta detaliau panagrinėti. Prekių ženklų įstatymas nepateikia žymens su skiriamuoju požymiu apibrėžimo, tačiau jį galime išsiaiškinti vadovaudamiesi prekių ženklo (irgi žymens su skiriamuoju požymiu, tačiau registruoto) sąvoka⁷⁵. Atsižvelgiant į tai, žymuo su skiriamuoju požymiu turi atitikti du reikalavimus: 1) vartotojui turi identifikuoti gamintoją arba tam tikro gamintojo pagamintas prekes ir 2) yra jo grafinės išraiškos galimybė. Kitaip tariant, visi žymeniu su skiriamuoju požymiu gali būti bet kuris Prekių ženklų įstatymo 5 str. numatytas žymuo, galintis sudaryti ženklą (pvz., žodžiai, spalvos, erdvinės formos ir t.t.). „Žymenys, kurie vartotojui neidentifikuoja gamintojo ar jo prekės, teisiniu požiūriu neturi skiriamojo požymio nepriklausomai kokie nauji, išpūdingi ar neįprasti jie būtų.“⁷⁶ Pavyzdžiui, *Jarman and Platt v Barget* byloje⁷⁷ ieškovo baldai, nors ir neįprastos formos, nustačius, jog pirkėjams neidentifikuoja gamintojo, teismo nebuvo pripažinti žymeniu turinčiu skiriamąjį požymį, ginamą nesąžiningos konkurencijos teise. „Žymens skiriamojo požymio egzistavimas nesąžiningos konkurencijos teisės prasme vertintinas pagal žymens (tokio, koks jis yra) realų gebėjimą vartotojui identifikuoti konkretų prekės gamintoją.“⁷⁸ Jei žymuo vartotojui sukelia tik asociaciją su gamintoju, bet jo neidentifikuoja, jis nelaikytinas turinčiu skiriamąjį požymį tokio gamintojo atžvilgiu. Tai pagrindžia *Imperial Group v Philip Morris* byla⁷⁹. Ieškovo JOHN PLAYER SPECIAL cigarečių pakuotė nors ir buvo gerai

⁷⁵ Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymo 2 str. 1 d. // Valstybės žinios. 2000, Nr. 92-2844.

⁷⁶ C. Wadlow. The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 578.

⁷⁷ Jarman and Platt v Barget [1977] F.S.R. 260, CA.

⁷⁸ C. Wadlow. The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 579.

⁷⁹ Imperial Group v Philip Morris [1984] R.P.C. 293.

žinoma vartotojams, teismo atsisakyta pripažinti ieškovą identifikuojančiu žymeniu su skiriamuoju požymiu, nustačius, kad vartotojai šią pakuotę siejo su daugeliu gamintojų (tame tarpe ir ieškovu). Pripažintina, kad žymens skiriamą požiūrio egzistavimas – fakto klausimas, apie kurį sprendžiama įvertinus susiklosčiusių aplinkybių visetą. Nėra nustatyta formalių (naudojimo trukmės, teritorijos, intensyvumo) reikalavimų skiriamam požiūriui atsirasti. Be to, žymens žinomumas ar identifikavimas su tam tikrais gaminiais vartotojų akimis dar nereiškia, kad žymuo turi skiriamą požiūrį. Žymens skiriamą požiūrio stiprumo reikšmė (apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos suteikimo prasme) išaiškinta *Burberrys v Cording* byloje⁸⁰. Joje išsakyta pozicija, kad žymeniui suteikiant apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos atsižvelgtina į „ieškovo naudojamo žymens pobūdį, naudojimo trukmę bei atsakovo veiksmus. Jei žymuo turi silpną skiriamą požiūrį ar yra aprašomojo pobūdžio <...> tampa sudėtinga jį apginti nuo supainiojimo galimybės. Apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų suteikimas abejotinas, jei ieškovas žymenį naudoja pirmiausia siekdamas ne atskirti jas nuo konkurento gaminių, bet nurodyti jų savybes“. Darytina išvada, kad apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos institutą taikyti aprašomojo pobūdžio žymenims, kurie vartotojui neidentifikuoja gamintojo ar jo prekių nėra galimybės.

Kiti apsaugos nuo nesąžiningo naudojimo objektai (juridinio asmens pavadinimas, registruotas ar pripažintas plačiai žinomu ženklu) dėl savo paskirties skiriamą požiūrį turi (CK 2.39 str. 1 d., Prekių ženklų įstatymo 2 str. 1 d., 6 str. 1 d. 2 p., 14 str. 1, 2 d.), todėl jo įrodinėti taikant šį institutą nereikia. Pagal Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. atsakovo atsakomybė siejama su papildomų sąlygų (neigiamų pasekmių) įrodymu: tikėtinos painiavos su kitu ūkio subjektu sukėlimu, nesąžiningu pasinaudojimu ar pakenkimu kito ūkio subjekto (jo ženklo ar žymens) reputacijai, ženklo ar žymens skiriamą požiūrio susilpninimu. Siekiant atskleisti nesąžiningos konkurencijos delikto specifiką šias sąlygas paanalizuosime išsamiau.

2.2.1. Realios ar tikėtinos painiavos su konkurentu (jo veikla) sukėlimo sąlyga

Savavališku svetimo žymens naudojimu išpildoma nesąžiningos konkurencijos veiksmo sudėtis, kai įrodoma realios ar tikėtinos painiavos su konkurentu ar jo veikla sukėlimo pasekmė.

Kadangi juridinio asmens pavadinimo „funkcija – *atskirti* jais pavadintus skirtingus *juridinius asmenis* vieną nuo kito“⁸¹, tipiščiausias painiavos su kitu ūkio subjektu ar jo veikla sukėlimo atvejis, be abejo, yra panašaus į kito juridinio asmens pavadinimą žymens naudojimas atsakovo pavadinime. Draudimas naudoti tapatų ar panašų pavadinimą bei ieškovo galimybė ginti

⁸⁰ *Burberrys v Cording* [1909] 26 R.P.C. 693.

⁸¹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2006 m. gegužės 10 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-325/2006; Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2004 m. rugsėjo 8 d. [nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-408/2004](#).

pažeistą teisę numatyta civilinėje teisėje.⁸² Todėl visiškai pagrįsta LAT pozicija, kad „teisės į juridinio asmens pažeidimas įregistravus (ir naudojant) kitą – panašų į ankstesnįjį – juridinio asmens pavadinimą <...> *per se* nereiškia nesąžiningos konkurencijos.“⁸³ LAT pažymėjo, „kad teisės į juridinio asmens pavadinimą pažeidimas (CK 2.42 straipsnis) ir nesąžiningos konkurencijos veiksmai (Konkurencijos įstatymo 16 straipsnis) savaime nėra vienas kitą lemiantys“⁸⁴. Darytina išvada, kad juridinio asmens pavadinimas nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų ginamas tik esant specifinėms aplinkybėms. Šios aplinkybės iš dalies atskleistos LAT civilinėje byloje Nr. 3K-3-472/2005, kurioje ieškovas IĮ „Namija“ reikalavo pakeisti atsakovo klaidinamai panašų pavadinimą UAB „Namėja“ ir atlyginti žalą. Pirmosios ir apeliacinės instancijos teismai atsakovo veiksmus pripažino nesąžininga konkurencija, nors minėtuosius reikalavimus ieškovas reiškė CK 2.42 str., o ne Konkurencijos įstatymo ar Paryžiaus konvencijos pagrindu. Dėl nesąžiningos konkurencijos teismai sprendė pagal 1) juridinių asmenų pavadinimų panašumą, kurį lemia žodžių „Namija“ ir „Namėja“ panašumas 2) bendrovių vykdomą tą pačią veiklą, t. y. prekybą nekilnojamuoju turtu. Teismai atsižvelgė į faktą, kad 3) atsakovo bendrovės pavadinimas ir veiklos pobūdis buvo pasirinktas sąmoningai: „atsakovas <...> turėjo galimybę susipažinti su ieškovo bendrovės darbo pobūdžiu.“ Įvertinus 4) ieškovo bendrovės žinomumą visuomenėje („ieškovas deda daug pastangų reklamuodamas savo bendrovės pavadinimą“), 5) ieškovą ir atsakovą siejusius tarpusavio santykius („atsakovas buvo apmokytas ieškovo dirbti daug anksčiau veikiančioje bendrovėje, taigi turėjo galimybę susipažinti su ieškovo bendrovės darbo pobūdžiu“, „perėmęs ieškovo patirtį“) bendrovės beveik tapačiu pavadinimu įsteigimas vertintas kaip „pažeidžiantis sąžiningos konkurencijos principus, pakenkiantis ieškovo galimybėms konkuruoti (Paryžiaus konvencijos dėl pramoninės nuosavybės saugojimo 1 straipsnis, [Konkurencijos įstatymo 16](#) straipsnis).“ Nors sprendimas dėl nesąžiningos konkurencijos veiksmų, pirmosios instancijos teismas pažeidė rūšinio išimtinio teisingumo taisyklę, pagal kurias [Konkurencijos įstatymo](#) nuostatomis grindžiamas reikalavimas teisingas Vilniaus apygardos teismui⁸⁵ ir dėl to atsiranda absoliutaus sprendimo negaliojimo pasekmės, suformuluoti nesąžiningos konkurencijos veiksmų (sukeliančių supainiojimo tikimybę) vertinimo kriterijai laikytini reikšmingais.

Analizuojama byla įdomi ir kitu aspektu. Ji iškelia žalos atlyginimo pagal Konkurencijos įstatymą ir pagal specialų įstatymą (šiuo atveju CK) už tą patį pažeidimą problemą. Nagrinėjamoje byloje pirmosios ir apeliacinės instancijos teismai, pripažinę nesąžiningos konkurencijos veiksmų

⁸² CK 2.39 str. 3 d., 2.42 str. 2 d.

⁸³ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. spalio 12 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-472/2005.

⁸⁴ Ten pat.

⁸⁵ Lietuvos Respublikos civilinio proceso kodekso 28 str. 4 p. // Valstybės žinios. 2002, Nr. 36-1340; Lietuvos Respublikos [konkurencijos įstatymo 50](#) str. 1 d., Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2004 m. gruodžio 1 d. nutartis civilinėje byloje [Nr. 3K-3-654/2004](#).

atlikimą, priteisė ieškovui padarytos žalos atlyginimą Konkurencijos įstatymo pagrindu⁸⁶. LAT atsakovo veiksmus kvalifikavo ne kaip nesąžiningą konkurenciją, o kaip teisės į juridinio asmens pavadinimą pažeidimą, dėl ko ieškovui žala turėtų būti atlyginama CK, o ne Konkurencijos įstatymo pagrindu. Taigi yra atvejų, kai tą patį pažeidimą galima kvalifikuoti ir kaip nesąžiningos konkurencijos veiksmą ir kaip išimtinių teisių pažeidimą, o tiek pirmuoju, tiek antruoju pagrindu numatytas žalos atlyginimas. Kyla pagrįstas klausimas, ar įmanomas žalos atlyginimas skirtingais pagrindais skirtingose bylose? Prisiteisęs žalos atlyginimą specialaus įstatymo pagrindu, ieškovas gali reikšti savarankišką reikalavimą atlyginti žalą dėl to paties pažeidimo nesąžiningos konkurencijos pagrindu. Šis klausimas nėra analizuotas teismų praktikoje, todėl atsakant į jį reiktų remtis civilinio proceso principais. Manytina, toks ieškinys turėtų būti nagrinėjamas, nes įsiteisėjęs sprendimas, priimtas dėl ginčo tarp tų pačių šalių, dėl to paties dalyko nėra tuo pačiu pagrindu⁸⁷. Patenkinus antrąjį ieškinį, lieka neaišku, kokia apimtimi priteistina žala, padaryta nesąžiningos konkurencijos veiksmais: ar visa, ar tik ta jos dalis, kuri viršija pirmojoje byloje priteistą žalą? Atsakant į šį klausimą paminėtina, kad nesąžiningos konkurencijos deliktas yra savarankiškas, tačiau susijęs su išimtinių teisių pažeidimu. LAT yra pripažinęs ryšį tarp išimtinių teisių apsaugos ir apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų ir nurodė, kad jei nėra pagrindo „spręsti dėl to, kad atsakovas savo veiksmais pažeidė PŽĮ 38 straipsnio 1 dalies 2 punkte įtvirtintą teisės normą, tai nėra pagrindo spręsti ir dėl nesąžiningos konkurencijos veiksmus draudžiančių nuostatų“⁸⁸. Tokia LAT pozicija orientuoja, kad nesąžiningos konkurencijos veiksmas apima išimtinių teisių pažeidimą ir kartu sukelia papildomus Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. numatytus neigiamus padarinius ieškovui. Išimtinių teisių pažeidimą pašalinus ir žalą atlyginus specialiu įstatymu pagrindu, antrojoje byloje protinga priteisti tik tą žalą, kuri sukelta dėl nesąžiningos konkurencijos veiksmų specifikos (pvz., pasinaudojimu reputacija ar jos pažeidimu) ir viršija pirmojoje byloje priteistą sumą.

Atsižvelgdami į išskirtus kriterijus, pagal kuriuos teismas sprendė dėl painiojimo su kitu ūkio subjektu galimybės, galime teigti, kad vien klaidinamas juridinių asmenų pavadinimų panašumas nebuvo lemiamu veiksniumi. Papildomų aplinkybių (pavadinimo žinomumas, pavadinimo pasirinkimo motyvai, ginčo šalių santykių ypatumai ir kt.) reikšmė konstatuojant pažeidimą vertintina kaip nesąžiningos konkurencijos veiksmo specifika, nebūdinga klasikinei savininko išimtinių teisių pažeidimo sudėčiai. Autoriaus nuomone, sprendžiant dėl ieškovo išimtinių teisių pažeidimo prekių ženklų teisės prasme didžiausias dėmesys kreipiamas į pačiuose ženkluose esančių elementų bendrumą, sutampančių ir nesutampančių elementų santykį, galiausiai „bendrą suvokimo

⁸⁶ Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymo 17 str. 1 d. 2 p., 46 str.

⁸⁷ Lietuvos Respublikos civilinio proceso kodekso 137 str. 2 d. 4 p.

⁸⁸ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. kovo 23 d. nutartis civilinėje byloje [Nr. 3K-3-150/2005](#).

įspūdi, kurį lemia ženklas ir jo vaizdo prasmė, dėl ko vartotojai ūkinėje veikloje gali ženklus supainioti⁸⁹, neatsižvelgiant į ginčo šalis saistančius santykius ir kitas aplinkybes.

Išvadas dėl nesąžiningos konkurencijos veikslių, sukeliančių supainiojimo su kitu ūkio subjektu ar jo veikla galimybę, vertinimo ypatumų pagrindžia ir Didžiosios Britanijos teismų praktika. Didžiosios Britanijos teismai pripažino, kad „turi egzistuoti apgaulė, atsakovo bloga valia (angl. *deception*) <...> jos nesant, paprasčiausia visuomenės klaidinimo galimybė nėra pakankama⁹⁰ nesąžiningos konkurencijos veiksmo atlikimui konstatuoti. *Marengo v Daily Sketch*⁹¹ byloje pabrėžta, kad „klaidinimas gali atsirasti kaip dviejų savarankiškų teisių ar teisėtų interesų kolizijos pasekmė“, todėl klaidinimas pats savaime nelaikytinas sąžiningos konkurencijos pažeidimu. Aiškindamas ieškovo ir atsakovo pavadinimų panašumo reikšmę nesąžiningos konkurencijos instituto kontekste Didžiosios Britanijos teismas yra pasisakęs, kad „reikia spręsti ne, ar ieškovo ir atsakovo pavadinimai kaip tokie sukelia painiojimo tikimybę, bet ar atsakovas naudoja pavadinimą tokiu būdu, kad sudaromas įspūdis, jog jo gaminiai ar veikla yra ar gali būti susiję su ieškovo gaminiais ar veikla - taip sukeliant žalą ar jos grėsmę ieškovo reputacijai.“⁹² Iš suformuluotų taisyklių galima daryti išvadas, kad nesąžiningos konkurencijos prasme painiojimo tikimybė vertintina atsižvelgiant į juridinio asmens pavadinimo naudojimo pobūdį, o ne į žodinės šių pavadinimų išraiškos panašumą. Antra, vien tik klaidinamas pavadinimų panašumas, nesant atsakovo ketinimo susieti savo veiklą ar gaminius su ieškovu vartotojų akyse, nėra pakankamas nesąžiningos konkurencijos sudėčiai konstatuoti.

Tai, kad atsakovo sąžiningumas turi svarbią reikšmę nustatant painiojimo tikimybę, pagrindžia ir faktas, kad atsakovo ėmimasis priemonių klaidinimui dėl ūkio subjekto tapatybės išvengti laikomas viena iš sąžiningos konkurencijos veiksmo prielaidų (Konkurencijos įstatymo 16 str. 2 d.). Tikslus šios situacijos paaiškinimas pateikiamas *Rodgers v Rodgers* byloje⁹³: „principas, kad ūkio subjektui draudžiama vykdyti veiklą tokiu būdu, kad būtų sudaromas įspūdis, jog tai kito ūkio subjekto veikla ar bet koku būdu susijusi su ja, turi išimtis. Ūkio subjektui leidžiama vykdyti savo veiklą naudojant savo vardą tol, kol tokiais veiksmais nesukeliama daugiau nei minimalus klaidinimas ir kol tokie veiksmai yra atliekami sąžiningai.“ Analizuojant šią bylą išskirtinos sąlygos, kurias patenkinus išimtis būtų taikoma: 1) atsakovas privalo naudoti savo pilną vardą; 2) atsakovas privalo nesukelti jokių kitų pasekmių kaip tik minimalų klaidinimą; 3) atsakovas privalo veikti

⁸⁹ 1996 m. liepos 11 d. Valstybinio patentų biuro direktoriaus įsakymas Nr. 28 „Dėl metodinių nurodymų prekių ir paslaugų ženklų tapatumui bei panašumui nustatyti“ p. 2.2.

⁹⁰ *Barnsley Brekery Co Ltd v RBNB* [1997] F.S.R. 462.

⁹¹ *Marengo v Daily Sketch* [1948] 65 R.P.C. 340 HL

⁹² *Premier Luggage and Bags v Premier Co* [2003] F.S.R. 5, CA.

⁹³ *Rodgers v Rodgers* (1924) 41 R.P.C. 277.

sąžiningai; 4) paprastai gali būti naudojamas tik fizinio asmens vardas. Taikant šią išimtį yra sukeliamas minimalus klaidinimas su ieškovo žymeniu, taigi pažeidžiamas atsakovo žymens, ženkle ar pavadinimo skiriamasis požymis. Tokios pasekmės pateisinamos atsakovo teisėtų interesų apsauga, todėl labai svarbu nustatyti, ar atsakovas, naudodamas savo vardą, yra sąžiningas. Didžiosios Britanijos teismas *NAD Electronics v NAD Computer Systems*⁹⁴ byloje šios išimties netaikė atsakovo, naudojusio žymenį NAD savo pavadinime, atžvilgiu, nes NAD nebuvo atsakovo tikras ir pilnas vardas (Nader Aghda), o tik jo santraupa.

Pastebėtina, kad atsakovas negali paneigti nesąžiningos konkurencijos veiksmų fakto teigdamas, kad „yra atsakovo gaminį įsigyjantių vartotojų, kurie nepainioja ūkio subjektų ar jų veiklos, jei nustatyta, kad didelė daliai pirkėjų atsakovo veiksmai vis tik sukelia painiavą su ieškovu“⁹⁵. Pakankamas pagrindas spręsti dėl tikėtinos painiavos tarp ūkio subjektų ar jų veiklos egzistavimo yra „įrodymas, kad žymiai (angl. *substantial*) ieškovo produkto vartotojų daliai bus sukelta painiava su ieškovu ar jo veikla atsakovui naudojant panašų ar tapatų pavadinimą. Nebūtina įrodyti, jog visiems ar beveik visiems vartotojams sukeliama painiava su ieškovu ar jo veikla, jei tokios pasekmės sukliamos žymiai potencialių ieškovo klientų daliai. Nėra reikšminga, jei painiava sukeliama neatidiems ar indiferentiškiems vartotojams“⁹⁶. Vienareikšmiškai spręsti, kokia vartotojų dalis laikytina „žymia“, kad būtų konstatuotas pažeidimas, nėra įmanoma. Ši aplinkybė priklauso nuo bylos specifikos, tačiau galima išskirti bendrą principą, susiejant vartotojų, kuriems sukeliama reali ar tikėtina painiava, mastą su ieškovo žymens skiriamąjį požymio stiprumu. Christopher Wadlow nuomone⁹⁷, kuo stipresnis ieškovo pavadinimo, žymens ar ženkle skiriamasis požymis, tuo mažesnis asmenų, kuriems atsakovui savavališkai naudojant ieškovo žymenį sukeliama painiava, skaičius laikytinas „žymiu“. Autoriaus nuomone, taisyklė galioja ir garsių ženklų atžvilgiu. Kuo ženklas garsesnis atitinkamam vartotojui, tuo sudėtingiau jam sukelti tikėtina painiavą (taigi ir mažesnis supainiotų vartotojų skaičius pakankamas sąžiningos konkurencijos pažeidimui konstatuoti). Taigi žymens skiriamąjį požymio stiprumas ir garsumas – faktoriai, palengvinantys realios ar tikėtinos painiavos, kaip sąžiningos konkurencijos pažeidimo, nustatymą.

2.2.2.Reputacija kaip apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų objektas

⁹⁴ *NAD Electronics v NAD Computer Systems* [1997] F.S.R. 380.

⁹⁵ *Saville Perfumery Ltd. v June Perfect* (1941) 58 R.P.C. 147 HL.

⁹⁶ *Kark Publications Ltd v Odhams Press Ltd* [1962] 1 W.L.R. 380 Ch D.

⁹⁷ C. Wadlow. *The law of passing off: unfair competition by misrepresentation*. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 607.

Reputacija yra neturtinė vertybė, „teisinėmis priemonėmis ginamas interesas.“⁹⁸ Apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių instituto objektas - ūkio subjekto, jo ženklo ar žymens reputacija. Per šį faktą išryškėja skirtumai nuo išimtinėmis teisėmis suteikiamos apsaugos reputacijos atžvilgiu. Išimtinėmis teisėmis ginama tik registruoto ženklo reputacija ir tik netapačių ir nepanašių prekių ar paslaugų atžvilgiu⁹⁹. Tuo tarpu apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos institutas gina ir neregistruotų žymenų bei ūkio subjekto reputaciją, be to, prekių ženklų, bei žymenų reputaciją panašių ar tapačių prekių ar paslaugų atžvilgiu.

Ūkio subjekto reputacija apibrėžiama kaip „firmos geras vardas“¹⁰⁰ arba „ūkio subjekto savybė, pakankama pritraukti vartotojus naudotis jo gaminiais“¹⁰¹. Panašių kriterijų pagrindu apibrėžiama ir žymens ar ženklo reputacija. Ji atsiranda kaip tam tikrų aplinkybių pasekmė: „1) vartotojai žino, kad ūkio subjekto žymuo ar ženklas yra naudojamas; 2) ūkio subjekto konkurentai žino, kad žymuo ar ženklas yra naudojamas ar kai 3) vartotojo ženkliui arba žymeniui suteikia tam tikrą vertę, turinčią reikšmės sprendžiant dėl konkretaus gaminio įsigijimo.“¹⁰²

Pagal pateiktą apibrėžimą matyti, kad reputacija yra ūkio subjekto, jo ženklo ar žymens savybė, pridėtinė vertė, atsiradusi dėl vartotojų akyse įgyto pripažinimo ir pasitikėjimo. Reputacija atsiranda dėl ūkio subjekto veiklos rinkoje. Todėl ženklo ar žymens apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių negalima, jei ženklas nėra naudojimas rinkoje ir todėl neturi reputacijos. Tokią poziciją pagrindžia ir Lietuvos apeliacinis teismo suformuluota Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. taikymo ir aiškinimo taisyklė: „pagal minėtos Konkurencijos įstatymo normos prasmę yra užtikrinamos teisės tokio ūkio subjekto, kuris savo veikloje naudoja prekės ženklą, dėl kurio kilo ginčas, ir šis prekės ženklas paslaugų ar prekių rinkoje jau turi tam tikrą reputaciją. Tuo tarpu ieškovas, kaip buvo minėta, jam priklausančio prekės ženklo nenaudoja, todėl nėra pagrindo tvirtinti, kad šis prekės ženklas dalyvauja konkurencinėje veikloje ir prekių bei paslaugų rinkoje turi reputaciją.“¹⁰³ Remdamasis išdėstyta pozicija, Lietuvos apeliacinis teismas atsisakė taikyti Konkurencijos įstatymo 16 str.

Ženklo ir žymenų reputacija dėl jų naudojimo ypatumų yra skirtingo pobūdžio. Išskiriama „gilus pobūdžio“ ženklo ar žymens reputacija, kuriai būdingas didelis žinomumas konkrečių prekių ar paslaugų atžvilgiu (pvz., WRIGLEYS kramtomosios gumos atžvilgiu) ir „platus pobūdžio reputacija“, kai ženklas ar žymuo žinomas ne konkrečių, o daugelio prekių ar paslaugų atžvilgiu

⁹⁸ C. Wadlow. The law of passing off: unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 111.

⁹⁹ Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymo 38 str. 1 d. 3 p.

¹⁰⁰ A. Bakanas, G. Bartkus, G. Dominas ir kt. Lietuvos Respublikos civilinio kodekso II knygos komentaras. – Justitia: Vilnius, 2002. P. 73.

¹⁰¹ Inland Revenue Commissioners v Muller and Co's Margarine Ltd [1901] A.C. 217 HL.

¹⁰² J. Phillips. Trademark law. A practical anatomy. – Oxford: Oxford university press, 2003. P. 370.

¹⁰³ Lietuvos apeliacinio teismo 2003 m. lapkričio 27 d. sprendimas civilinėje byloje Nr. 2A-161/2003.

(pvz., MARKS & SPENCER ženklo žinomumas vartotojų siejamas su įvairiomis prekėmis ar paslaugomis).¹⁰⁴ Ženklo ar žymens reputacijos mastas reikšmingas apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos apimties prasme.

Nesąžiningos konkurencijos veiksmu ieškovo (jo ženklo ar žymens) reputacija gali būti pažeidžiama dvejopai: nesąžiningai pasinaudojant reputacija (Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 2 p.) ir pakenkiant jai (Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 3 p.). Reputacija gali būti pažeidžiama tiek atsakovo, kuris yra ieškovo konkurentas, tiek to, kuris nėra (naudojant ieškovo ženklą ar žymenį skirtingų prekių ar paslaugų atžvilgiu), veiksmis. Kadangi darbo objektu yra atvejai, kai reputacijos pažeidimas susijęs su konkurencijos apribojimu, nagrinėtini tik tie atvejai, kai tokias pasekmes sukelia ieškovo konkurentas (panašių ar tapačių prekių ar paslaugų atžvilgiu).

Generalinis advokatas *Adidas Solomon* byloje prekių ženklo reputacijos pakenkimą apibrėžė kaip situaciją, kai savavališkai ieškovo ženklu žymimos prekės sukelia tokias vartotojų reakcijas, dėl kurių ženklo patrauklumas sumažėja¹⁰⁵. Reputacijai pakenkiama tapačiu ar panašiu (į ieškovo naudojamą) žymeniu žymint prastesnės kokybės nei ieškovo prekes ar paslaugas. Ieškovas dėl to netenka vartotojų pasitikėjimo, dėl to jo reputacija praranda patrauklumą, reikšmę vartotojui renkantis gamintojo prekę ar paslaugą. Pakenkimo reputacijai atveju ieškovo prekę paprastai siejama su kokybe, patikimumu, gamybos tradicijomis, o atsakovo gaminiai tokiomis savybėmis nepasižymi. Ieškovas, negalėdamas kontroliuoti atsakovo gaminių kokybės, dėl vartotojams sukeliama neigiamų asociacijų, praranda reputaciją.

Kai ieškovo pavadinimas, ženklas ar žymuo naudojamas prekių ar paslaugų, kurios savo kokybe lygiavertės ieškovo siūlomoms, žymėti, laikytina, kad buvo pasinaudota reputacija. Šiuo atveju pati reputacija nepažeidžiama ir nepraranda reikšmės vartotojui renkantis prekę ar paslaugą, tačiau ieškovui visiškai ar iš dalies užkertamas kelias pasinaudoti reputacijos teikiama komercine nauda. Reputacija ir toliau išlieka stipriu veiksmu, skatinančiu vartotojus įsigyti konkretų produktą, tačiau tampa nukreipta į atsakovo, o ne ieškovo gaminį. Šiuo atveju „atsakovas nepažeidžia ieškovo reputacijos kaip tokios, tačiau savo veiksmis sumažina jos vertę. Ieškovas, užuot pats naudojasis visa reputacijos nauda, yra priverstas dalintis ja su nesąžiningu konkurentu.“¹⁰⁶

„Minėtieji reputacijos pažeidimo būdai tarpusavyje susiję, dažnai gali koegzistuoti ar ilgainiui iš vieno peraugti į kitą.“¹⁰⁷ Dėl to šiame darbe aptariami kartu. Apibendrinant galima teigti, kad „neigiamas poveikis reputacijai kyla iš atsakovo veiksmų, kuriais šis sudaro įspūdį, kad ieškovo

¹⁰⁴ J. Phillips. Trademark law. A practical anatomy. – Oxford: Oxford university press, 2003. P. 370.

¹⁰⁵ Generalinio advokato Jacobs 2003 m. liepos 10 d. nuomonė byloje C-408/01.

¹⁰⁶ Irvine v Talksport [2002] EWHC 367.

¹⁰⁷ C. Wadlow. The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 242.

ir atsakovo prekės ar paslaugos yra vienu ar kitu būdu susijusios.¹⁰⁸ Tokia situacija susiklostė *Unik Time Co v Unik Time* byloje¹⁰⁹. Ieškovas savo gaminamus ir platinamus aukštos reputacijos laikrodžius žymėjo ženklu UNIK TIME. Atsakovo, laikrodžių didmeninio platinimo įmonės, pavadinimas buvo identiškas ieškovų ženklui, tačiau ieškovo gaminiais atsakovas neprekiavo. Teismas pripažino, kad mažmeninkai (kiti ūkio subjektai), galėjo žinoti, kad ieškovas gamina aukštos kokybės laikrodžius, tačiau nežinoti, koku ženklu žymi šią produkciją. Todėl pripažinta, jog yra tikimybė, kad mažmeninkai gali įsigyti atsakovo laikrodžius, vadovaudamiesi žiniomis apie ieškovo reputaciją. Teismas pripažino, kad atsakovas dėl savo pavadinimo galėjo pasinaudoti ieškovo reputacija.

Pakenkimo reputacijai pavyzdys galėtų būti *Chealsea Man v Chealsea Girl* byla¹¹⁰. Ieškovas naudojo reputaciją turintį CHEALSEA MAN ženklą odiniams drabužiams žymėti, kurie skirti pasiturintiems pirkėjams. Atsakovas tapatų ženklą naudojo prastesnės kokybės, paaugliams skirtiems drabužiams. Teismas pripažino, kad tokiais atsakovo veiksmais yra kenkiama ieškovo ir jo prekių ženklo reputacijai. Vadinasi, reputacijos pažeidimo atvejais visada reikalinga neigiama ar nesuderinama su ženklo ar žymens įvaizdžiu asociacija. Todėl visais reputacijos pažeidimo atvejais tapatūs ar panašūs žymenys bus naudojami prastesnės kokybės prekėms. Pasinaudojimas ženklo ar žymens reputacija žymi tuos atvejus, kai išnaudojamas ženklo ar žymens žinomumas, prestižas.¹¹¹

Apibendrinant galima teigti, kad esminis pasinaudojimo pavadinimo, ženklo, žymens reputacija ir pavadinimo, ženklo, žymens reputacijos pakenkimo kaip nesažiningos konkurencijos veiksmų skirtumas yra tai, kad pirmuoju atveju „nėra pakenkiama ženklo įvaizdžiui, tai yra tapatus ar panašus žymuo naudojamas nebūtinai žemos kokybės ar reputacijos prekėms žymėti.“¹¹² Abiem atvejais reikia nustatyti, kad ieškovo pavadinimas, ženklas, žymuo vartotojui kuria aukštos kokybės, prabangos ar patikimumo įspūdį. Be to, svarbu įrodyti, kad pavadinimu, ženklu ar žymeniu siekiama pasinaudoti būtent dėl jų sukurtų teigiamų asociacijų rinkoje, galinčių įtakoti vartotojo pasirinkimą.

2.2.3. Skiriamąjo požymio susilpninimo sąlyga

Kaip jau buvo minėta, skiriamasis požymis reiškia išskirtinę ženklo ar žymens savybę, kurios naudojimą vartotojai sieja su įprastai tuo ženklu ar žymeniu žymimomis prekėmis. Prekių ženklo skiriamąjo požymio susilpninimo priežastimi gali būti įvairios aplinkybės. „Ženklo ar

¹⁰⁸ L. Benly, B. Sherman. Intellectual property law. Second edition. – Oxford: Oxford university press, 2004. P. 753.

¹⁰⁹ Unik Time Co v Unik Time [1983] F.S.R. 121.

¹¹⁰ Chealsea Man v Chealsea Girl [1987] R.P.C.

¹¹¹ Guidelines concerning proceedings before the Office for The Harmonization in the internal market. Part C. P. 37-42. // http://oami.europa.eu/en/mark/marque/pdf/part_5-EN.pdf; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

¹¹² Ten pat.

žymens skiriamasis požymis neišvengiamai susilpnės, jei savininkas ar naudotojas nustos jį naudoti komercinėje veikloje. Tokiu atveju diskutuotina tik kada ir kokia apimtimi ženklas ar žymuo nustos identifikuoti ieškovą ar jo gaminį.¹¹³ Kita skiriamąjį požymį galinti susilpninti priežastis – nesąžiningos konkurencijos veiksmai. Šiuo atveju atsiradus antram ūkio subjektui, kuris tapačioms ar panašioms prekėms ar paslaugoms žymėti naudoja panašų ar tapatų į ieškovo žymenį, vartotojai nebegalėtų ankstesnių prekių išimtinai sieti su ankstesniu prekių ženklu. Vadinasi, susilpnėja skiriamasis požymis.

Kaip ir reputacijos pažeidimo atveju, skiriamojo požymio silpninimas gali atsirasti tiek dėl konkurento, tiek dėl kito subjekto, su kuriuo ieškovo nesieja konkurencinis santykis, veiksmų. Atsižvelgiant į darbo tikslą, skiriamojo požymio silpninimas, atsiradęs dėl ženklo ar žymens naudojimo nepanašių prekių ar paslaugų atžvilgiu, nebus nagrinėjamas. Ginčo šalims nesant konkurentams ženklo ar žymens skiriamojo požymio susilpnėjimo (kaip atsakovo veiksmų pasekmės) siejimas su nesąžiningos konkurencijos veiksmais būtų nepagrįstas. Ženklo ar žymens skiriamojo požymio susilpninimo suabsoliutinimas konstatuojant nesąžiningos konkurencijos veiksmus, reikštų „klaidingą pripažinimą, kad apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų apsaugos objektas yra ženklas ar žymuo, o ne ieškovo konkurencinis pranašumas (angl. *goodwill*)“¹¹⁴. Tačiau „apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos siekiama ginti būtent ieškovo komercinę reputaciją, jį ir jo klientus siejantį ryšį, ieškovo ar jo prekių sukurtą patrauklumą, lemiantį vartotojo ekonominę elgesį“¹¹⁵.

Taigi skiriamojo požymio susilpninimo faktas pats savaime (nesant konkurencinio santykio tarp ginčo šalių) nėra pakankama sąlyga nesąžiningos konkurencijos veiksams pripažinti. Pirma, tokie atvejai laikytini išimtinių teisių pažeidimu¹¹⁶. Antra, tokiu atveju atsakovas negali apsinkinti ieškovo galimybes konkuruoti ir, kaip jau minėta, negali įgyti nesąžiningo konkurencinio pranašumo. Dėl to *Lego v Lego M Lemelstrich* byloje¹¹⁷ (toliau – Lego byla) sprendimas pripažinti atsakovo veiksmus, panaudojant ieškovo ženklą LEGO sodo įrangai žymėti, nesąžininga konkurencija dėl skiriamojo požymio susilpninimo yra kvestionuotinas¹¹⁸. Lego bylos taisyklė buvo pakartota *Taylor Bros v Taylor Group* byloje¹¹⁹. Tačiau šioje byloje nesąžiningos konkurencijos veiksmai konstatuoti pagrįstai, nes šalys, nors ir nebuvo tiesioginiai konkurentai, veikė toje pačioje

¹¹³ *Ad-lib Club Ltd v Granville* [1972] R.P.C. 673.

¹¹⁴ C. Wadlow. *The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation*. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 269.

¹¹⁵ Hazel Carty. *Heads of damage in passing off* // *European Intellectual Property Review*. 1996, Nr. 18(9).

¹¹⁶ *Prekių ženklų įstatymo* 38 str. 1 d. 3 p. ir 3 d.

¹¹⁷ *Lego v Lego M Lemelstrich* [1983] F.S.R. 155.

¹¹⁸ C. Wadlow. *The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation*. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 269.

¹¹⁹ *Taylor Bros v Taylor Group* [1988] 2 N.Z.L.R. 1.

komercinės veiklos srityje (tekstilės valymo). Nurodytosios argumentacijos logikos laikytasi ir *Dawnay Day v Cantor Fitzgerald* byloje¹²⁰, kurioje konstatuota, kad „DAWNAY DAY žymens naudojimas atsakovo, nesančio DAWNAY DAY grupės nariu, veikloje pažeistų šio žymens skiriamąjį požymį“, o atsakovo veiksmai pripažinti nesąžininga konkurencija. Toks teismo sprendimas pagrįstas, nes viena iš ieškovo grupės įmonių buvo tiesioginis atsakovo konkurentas, todėl pastarojo veiksmais, be kita ko, buvo įgytas nesąžiningas konkurencinis pranašumas. Nors Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. prasme tokia situacija greičiausiai būtų vertinama kaip galinti sukelti painiavą su ieškovu ar jo veikla (nes savavališkai pasinaudota juridinio asmens pavadinimu, o ne ženklu ar žymeniu), tai neturi esminės reikšmės aiškinant nesąžiningos konkurencijos veiksmų, galinčių susilpninti kito ūkio subjekto ženklą ar žymenį specifika.

Didžiosios Britanijos teismų praktikoje nesąžininga konkurencija dėl skiriamojo požymio susilpninimo pripažįstami ir tie atvejai, kai „ieškovo ženklas ar žymuo užgožiamas ar nustelbiamas atsakovui, kuris yra kur kas žinomesnis visuomenėje nei ieškovas, naudojant panašų ar tapatų žymenį. Tokia situacija buvo iškilusi *Falcon Travel Ltd v Owners Abroad Group plc.* byloje¹²¹. Ieškovai Airijoje veikė pavadinimu FALCON TRAVEL. Atsakovai, garsi Didžiosios Britanijos turizmo įmonė, savo veikloje naudojusi žymenį FALCON LEISURE įsisteigė ir Airijoje. Teismas, sprenddamas bylą, konstatavo, kad „ieškovo reputacija buvo „užgožta“ atsakovų reputacijos.“ Nors teismas neuždraudė atsakovui naudoti žymens, tačiau priteisė ieškovui pinigų sumą, kad šis galėtų finansuoti reklamos kampaniją ir taip atstatyti savo ženklo išskirtinumą visuomenėje.

2.2.4. Pirmumo teise naudojamo žymens su skiriamuoju požymiu apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų

Apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų suteikiama ir neregistruotų žymenų, ūkio subjektų naudojamų identifikuoti savo prekes ar paslaugas atžvilgiu. Pramoninės nuosavybės teisė tokių objektų teisėtiems naudotojams nesuteikia jokių išimtinių teisių. Žymenys su skiriamuoju požymiu gali būti saugomi autorių teise kaip kūriniai, tačiau tam turi atitikti originalumo reikalavimą.¹²² Autorių teisių gynimo būdai nors galimi, tačiau, autoriaus nuomone, nėra tinkami žymeniui su skiriamuoju požymiu apsaugoti dėl šių priežasčių. Pirma, konkurentai retai naudoja kitų ūkio subjektų žymenų (pvz., etikečių) identišką kopijas savo gaminiams žymėti. Dėl to ieškovas, gindamas savo žymenį, turėtų įrodinėti, kad atsakovo žymuo yra perdirbtas kūrinys¹²³, į kurį autorių turtinės teisės priklauso ieškovui. Tai apsunkintų teisių gynimo procesą. Antra, jei ūkio subjektas

¹²⁰ Dawnay Day v Cantor Fitzgerald [2000] R.P.C. 669, CA.

¹²¹ Falcon Travel Ltd v Owners Abroad Group plc. [1991] 1 EIPR D-11 HC of Ireland.

¹²² Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymo 2 str. 19 d. // Valstybės žinios. 1999, Nr. 50-1598.

¹²³ Ten pat, 15 str. 1 d. 4 p.

neturėtų autorių turtinių teisių į naudojamą komercinėje veikloje žymenį su skiriamuoju požymiu, visais atvejais, uždraudžiant atsakovui naudoti tokį žymenį, reikėtų pasitelkti žymens (kūrinio) autorių (gauti jo leidimą). Trečia, itin problemiška būtų žymenį (kūrinį) ginti ir autorių neturtinių teisių pagrindu (teisė prieštarauti dėl kūrinio pakeitimo¹²⁴).

Taigi apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių yra vienintelis priimtinas žymens su skiriamuoju požymiu apsaugos būdas. Lietuvos teismų praktikoje iki šiol išnagrinėtos tik dvi bylos, kuriose Konkurencijos įstatymo taisyklėmis siekta ginti neregistruotą žymenį. *UAB "Rasa", UAB "Vegoplastas", UAB "Druskininkų Rasa" v. individuali R. Degutienės įmonė "Kertupis"*¹²⁵ byloje (toliau – Rasa byla) ginčas kilo dėl etiketės naudojimo. Abi ginčo šalys mineraliniam vandeniui žymėti naudojo identišką etiketę su išskirtiniu elementu – žymeniu RASA (ieškovai), DRUSKININKŲ RASA (atsakovas). Ieškovai žymenį RASA buvo registravę kaip prekių ženklą, naudojo juridinio asmens pavadinime, o etiketę su šiuo žymeniu naudojo pirmumo teise. Konkurencijos įstatymo 16 str. pagrindu reikalauta uždrausti atsakovams naudoti juridinio asmens pavadinimus RASA ir DRUSKININKŲ RASA bei uždrausti naudoti klaidinančiai panašią etiketę. Spręsdamas dėl nesąžiningos konkurencijos veiksnių neregistruotų žymenių atžvilgiu, LAT taikė tokias pačias taisykles kaip ir registruotų ženklų atveju: atsižvelgė į žymens naudojimo pobūdį („Iš atsakovo etiketės <...> matyti, kad žodžiai „Druskininkų Rasa“ (atitinkamai grafiškai stilizuoti) joje naudojami ne vien tik sąžiningai siekiant suteikti informaciją apie vandens šaltinio vietovę ir šaltinio, iš kurio išgaunamas mineralinis vanduo, pavadinimą, bet būtent siekiant nesąžiningai pasinaudoti kito ūkio subjekto pirmumo teise naudojamu žymeniu su skiriamuoju požymiu – etikete su stilizuotai grafiškai išpildytais žodžiais „Druskininkų Rasa“). Žymens naudojimo pobūdis akcentuotas ir sprendžiant dėl atsakovo veiksnių ieškovo pavadinimų atžvilgiu („nėra pagrindo pripažinti, kad <...> atsakovas taip pat atliko nesąžiningos konkurencijos veiksmus <...> dar ir tuo, kadangi savavališkai naudojo žymenį, tapatų į kito ūkio subjekto pavadinimą. <...> nesąžininga konkurencija nepasireiškė tuo, kad atsakovas siekė nesąžiningai pasinaudoti būtent kito ūkio subjekto pavadinimu, t.y. atsakovas naudojo žodinius žymenis „Druskininkų Rasa“ ne ūkio subjekto pavadinimo prasme.“) Suformuluotos taisyklės dar kartą patvirtina, kad sprendžiant dėl nesąžiningos konkurencijos reikšmingas atsakovo veiksnių pobūdis bei jų kryptingumas konkretaus objekto atžvilgiu.

*UAB „Boslita ir Ko“ v. „Italiana International“*¹²⁶ byloje ieškovas Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p., Paryžiaus konvencijos 10^{bis} str. 1 d. pagrindu siekė uždrausti atsakovui žymėti vyną

¹²⁴ Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymo 14 str. 1 d. 3 p. // Valstybės žinios. 1999, Nr. 50-1598.

¹²⁵ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2001 m. spalio 1 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-875/2001.

¹²⁶ Lietuvos apeliacinio teismo 2004 m. rugsėjo 6 d. sprendimas civilinėje byloje Nr. 2A-296/2004.

etiketėmis "Auksinis muskatas", panašiomis į ieškovo pirmumo teise naudojamą žymenį su skiriamuoju požymiu (etiketes "Auksinis šampanas") vynui žymėti. Teismas, pripažino, jog atsakovas naudoja panašią į ieškovo pirmumo teise naudojamą etiketę, ir tai gali sukelti painiavą tarp ūkio subjektų. Spręsdamas dėl žymenų panašumo, teismas nurodė, jog „abi etiketės turi juodus ir plačius kontūrus, žodiniai žymenys „Auksinis muskatinis“ ir „Auksinis muskatas“ yra panašūs tiek turiniu, tiek šriftu, tiek spalvomis, taip pat panašūs yra ir abiejų etikečių motyvai vynuogių kekės, penkių medalių eilės“. Teismas laikė, kad gyventojų nuomonės tyrimo išvados, patvirtinančios, jog dėl ieškovo ir atsakovo gėrimų butelių panašumo galėtų suklysti 49,6 proc. apklaustųjų yra pakankamos išvados dėl žymenų painiojimo galimybės padaryti. Atsakovas ginčijo, jog apklausos rezultatai nepagrindžia tokios išvados, tačiau apeliacinės instancijos teismas dėl šių argumentų nepasisakė. Kaip minėta, sprendžiant dėl žymenų painiojimo galimybės atsižvelgtina į ieškovo etiketės skiriamąjo požymio stiprumą. Vertinant ieškovo etiketės grafinį išpildymą, tyrimo išvados laikytinos pakankamomis painiojimo galimybei įrodyti.

Apibendrinant juridinio asmens pavadinimo, ženklo ar žymens atžvilgiu taikomą apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų, pripažintina, kad visais atvejais sukeliama tam tikra žala ieškovui, apsunkinanti galimybę jam konkuruoti rinkoje. Net Lietuvos teismų praktikoje konstatuojant nesąžiningos konkurencijos veiksmų padarymą juridinio asmens pavadinimo, ženklo ar žymens atžvilgiu neretai nurodomos kelios iš Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. alternatyvių sąlygų¹²⁷, jų atskirai neaiškinant. Tai leidžia spręsti, kad visos Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. sąlygos iš esmės yra nukreiptos į pramoninės nuosavybės objektų sukuriamos pridėtinės vertės (ieškovo konkurencingumo rinkoje) užtikrinimą. Kiekviena sąlyga atsakovui uždraudžiama nesąžiningai pasinaudoti atskiru šio konkurencinio pranašumo aspektu:

įgyti galimybę pasinaudoti ieškovo sukurtu vartotojų pasitikėjimu (sukeliant tikėtiną painiavą su ieškovu (jo veikla) (Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. pirmoji sąlyga));

išnaudoti ieškovo, jo ženklo ar žymens kuriamą aukštos kokybės, prabangos ar kitą teigiamą asociaciją visuomenėje (pakenkiant ar pasinaudojant ieškovo (jo ženklo, žymens) reputacija ((Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. antroji ir trečioji sąlyga));

pasinaudoti ženklo ar žymens išskirtinumu, patrauklumu vartotojams (susilpninant ieškovo ženklo ar žymens skiriamąjį požymį (Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. ketvirtoji sąlyga)).

¹²⁷ Lietuvos apeliacinio teismo 2005 m. birželio 30 d. sprendimas civilinėje byloje 2A-236/2005; Lietuvos apeliacinio teismo 2001 m. vasario 19 d. sprendimas civilinėje byloje 2A-13/2001.

Taigi visais atvejais atsakovo veiksmų rezultatas yra nepagrįstos naudos ieškovo sąskaita įgijimas. Jo veiksmams būdinga orientacija į nesąžiningo konkurencinio pranašumo sukūrimą. Kadangi šie faktoriai neturi esminės reikšmės išimtinių teisių pažeidimo atveju, tai pripažintina nesąžiningos konkurencijos veiksmų specifika.

2.3. Geografinių nuorodų apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų

„„Champagne“, „Cognac“, „Porto“, „Tequila“ - gerai žinomų pavadinimų, siejamų su tam tikrų savybių ir kokybės gaminiais, pavyzdžiai. Bendra pavadinimus siejanti savybė – geografinis pobūdis, jų paskirtis nurodyti egzistuojančias geografines vietas“.¹²⁸ „Geografinės nuorodos gali įgyti gerą reputaciją ir tapti komerciškai patraukliomis.“¹²⁹ To priežastis - ”geografiniai pavadinimai bei kitos sąvokos, siejančios gaminių su konkrečia vietove, turi didelę komercinę reikšmę vartotojui, dažnai savo pasirinkimą grindžiančiam tokių nuorodų pagrindu.“¹³⁰ Vietovių pavadinimai dėl įgytos komercinės reikšmės neretai tampa verslininkų pasipelnymo įrankiu. Siekiant užtikrinti tinkamą geografinių nuorodų naudojimą, joms suteikiama teisinė apsauga tarptautiniu, ES, bei nacionaliniu lygiu. Draudžiama klaidinti ūkio subjektus pateikiant jiems neteisingą ar nepagrįstą informaciją apie savo ar kito ūkio subjekto prekės pagaminimo vietą (tai yra naudoti klaidinančias visokiais būdais pateikiamas geografines nuorodas).¹³¹

2.3.1. Geografinės nuorodos samprata

Esminė geografinių nuorodų funkcija yra identifikuoti gaminių kilmės šaltinį. Skirtingai nuo prekių ženklų, geografinės nuorodomis siekiama nurodyti gaminio kilmę iš konkrečios vietovės, o ne konkretaus gamintojo. Skirtingai nuo kitų pramoninės nuosavybės objektų, geografinės nuorodos pasižymi apsaugos mechanizmų ir terminologijos įvairove. Sąvoka „geografinė nuoroda“ suprantama dviem prasmėmis: 1) plačiąja (kaip bendrinis kilmės nuorodų, geografinių nuorodų ir kilmės vietos pavadinimų terminas) ir 2) siaurąja (kaip konkreti geografinių nuorodų rūšis). Trumpai apžvelgsime atskiras geografinių nuorodų rūšis ir jų reglamentavimą.

2.3.1.1. Kilmės nuoroda

Kilmės nuoroda yra plačiausios apimties sąvoka, reiškianti geografinę kilmę prekių ženklų įstatymo 2 str. 1 d. 5 p. prasme.¹³² Melagingos gaminio kilmės nuorodos, draudžiamos Paryžiaus konvencijos 1(2) str. ir 10 str. bei PINO administruojama 1891 m. Madrido sutartimi dėl sankcijų už

¹²⁸ WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use (WIPO Publication No.489 (E)) P. 119. // <http://www.wipo.int/export/sites/www/about-ip/en/iprm/pdf/ch2.pdf>; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

¹²⁹ Ten pat.

¹³⁰ Protection of geographical indications and designations of origin // http://www.ipr-helpdesk.org/controlador/resources/showDocument?len=en&idFicha=0000006292&formato=xml_html&nomFichero=ES_Geographical_Indication_2&idFichero=00&cod_padre=t_01.04.02.01; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

¹³¹ Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 2 p. ir 3 d.; Nuostatų 4(2)(iv) str.; Paryžiaus konvencijos 10 bis (3)(3) str.; TRIPS sutarties 22(2)(b) str.

¹³² Geografinė kilmė apibrėžiama kaip šalis, teritorija, regionas ar vietovė, pagal kurią galima nustatyti tikrąją prekės kilmės vietą.

melagingą ar klaidinantį prekių kilmės nurodymą¹³³ (toliau – Madrido sutartis), tačiau nė vienas aktas nepateikia kilmės nuorodos apibrėžimo. Remiantis Madrido sutarties 1 str., kilmės nuoroda galime apibrėžti kaip „žyminti šalį ar vietovę joje kaip gaminio kilmės šalį ar vietą.“¹³⁴ „Šis apibrėžimas nereikalauja, kad kilmės nuoroda priskirtų konkrečiam gaminiui kokybės ar kitas savybes, būdingas konkrečiai geografinei vietai.“¹³⁵

Madrido sutartis draudžia melagingų (neatitinkančių tikrosios prekių kilmės vietos) ir klaidinančių kilmės nuorodų naudojimą. Klaidinančiomis kilmės nuorodos pavyzdys - situacija, kai dviejose valstybėse egzistuojantis geografinis pavadinimas ilgą laiką buvo naudotas tik iš vieno konkretaus regiono kildinamoms prekėms žymėti. Šiuo geografiniu pavadinimu žymint prekes iš antrosios valstybės, tokia kilmės nuoroda nebus melaginga, bet klaidins vartotojus.¹³⁶

Kilmės nuoroda galime laikyti žodinius žymenis (pvz., „pagaminta ES“) arba vaizdinius elementus. LAT, sprendamas dėl žymens „BIRŽIEČIŲ“ teisinės prigimties pripažino, kad kilmės nuoroda „gali reikšti tiek prekių gamybos geografinę vietą, tiek ir vietovę, iš kurios tos prekės yra kilę, nors joje nėra gaminamos. <...> "prekių kilmės vieta" turi būti suprantama ne tik kaip tiesioginis vietovės geografinis pavadinimas, bet ir kaip išvestinės geografinės kilmės vietos formos.“¹³⁷

2.3.1.2. Geografinė nuoroda ir kilmės vietos pavadinimas

Geografinė nuoroda apibrėžiama TRIPS sutarties 22(1) str. kaip „žymuo, pagal kurį galima nustatyti, kad prekė kilusi iš tam tikros teritorijos, regiono ar vietovės ir kuris sieja tos prekės reputaciją ar kitas savybes su geografinė kilmė.“ „Šis apibrėžimas pagrįstas kilmės vietos pavadinimų sąvoką, nurodyta [PINO administruojamos] 1958 m. Lisabonos sutarties dėl prekių kilmės vietų apsaugos ir jų tarptautinės registracijos¹³⁸ [toliau – Lisabonos sutartis] 2 straipsnyje. Tačiau jis skiriasi nuo Lisabonos sutarties 2 straipsnio keletu aspektų.“¹³⁹ Visų pirma, geografinė nuoroda gali būti tiek žodinis, tiek grafinis žymuo, kai tuo tarpu kilmės vietos pavadinimas tik žodinis. Antra, Lisabonos sutarties 2 str. 1 d. apibrėžia kilmės vietos pavadinimą kaip „geografinį

¹³³ Madrid agreement for the repression of false and deceptive indications of source of goods // http://www.wipo.int/treaties/en/ip/madrid/trtdocs_wo032.html; prisijungimo laikas: 2007-12-09.

¹³⁴ G. Pranevičius. Protection of geographical indications // Jurisprudencija, 2004, t. 58(50). P. 119.

¹³⁵ WIPO standing committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications document No SCT/6/3. "Geographical indications: historical background, nature of rights, existing systems for protection and obtaining effective protection in other countries" // HTTP://WWW.WIPO.INT/EDOCs/MDOCS/SCT/EN/SCT_6/SCT_6_3.DOC; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

¹³⁶ WIPO standing committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications document No SCT/8/4. "Document SCT/6/3 rev. on Geographical indications: historical background, nature of rights, existing systems for protection and obtaining effective protection in other countries" // HTTP://WWW.WIPO.INT/EDOCs/MDOCS/SCT/EN/SCT_8/SCT_8_4.PDF; prisijungimo laikas: 2007-12-08.

¹³⁷ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2000 m. kovo 14 d. civilinėje byloje Nr. Nr. 3K-3-175/2000.

¹³⁸ Lietuvos Respublika nėra šios tarptautinės sutarties dalyvė.

¹³⁹ WIPO standing committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications document no sct/6/3. "geographical indications: historical background, nature of rights, existing systems for protection and obtaining effective protection in other countries" // http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_6/sct_6_3.doc; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

valstybės, regiono ar vietovės pavadinimą, naudojamą iš jų kilusiems produktams, pasižymintiems kokybe, reputacija ir kitomis savybėmis, atsiradusiomis išimtinai ir būtinai dėl kilmės vietos geografinės aplinkos, įskaitant savybes, nulemtas gamtinių ir žmogiškųjų faktorių.¹⁴⁰ Tuo tarpu geografinėmis nuorodomis pažymėtos prekės, pagal TRIPS sutarties 22(1) str. turi pasižymėti bent viena iš geografinės kilmės vietai priskiriamų savybių (kokybe arba reputacija arba kitomis savybėmis). Su TRIPS sutartimi suderintas ir Prekių ženklų įstatymo 2 str. 4 d. pateikiamas geografinių nuorodų apibrėžimas. Tačiau kyla probleminis klausimas, kodėl 2007 m. vasario 26 d. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro įsakymo Dėl Žemės ūkio ministro 2002 m. gruodžio 20 d. įsakymo Nr. 499 „Dėl žemės ūkio ir maisto produktų kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų apsaugos taisyklių patvirtinimo“ pakeitimo¹⁴¹ (toliau - Taisyklės) 2 p. bei 2006 m. kovo 20 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 510/2006 dėl žemės ūkio produktų ir maisto produktų geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų apsaugos¹⁴² (toliau - Tarybos reglamentas (EB) Nr. 510/2006) 2 str. 1 d. b) p. „geografinė nuoroda“ apibrėžiama tik kaip „pavadinimas“ eliminuojant grafinius žymenis. Tokia formuluotė artimesnė Lisabonos sutartyje įtvirtintai sąvokai, todėl pripažintina, kad Taisyklėse ir Tarybos Reglamente Nr. 2081/92 įtvirtinta geografinės nuorodos sąvoka yra specifinė ir sunkiai atribojama nuo kilmės vietos pavadinimo.

TRIPS sutarties 22(2) str. įpareigoja PPO dalyves „užtikrinti teisinės priemonės, siekiant išvengti: a) bet kokių priemonių prekei nurodyti ar ją pristatyti, kurios nurodo ar leidžia suprasti, kad aptariamoji prekė yra kilusi iš kitos geografinės srities, o ne iš tikrosios kilmės vietos, naudojimo taip, kad visuomenė klaidinama dėl geografinės prekės kilmės; b) bet kokio nuorodos naudojimo, kuris yra nesąžiningos konkurencijos veiksmas, kaip ji suprantama pagal Paryžiaus konvencijos 10bis straipsnį.“ Taigi geografinės nuorodos apsauga pagal TRIPS sutartį atsiranda tik nustačius vieną iš alternatyvių pagrindų (visuomenės klaidinimą ar nesąžiningos konkurencijos veiksmą). TRIPS sutarties 23 (1) str. suteikia platesnę vynus ir spiritinius gėrimus identifikuojančių geografinių nuorodų papsaugą: nėra reikalaujama visuomenės klaidinimo fakto nustatymo, draudimas naudoti geografinę nuorodą išplečiamas vertimų bei geografinių nuorodų ir kitų elementų (tokių žodžių kaip „rūšis“, „tipas“, „stilius“, „imitacija“) junginių atžvilgiu.

Kilmės vietos pavadinimai yra siauriausios apimties sąvoka, reiškianti geografinį pavadinimą, su kuriuo vartotojai sieja gaminį kaip pasižymintį kilmės vietos reputacija, kokybe ir

¹⁴⁰ Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration of October 31, 1958 // http://www.wipo.int/lisbon/en/legal_texts/lisbon_agreement.htm#P22_1099; prisijungimo laikas: 2007-12-09.

¹⁴¹ 2007 m. vasario 26 d. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro įsakymas Dėl Žemės ūkio ministro 2002 m. gruodžio 20 d. įsakymo Nr. 499 „Dėl žemės ūkio ir maisto produktų kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų apsaugos taisyklių patvirtinimo“ pakeitimo Nr. 3D-88 // Valstybės žinios. 2007, Nr. 27-998.

¹⁴² 2006 m. kovo 20 d. Tarybos Reglamentas (EB) Nr. 510/2006 dėl Žemės ūkio produktų ir maisto produktų geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų apsaugos. OL, 2006 L 93. P. 12.

kitomis savybėmis. Nesant bent vieno elemento pavadinimo kilmės vietos pavadinimu pripažinti negalime. Kilmės vietos pavadinimų pavyzdžiais galėtume laikyti “Bordeaux” vynui žymėti, “Tequila” alkoholiniams gėrimams žymėti. Šiame darbe sąvoka geografinė nuoroda naudojama plačiąja prasme kaip apimanti visas tris geografinių nuorodų rūšis.

2.3.2. Geografinių nuorodų apsaugos mechanizmai

Naudoti geografinę nuorodą leidžiama bet kuriam gamintojui, jei prekės šaltinis yra geografinė nuoroda žymima vietovė, o tam tikrais atvejais ir jei prekė atitinka kitas su ta vietove siejamas savybes. Teisėti geografinių nuorodų naudotojai turi teisę uždrausti kitiems naudoti geografines nuorodas, jei jomis žymimos prekės neatitinka minėtų reikalavimų. Priklausomai nuo valstybės, galimi įvairūs geografinių nuorodų apsaugos mechanizmai. Trumpai juos apžvelgsime.

Geografinės nuorodos gali būti saugomas jas registruojant. Tokia galimybė egzistuoja kilmės vietos pavadinimų (pagal Lisabonos sutartį) bei geografinių nuorodų (pagal Tarybos reglamentą (EB) Nr. 510/2006) atžvilgiu. Pagrindinis Lisabonos sutarties įtvirtinamos kilmės vietos pavadinimų apsaugos sistemos požymis tas, kad valstybės dalyvės prisiima pareigą saugoti kilmės vietos pavadinimus, kurie įtraukti į PINO administruojamą tarptautinį registrą. Registruotų geografinių nuorodų apsaugos pagrindas paprastai yra administracinis aktas. „Šis aktas priimamas atlikus administracines procedūras, kurių metu apibrėžiami gaminiai bei jų savybės, kurių atžvilgiu geografinės nuorodos naudojimas laikytinas teisėtu.“¹⁴³ Administracinės institucijos, remdamosi minėtais kriterijais, užtikrina, kad saugomą geografinę nuorodą turintys gaminiai atitiktų nustatytus (pvz., geografinė teritorija, gamybos būdai, produktų savybės) reikalavimus. Kilmės vietos pavadinimų apsauga Lisabonos sutartyje įtvirtintos sistemos pagrindu pasižymi trūkumais. Pagal šią tarptautinę sutartį saugomos tik tie pavadinimai, kurie tokią apsaugą yra įgiję ir nacionaliniu lygiu. Vadinasi, valstybės, nacionaliniu lygiu kilmės vietos pavadinimus saugančios nesąžiningos konkurencijos institutu ir nesukūrusios registracijos sistemos, negali pasinaudoti Lisabonos sutarties taisyklėmis.

Geografinės nuorodos gali būti saugomos prekių ženklų teisės priemonėmis. Geografinė nuoroda dėl aprašomojo pobūdžio neregistruojama kaip paprastas prekių ženklas, tačiau gali būti registruota kaip sertifikacinis ar kolektyvinis ženklas. Sertifikacinis ženklas nurodo, kad juo žymimi gaminiai atitinka tam tikras, taigi ir su kilme susijusias, savybes. Geografinę nuorodą sertifikaciniu ženklu paprastai registruoja valstybinė institucija, vėliau suteikianti teisę naudoti geografinę nuorodą konkretaus regiono gamintojams. „Sertifikacinio ženklo savininkas privalo garantuoti, kad

¹⁴³ WIPO standing committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications document no sct/6/3. “geographical indications: historical background, nature of rights, existing systems for protection and obtaining effective protection in other countries” // http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_6/sct_6_3.doc; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

geografinė nuoroda žymimi gaminiai atitiktų reikalaujamas savybes. Sertifikacinio ženklo savininkui draudžiama pačiam jį naudoti.¹⁴⁴ Geografinės nuorodos registruojamos ir kaip kolektyvinai ženklai, kurių savininkais yra atitinkamame regione veikiančių gamintojų asociacija ar kitas kolektyvinis subjektas. Doktrinoje pripažįstama, kad „skirtumas tarp sertifikacinių ir kolektyvinių prekių ženklų yra daugiau formos, o ne turinio atžvilgiu.“¹⁴⁵ Esminis skirtumas, autoriaus nuomone, tas, kad kolektyvinius, skirtingai nei sertifikacinius, ženklus leidžiama naudoti jų savininkams.

Lietuvoje galimybės pasinaudoti prekių ženklų teise ginant geografines nuorodas nėra. Visgi geografinių nuorodų teisėtų naudotojų interesai ginami Prekių ženklų įstatyme nustatant absoliutų atsisakymo registruoti ženklą ar jo registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindą. 6 str. 1 d. 4 p., 5 p., 10 p. draudžia registruoti žymenį, kuris žymi tik prekių geografinę kilmę arba gali suklaidinti visuomenę dėl prekių geografinės kilmės. To paties straipsnio 12 p., suderintas su TRIPS sutarties 23(1) str., užtikrina platesnę geografinių nuorodų, skirtų vynui ar stipriems alkoholiniams gėrimams žymėti. Be to, Prekių ženklų įstatymo 56 str. 3 d. nustato, kad prekių ženklų gynimo būdai *mutatis mutandis* taikomi teisių į geografines nuorodas gynimui. Geografinių nuorodų specifika (draudimas monopolizuoti jų naudojimą) lemia, kad teisėtas geografinės nuorodos naudotojas gali pasinaudoti tik procesinėmis normomis bet ne analogiškėmis prekių ženklo savininkui teisėmis.

„Savarankiškų apsaugos mechanizmų egzistavimas nereiškia, jog geografinių nuorodų apsauga galima tik vieno iš jų pagrindu.“¹⁴⁶ Faktas, kad egzistuoja regioninė (Tarybos reglamento (EB) Nr. 510/2006 pagrindu) ar tarptautinė (Lietuvoje netaikomos Lisabonos sutarties pagrindu) apsauga, nepašalina galimybės geografinių nuorodų atžvilgiu taikyti apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos taisyklių (Paryžiaus konvencijos 10bis str., Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 2 p. ir 3 d.). Lietuvoje tai pagrindinis teisinės geografinių nuorodų apsaugos būdas, kuris teismų praktikoje¹⁴⁷ iki šiol netaikytas.

2.3.3. Geografinių nuorodų apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių

¹⁴⁴ WIPO standing committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications document no sct/6/3. “geographical indications: historical background, nature of rights, existing systems for protection and obtaining effective protection in other countries” // http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_6/sct_6_3.doc; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

¹⁴⁵ J. T. McCarthy. McCarthy on Trademarks and Unfair Competition. Fourth edition. – New York: West Group, 2004. P. 19-186. // WIPO standing committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications document no sct/6/3. “geographical indications: historical background, nature of rights, existing systems for protection and obtaining effective protection in other countries” // http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_6/sct_6_3.doc; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

¹⁴⁶ Ten pat.

¹⁴⁷ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2000 m. kovo 14 d. sprendimas civilinėje byloje Nr. 3K-3-175/2000; Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2000 m. sausio 25 d. sprendimas civilinėje byloje Nr. 3K-3-25/2000; Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. balandžio 23 d. sprendimas civilinėje byloje Nr. 3K-3-465/2000; Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2001 m. lapkričio 6 d. sprendimas civilinėje byloje Nr. 3K-3-969/2000; Lietuvos apeliacinio teismo 2006 m. gruodžio 27 d. sprendimas civilinėje byloje Nr. 2A-456/2006.

Apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių institutas skirtas „kad konkurentai nenaudotų klaidinančių nesąžiningų nuorodų.“¹⁴⁸ Neteisingos ir nepagrįstos informacijos apie savo ar kito ūkio subjekto prekės pagaminimo vietą pateikimas „visų pirma, yra nukreiptas į vartotoją, o ne tiesiogiai į konkurentus“.¹⁴⁹ Šis faktas nepaneigia neigiamų klaidingų geografinių nuorodų naudojimo pasekmių sąžiningam ūkio subjektui (prarandančiam potencialius klientus).

Siekdamas uždrausti neteisėtą geografinės nuorodos naudojimą nesąžiningos konkurencijos delikto pagrindu, ieškovas privalo įrodyti, jog „geografinės nuorodos naudojimas yra klaidinantis ir, priklausomai nuo bylos aplinkybių, sukiantis ar galinti sukelti žalą. Toks reikalavimas tenkintinas tik jei konkreti geografinė nuoroda yra įgijusi skiriamąjį požymį arba, kitaip tariant, geografinė nuoroda vartotojams apibūdina gaminį kaip kilusį iš konkrečios vietovės ir (ar) jo kokybę, reputaciją, kitas savybes.“¹⁵⁰

Tai, kad nesąžiningos konkurencijos veiksliams visada būdingas nesąžiningas atsakovo pasinaudojimas geografinės vietovės reputacija, jos įgytu įvaizdžiu vartotojų akyse siekiant padidinti savo gaminių apyvartą, pagrindžia Didžiosios Britanijos teismų praktikos analizė. *Bollinger v Costa Brava Wine Co Ltd* byloje¹⁵¹ (toliau - Champagne byla) ieškovai, dvylika Prancūzijos Šampanės provincijos vyndarių, siekė uždrausti atsakovams Didžiojoje Britanijoje prekiauti ispanišku putojančiu vynu SPANISH CHAMPAGNE. Spręsdamas bylą, teismas pripažino, kad žymuo SPANISH CHAMPAGNE gali suklaidinti „vartotojus, kurių žinios apie vyno rūšis ir jo gamybą nėra gilios, bet kurie įsigyja šampano vadovaudamiesi jo kaip gerą reputaciją turinčio vyno, įvaizdžiu“ ir uždraudė atsakovams naudoti geografinę nuorodą CHAMPAGNE. Motyvuodamas sprendimą, teismas konstatavo: „nėra pagrindo leisti naudoti geografinę nuorodą rinkoje su ieškovu konkuruojančiam atsakovui, siekiančiam savo produktui suteikti pavadinimą, su kuriuo neturi jokių sąsajų, ir tokiu būdu pasinaudoti ta reputacija ir įvaizdžiu, sukuriami žymeniu CHAMPAGNE. Tokiu atveju visai nesvarbu, kad šiuo žymeniu savo produktus gali teisėtai žymėti tam tikroje vietovėje veikiančių asmenų klasė, o ne atskiras individas.“ Champagne byloje patvirtinta, kad nesąžiningos konkurencijos veiksmai geografinių nuorodų atžvilgiu pasižymi ta pačia specifika kaip ir žymenų atžvilgiu – orientacija į nepagrįstą konkurento naudojamo geografinio pavadinimo ir su juo susijusios pridėtinės vertės pasisavinimą. Kadangi vartotojai sieja konkrečią vietovę su išskirtinėmis gaminio savybėmis, atsakovas, neapgrįstai nurodydamas tokį pavadinimą ant savo

¹⁴⁸ G. Pranevičius. Protection of geographical indications // *Jurisprudencija*, 2004, t. 58(50).

¹⁴⁹ Protection against unfair competition: analysis of the present world situation. - Geneva: WIPO publication No 725(E), 1994. P. 37.

¹⁵⁰ WIPO standing committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications document no sct/6/3. “geographical indications: historical background, nature of rights, existing systems for protection and obtaining effective protection in other countries” // [HTTP://WWW.WIPO.INT/EDOCS/MDOCS/SCT/EN/SCT_6/SCT_6_3.DOC](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_6/sct_6_3.doc); prisijungimo laikas: 2007-12-07.

¹⁵¹ *Bollinger v Costa Brava Wine Co Ltd* [1961] 1 W.L.R. 277 Ch D.

gaminio (kilusio iš kito regiono) sukuria šiam didesnę patrauklumą bei paklausumą rinkoje ir taip gauna komercinę naudą. Atsižvelgiant į tai, kas pasakyta, manytina, kad kaip nesąžininga konkurencija turėtų būti draudžiami ir tokie veiksmai, kai naudojamas pavadinimas tiksliai neatkartoja geografinės nuorodos žodinės išraiškos, bet dėl savo panašumo klaidina vartotojus (pvz., vietoj CHAMPAGNE naudojamas pavadinimas SHAMPAGNE).

Champagne bylos taisykle remtasi ir kitose bylose. *Vine Products v Mackenzie* byloje¹⁵², kurioje atsakovų stipriam vynui žymėti naudojamas pavadinimas BRITISH SHERRY buvo pripažintas klaidinantis dėl gaminio tikrosios kilmės vietos, kadangi pavadinimą SHERRY vartotojai siejo su reputacija turinčiu vynu, gaminamu Jerez vietovėje Ispanijoje.

Visgi egzistuoja teismų praktika, rodanti, kad geografinių nuorodų apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių neturėtų būti absoliutinama. Tai reiškia, kad geografinės nuorodos naudojimas (nepriklausomai kokia žinoma būtų ar su kokiomis prestižines savybėmis būtų siejama) negali būti draudžiamas visų, išskyrus iš ta geografinę nuoroda žymimos vietovės kilusių, gaminių atžvilgiu. Draudimas naudoti geografinę nuorodą apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių pagrindu suteikiamas tik nustačius atsakovo veiksmuose galimą vartotojų klaidinimą bei su tuo susijusią žalą ieškovui. *Bulmer v Bollinger* byloje¹⁵³ ieškovas, naudojęs pavadinimą CHAMPAGNE CIDER vaikiškam šampanui žymėti reikalavo uždrausti atsakovui žymėti analogišką gaminį CHAMPAGNE PERRY pavadinimu. Atsakovas reiškė priešiškinį. Pirmosios instancijos teismas, vadovaudamasis Champagne bylos taisykle uždraudė abiems ginčo šalims naudoti šią geografinę nuorodą. Toks sprendimas visiškai suprantamas ir atitinka gerai žinomų geografinės nuorodų apsaugos reikalavimus. Tačiau atsakovui apskundus minėtąjį sprendimą, apeliacinės instancijos teismas priėmė diskutuotiną sprendimą. Teismas nurodė, jog byloje nesant įrodymų, kad atsakovų pavadinimas sukelia klaidinimą visuomenėje dėl gaminio kilmės, nėra pagrindo pripažinti, jog Prancūzijos Šampanės provincijos vyndariai dėl atsakovo veiksnių patirtų žalos ir panaikino pirmosios instancijos sprendimą. Tokiam sprendimui priimti įtakos galėjo turėti faktai, kad atsakovo (skirtingai nei ieškovo) butelio forma ryškiai skyrėsi nuo tradicinės šampano butelio formos, be to, atsakovo produktai buvo orientuoti į specifinę rinką (vaikus). Minėta byla išryškino papildomų faktorių - visuomenės suklaudinimo ir atsakovo ketinimų teisėtų CHAMPAGNE nuorodos naudotojų atžvilgiu reikšmę sprendžiant dėl apsaugos suteikimo geografinėms nuorodoms. Nors sprendimas ir kritikuotinas, galime spręsti, kad suteikiant apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos būtina atkreipti dėmesį ne tik į formalų atsakovo naudojamo

¹⁵² *Vine Products v Mackenzie* [1967] F.S.R. 402 Ch D.

¹⁵³ *Bulmer v Bollinger* [1978] R.P.C. 79, CA.

žymens panašumą į geografinę nuorodą, bet ir į patį atsakovo veiksmų pobūdį, jų poveikį geografinės nuorodos naudotojams. Papildomų faktorių svarba akivaizdi minėtąją bylą lyginant su kita savo *ratio decidendi* panašia *Taittinger v Allbev* byla¹⁵⁴. Šioje byloje teismas, jau nustatęs, kad atsakovo butelis klaidinančiai panašus į įprastą šampano butelio formą, uždraudė atsakovui žymėti nealkoholinius vaisvandenius pavadinimu ELDERFLOWER CHAMPAGNE.

Atsakovų nesąžiningų ketinimų pasinaudoti geografinės nuorodos žinomumu, sukurtu įvaizdžiu, patrauklumu vartotojui reikšmė sprendžiant dėl nesąžiningos konkurencijos veiksmų atlikimo pabrėžiama ir kitų bendrosios teisės sistemos valstybių teismų praktikoje. *Institut des Appellations d'Origin v Andres* byloje¹⁵⁵ pripažinta, kad CANADIAN CHAMPAGNE pavadinimas, naudotas atsakovų gaminamam šampanui žymėti, nesukelia klaidinimo dėl gaminio tikrosios kilmės ar kitų savybių. Motyvuojant sprendimą, nurodyta, jog Kanados vartotojams atsakovas ir jo naudojamas pavadinimas yra gerai žinomi, CANADIAN CHAMPAGNE Kanadoje gaminamas nuo 1920 m. „Kanados gamintojų veiksmų nesąžininga konkurencija negalime pripažinti, nes jais nesukeliama jokių asociacijų su Prancūzijoje gaminamu aukštos reputacijos gėrimu. Prancūzijoje gaminamo gėrimo reputacija tokiu atveju nenukenčia“¹⁵⁶ – konstatavo Kanados teismas. Lyginant su pastaruoju, visiškai skirtingas sprendimas priimtas *Comite Interprofessionel du Vin de Champagne v Wineworths Group* byloje¹⁵⁷. Šiuo atveju, teismas pripažinęs, kad pavadinimas CHAMPAGNE nėra tapęs bendrinio žymeniu putojančiam vynui Naujosios Zelandijoje žymėti, o jo naudojimas sukelia tiesiogines sąsajas su Prancūzijos Šampanės provincijoje gaminamu vynu Naujosios Zelandijos vartotojams, uždraudė šioje valstybėje prekiauti iš Australijos importuojamu vynu pavadinimu CHAMPAGNE. Šių bylų sisteminė analizė patvirtina, kad vertinant atsakovo atliekamų veiksmų nesąžiningumą atsižvelgtina ne tik į formalų geografinės nuorodos ir naudojamo žymens panašumą, bet ir į patį šių veiksmų pobūdį, jų galimą klaidinamą poveikį bei sukeliamas neigiamas pasekmes teisėtam geografinės nuorodos naudotojui. Iš bylų galima spręsti, kad atsakovo veiksmų orientacija į geografinę nuorodą žymimos vietovės suteikiamos reputacijos, kokybės išpūdzio ar kitų teigiamų asociacijų su savo gaminiu sukėlimą, laikytina neabejotinai nesąžiningos konkurencijos veiksmų požymiu.

Apžvelgtose bylose geografinės nuorodos patrauklumas, kuriuo atsakovas siekia pasinaudoti nesąžiningai konkuruodamas, išimtinai siejamas su konkrečios vietovės suteikiama aukšta reputacija ir kokybe geografinę nuorodą žymimam gaminiui. Geografinės nuorodos platus

¹⁵⁴ *Taittinger v Allbev* [1993] F.S.R. 641, CA

¹⁵⁵ *Institut des Appellations d'Origin v Andres* (1990) 30 C.P.R. (3d) 279 (Ontario Court of Appeal).

¹⁵⁶ C. Wadlow. *The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation*. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 521.

¹⁵⁷ *Comite Interprofessionel du Vin de Champagne v Wineworths Group* [1992] 2 N.Z.L.R.327 (Court of Appeal of New Zealand).

žinomumas ir reputacija pabrėžiamos kaip itin reikšmingi elementai siekiant apsaugos nuo nesažiningos konkurencijos veiksnių.¹⁵⁸ Šių teiginių negalime neigti, tačiau pripažintina, kad geografinių nuorodų gynimo nuo nesažiningos konkurencijos atvejais kur kas įvairesni. Geografinės nuorodos ginamos visais atvejais, kai jų naudojimas sukelia klaidinimą. Klaidinimą gali sukelti bet koks komercinė vertę turintis geografinis pavadinimas. Tačiau „priežastis, dėl kurios geografinė teritorija įgauna patrauklumą nėra svarbi. <...> gaminiai gali būti sukurti ir ne iš konkrečioje vietovėje išgautų žaliavų, o gaminių patrauklumas gali priklausyti nuo faktorių, kurie nesunkiai gali būti atkurti kitoje vietovėje.“¹⁵⁹ D. Britanijos teismų praktika patvirtina išdėstytas mintis. *John Walker v Henry Ost* byloje¹⁶⁰ atsakovams buvo uždrausta pavadinimu SCOTCH WHISKEY žymėti škotišką salykinį viskį, sumaišytą su Ekvadore distiliuotu spiritu. Teismas nurodė, jog SCOTCH WHISKEY apibūdina tik tokį viskį, kuris ir distiliuojamas, ir sumaišomas Škotijoje, nes pastarajame regione šie veiksmai pasižymi tam tikra specifika. Galėtume paminėti ir kitą atvejį, įrodantį, kad atsakovo ketinimai nukreipti į pasinaudojimą vertinamu (atitinkamoje vietovėje vyraujančiu) gaminių gamybos būdu pripažintini nesažiningos konkurencija. *Harris Tweed* byloje¹⁶¹ atsakovai (Velse gamintojai) Velse pramoniniu būdu pagamintus vilnos gaminius žymėjo geografine nuoroda HARRIS TWEED. Ieškovams įrodžius, kad visuomenė Harris saloje (angl. *Isle of Harris*) pagamintus vilnos gaminius pirmiausia siejo su savitomis, ilgametėmis, šioje vietovėje išsiskiriančiomis vilnos apdirbimo rankomis tradicijomis, teismas uždraudė atsakovams naudoti šią nuorodą, nes taip pasinaudojama tik ieškovų gaminiams būdingomis savybėmis. Būtent gaminių gamybos ypatumai konkrečioje vietovėje ir jų reikšmė visuomenėje vertinant bei pasirenkant vilnos gaminius buvo reikšmingos aplinkybės, leidusios teismui vertinti atsakovo veiksmus kaip nesažiningus. Remdamiesi byla, galime spręsti, jog esminės reikšmės nesažiningos konkurencijos delikto kontekste yra konkurento ketinimas suteikti savo gaminiui teigiamai vartotojų vertinamą iš tam tikros vietovės kilusio gaminių savybių jomis nepasižyminčiam gaminiui (pvz., *Harris Tweed* byloje įprastu, pramoniniu būdu pagamintą prekę pristatant kaip žinomų amatininkų rankų darbo gaminį).

Atsižvelgiant į tai, kas paminėta, vien faktas, jog neteisingai nurodant atsakovo gaminių geografinę kilmę, sukiamas ūkio subjektų klaidinimas, nėra pakankamas nesažiningos konkurencijos veiksniams konstatuoti. Autoriaus nuomone, atsakovui neįgyjant nepagrįsto komercinio pranašumo kaip sukkelto klaidinimo rezultato, tokia išvada būtų kvestionuotina.

¹⁵⁸ F. W. Mostert. Famous and well-known marks. An international analysis. – London: Butterworths, 1997. P. 112.

¹⁵⁹ C. Wadlow. The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 512.

¹⁶⁰ *John Walker v Henry Ost* [1970] 1 W.L.R. 917 Ch D.

¹⁶¹ *Argyllshire Weavers Ltd v A Macaulay Tweeds Ltd* [1965] S.L.T. 21 OH.

Pripažintina, kad geografinių nuorodų apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių suteikia tik galimybę drausti tretiesiems asmenims be pagrindo pasinaudoti geografinės nuorodos ir jomis įprastai žymimų gaminių sąsajomis, tačiau nesuteikia jokių apibrėžtų teisių į geografinę nuorodą kaip tokią jos teisėtiems naudotojams. Kiekvienu atveju ieškovai turi įrodinėti sukeliama ne tik klaidinimo dėl gaminio geografinės kilmės bet ir nesąžiningo komercinio pranašumo įgijimo faktus. „Geografinių nuorodų apsaugai nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių būdinga, kad teismas, sprenddamas dėl nesąžiningos konkurencijos, kiekvienu atveju atskirai sprendžia dėl konkrečios geografinės vietovės, specifinių kilmės vietos nulemtų produkto savybių, reputacijos ar savybių, kurias turi atitikti produktas, žymimas geografinė nuoroda.“¹⁶²

2.4. Erdvinių formų apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių

Erdvinės formos (gaminio išorinis vaizdas, jų pakuotės ar talpyklos) - reikšminga rinkodaros priemonė. Be išimtinai praktinės paskirties ji gali suteikti gaminio kilmės identifikacijos garantiją¹⁶³ bei daryti poveikį vartotojų apsisprendimui išigyjant produktą. Didėjanti pakuotės svarba konkurencinėje kovoje konkurentus skatina ją imituoti (kopijuoti). Erdvinės formos gali būti saugomos keleriopai: kaip erdvinis prekių ženklas, registruotas dizainas ar autorių teise saugomos originalus kūrinys. Kai netenkinami formalūs reikalavimai minėtai apsaugai įgyti, nesąžiningos konkurencijos veiksnių draudimą nustatančios normos yra pagrindas erdvinių formų teisei apsaugai.

Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 5 p. apsaugos nuo nesąžiningo konkurencijos veiksnių objektas yra konkurento pakuotės (jei prekiaujama supakavus), paties gaminio išorės bendras vaizdas (jei prekiaujama nesupakavus) ar to gaminio ar pakuotės forma, spalva ar kitas skiriamasis požymis. Didžiosios Britanijos teismų praktikoje apsaugos objektais pripažinti ir kai kurie tarpiniai atvejai: pvz., prekės pritvirtintos ant padėklo bendras vaizdas ar gaminio, įvynioto permatomoje pakuotėje bendras vaizdas¹⁶⁴.

Gaminių, pakuotės ar jų požymių apsauga nuo kopijavimo ar imitavimo yra problemiška, nes „vidutinis vartotojas paprastai neturi įgūdžių spręsti apie prekių šaltinį (kilmę) (angl. *origin*) pagal pačių prekių ar jų pakuočių išvaizdą, kai nėra jokių žodinių ar vaizdinių elementų.“¹⁶⁵ Paprastai vartotojams esminę reikšmę identifikuojant prekės kilmės šaltinį turi prekių ženklai ar kiti žodiniai žymenys. Tačiau pripažintina, kad „gaminio, pakuotės imitavimas ar jų požymių

¹⁶² WIPO standing committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications document no sct/6/3. “Geographical indications: historical background, nature of rights, existing systems for protection and obtaining effective protection in other countries”. Para 20. // http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_6/sct_6_3.doc; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

¹⁶³ Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymo 5 str. 1 d. 4 p.

¹⁶⁴ C. Wadlow. The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 663.

¹⁶⁵ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. kovo 23 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-150/2005; Europos Teisingumo Teismo 2004 m. balandžio 29 d. sprendimas sujungtoje byloje Nr. C-468/01P – C-472/01P.

kopijavimas klaidina vartotojus dėl gaminio kilmės nepriklausomai nuo ženklo ar kito skiriamąjo žymens egzistavimo ant pakuotės“¹⁶⁶. Šis klausimas ir bus nagrinėjamas šioje darbo dalyje.

Aiškindami Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 5 p. numatyto nesąžiningos konkurencijos veiksmo ypatybes, turime atskirti, ar atliekami veiksmai yra 1) pakuotės ar gaminio imitavimas ar 2) pakuotės ar gaminio formos spalvos ar kitų skiriamųjų požymių kopijavimas. Konkurencijos įstatyme šių sąvokų reikšmė nėra atskleista. Kadangi sąvokos „kopijavimas“ ir „imitavimas“ savo prasme yra artimos viena kitai, reikia išskirti šių nesąžiningų veiksmų savitumus. Remdamiesi lingvistine sąvokų analize, galime atriboti šių kategorijų prasme. „Imitavimu“ reikėtų laikyti tokius veiksmus, kuriais siekiama sukurti vieno daikto panašumo į kitą daiktą išpūdį, o „kopijavimas“ reikštų vieno daikto (originalo) požymių absoliutų ar esminį atkartojimą, dėl ko kitas daiktas (kopija) tampa tapatus arba tiek artimas originalui, kad vartotojas jį vertina kaip patį originalą.¹⁶⁷

Vertindami kopijavimo ir imitavimo veikas turime pastebėti, kad jų struktūra yra ne paprasta, o kompleksinė, taigi bendriausia prasme, kopijavimo ir imitavimo veikas sudaro du pagrindiniai veiksmai: 1) kopijavimas ar imitavimas pačia siauriausia technine prasme kaip panašaus ar tapataus daikto pagaminimas ir 2) tokio daikto pateikimas į rinką.

Autoriaus nuomone, didžiausią žalą ieškovų interesams paprastai daro ne pats techninis pakuotės ar gaminio imitavimas ar pakuotės ar gaminio formos, spalvos ar kitų skiriamųjų požymių kopijavimas, o tokiomis charakteristikomis pasižyminčio atsakovo objekto pateikimas į rinką. Nesant antrojo kopijavimo ar imitavimo veikos elemento (daikto pateikimo rinkai fakto), vargu ar galima būtų kalbėti apie pačios veikos neteisėtumą ar pavojingumą nesąžiningos konkurencijos prasme. Todėl darytina išvada, kad daikto pateikimas rinkai yra ne tik sudėtinė, bet ir svarbiausia kopijavimo ar imitavimo proceso dalis, kadangi būtent dėl šių veiksmų atsiranda ar gali atsirasti Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 5 p. numatytos pasekmės.

Kadangi kopijavimo ir imitavimo veikos susideda iš dviejų pagrindinių veiksmų, tai suprantama, kad tuos veiksmus gali atlikti skirtingi ūkio subjektai. Pavyzdžiui, konkretus buitinės chemijos priemonių gamintojas gali veikti kaip pakuotės, klaidinančios dėl gaminio tapatybės užsakovas, plastmasės fabrikas – tokių pakuočių gamintojas, o kita įmonė – galutinio produkto importuotoja. Formaliai, kiekvienas iš šių dalyvių atlieka veiksmus, kurie, įrodžius jų nesąžiningumą, gali būti pripažinti nesąžiningos konkurencijos veiksmais. Vis dėlto, kadangi būtent produkto teikimas rinkai laikytina ta kopijavimo ar imitavimo proceso dalimi, kuri yra pavojingiausia, tai atsakovu tokio pobūdžio ginčiuose paprastai traukiamas asmuo, pateikiantis į

¹⁶⁶ C. Wadlow. The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 664.

¹⁶⁷ Ten pat. P. 663.

rinką kopijavimo ar imitavimo procese sukurtą produktą¹⁶⁸. Būtų sudėtinga nustatyti kitų kopijavimo ar imitavimo proceso dalyvių nesąžiningumą. Todėl pripažintina, kad LAT, sprenddamas dėl importuotojo atsakomybės už nesąžiningos konkurencijos veiksmus, pagrįstai konstatavo jog „pati savaime aplinkybė, kad atsakovas pats nėra pakuočių gamintojas, o prekes šiose pakuotėse tik importuoja į Lietuvą, *ex officio* neeliminuoja nesąžiningos konkurencijos veiksmus draudžiančių teisės aktų taikymo jo atžvilgiu.“¹⁶⁹

Kaip ir Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. atveju, taip ir nagrinėjant 5 p., įrodžius konkrečių veiksmų atlikimą, reikia pagrįsti teiginį, kad tokie veiksmai sukelia pastarajame punkte numatytas pasekmes, o būtent, kad tai 1) gali klaidinti dėl gaminio tapatybės ar 2) tokiais veiksmais siekiama, pasinaudojant kito ūkio subjekto reputacija, gauti nesąžiningos naudos. Neįrodžius tokių pasekmių veiksams pripažinti nesąžininga konkurencija nėra pagrindo. Šių aplinkybių įrodinėjimo būtinumą nurodė ir LAT: „Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio 1 dalies normose yra apibrėžtos aplinkybės įrodinėtinos civilinėse bylose dėl žalos, padarytos pažeidus nurodytas sąžiningos konkurencijos nuostatas, atlyginimo, tai ir yra įrodinėjimo dalykas.“¹⁷⁰

2.4.1. Galimybės klaidinti dėl gaminio tapatybės sąlyga

Klaidinimo dėl gaminio tapatybės galimybė ir lyginamųjų pakuočių panašumas buvo esminiai klausimai, nagrinėti *Unilever N.V v. UAB „Varta“* byloje¹⁷¹ (toliau - Dosia byla). Šioje byloje ieškovas, vadovaudamasis Prekių ženklų įstatymo 38 str. bei Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 ir 5 p., siekė apginti savo, kaip registruoto erdvinio prekių ženklo savininko, teises, uždrausdamas atsakovui naudoti panašią buitinės chemijos valiklio pakuotę. Ieškovo ir atsakovo naudojamos pakuotės be etikečių pirmosios bei apeliacinės instancijų teismų buvo pripažintos panašiomis. Jų naudojamos pakuotės (buteliai) buvo geltonos spalvos, su raudonos spalvos kamšteliais, vienodos talpos, abiejų butelių išpylimo angos pakreiptos kampu. Teismai sprendė, kad nors lyginamosios ieškovo ir atsakovo pakuotės be etikečių yra panašios, tačiau vien dėl to, kad jos naudojamos ir vartotoją pasiekia pažymėtos skirtingomis etiketėmis „DOMESTOS“ (ieškovo) ir „DOSIA“ (atsakovo), išnyksta visuomenės suklaidinimo tikimybė.

LAT, sprenddamas dėl pakuočių klaidinamo panašumo, atkreipė dėmesį, kad „vertinant erdviųjų formų panašumą, reikia turėti omenyje ir įvertinti tai, ar pakuočių sutampantys požymiai apskritai nėra būdingi ir įprasti tam tikrų prekių pakuotėms (visiškai ar iš dalies), kaip tam tikrų

¹⁶⁸ C. Wadlow. The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 354.

¹⁶⁹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. kovo 23 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-150/2005.

¹⁷⁰ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2006 m. gegužės 26 d. nutartis civilinėje byloje 3K-3-360/2006.

¹⁷¹ Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. kovo 23 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-150/2005.

prekių pakavimo raidos rezultatas, ir nulemti tų pakuočių funkcinių savybių¹⁷². Be to, akcentavo, jog kai „yra lyginamos pakuotės (erdvinės formos), kuriose yra dėl atitinkamos tų pakuočių paskirties ir funkcinių savybių sutampančių požymių arba tie sutampantys požymiai yra būdingi ir įprasti tam tikrų prekių pakuotėms (visiškai ar iš dalies), kaip tam tikrų prekių pakavimo raidos rezultatas, svarbu atkreipti dėmesį į tų pakuočių individualizuojamuosius požymius ir, atsižvelgiant į tai, spręsti, yra ar nėra pagrindas taikyti atsakovo atžvilgiu PŽĮ 38 straipsnio 1 dalies 2 punkte įtvirtintą teisės normą.“

Pabrėžtina, kad minėtosios taisyklės ir kriterijai spręsti dėl pakuočių klaidinamo panašumo LAT suformuluoti siekiant nustatyti, ar buvo Prekių ženklų įstatyme įtvirtintų išimtinių teisių pažeidimas. Tačiau, autoriaus nuomone, analogiški standartai turėtų būti taikomi ir nustatant klaidinimą dėl gaminio tapatybės Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 5 p. prasme. Tokią išvadą galime daryti atsižvelgdami į LAT poziciją šioje byloje. Teisėjų kolegija pripažino ryšį tarp išimtinių teisių pažeidimo ir nesąžiningos konkurencijos veiksmo, teigdama, kad nesant „pagrindo šioje byloje spręsti dėl to, kad atsakovas savo veiksmais pažeidė PŽĮ 38 straipsnio 1 dalies 2 punkte įtvirtintą teisės normą, tai nėra pagrindo spręsti ir dėl nesąžiningos konkurencijos veiksmus draudžiančių nuostatų (Paryžiaus konvencijos 10bis straipsnio ir Konkurencijos įstatymo 16 straipsnio 1 dalies) taikymo atsakovo atžvilgiu“¹⁷³.

Analogiškos taisyklės pripažįstant konkurentų elgesį nesąžiningu suformuluotos ir taikomos Didžiosios Britanijos teismų praktikoje. Viena pagrindinių pakuotės imitavimo klausimus aiškinančių bylų Lordų Rūmų praktikoje yra *Reckit, Colman v Borden*¹⁷⁴ (toliau – Jif Lemon byla). Ginčas kilo tarp ieškovo, kuris ilgą laiką vienintelis rinkoje prekių ženklu JIF žymėjo citrinų sultis, supakuotas plastmasinėje pakuotėje savo spalva, dydžiu ir forma atitinkančioje tikros citrinos vaizdą. Atsakovas pradėjo siūlyti tą patį produktą supakuotą į klaidinančiai panašią pakuotę, besiskiriančią tik juostelės formos etikete (vietoje JIF, naudojo žymenį REALEMON).

Sprendimas šioje byloje svarbus dėl keleto priežasčių. Visų pirma, jame pasisakyta dėl žodinių žymenų ir pakuotės bendro išorinio vaizdo (kaip faktorių) įtakos vartotojų klaidinimo dėl gaminio tapatybės prasme. Lordų Rūmai konstatavo, kadangi JIF ilgą laiką buvo vienintelės rinkoje citrinų sultys citrinos formos pakuotėje, vartotojai šį produktą pirmiausia siejo su jo stipriu skiriamuoju pakuotės požymiu (citrinos forma, spalva, dydžiu), o ne ženklu JIF. Sprendime atmestas atsakovo argumentas, kad ieškovas neturi teisės drausti prekiauti citrinos savybes primenančia (taigi aprašomojo pobūdžio) pakuote ir nurodė, kad „klaidinimas kyla ne dėl prekiavimo plastikinių citriną

¹⁷² Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. kovo 23 d. nutartis civilinėje byloje [Nr. 3K-3-150/2005](#).

¹⁷³ Ten pat.

¹⁷⁴ *Reckit, Colman Products Ltd. v Borden Inc.* [1990] 1 W.L.R. 491; [1990] 1 All E.R. 873; [1990] R.P.C. 340, HL.

primenančių pakuotėmis <...>, o dėl prekiavimo citrinų sultimis <...>, kurių pakuotė leidžia spręsti, kad sultys, <...> pagamintos konkretaus gamintojo, siejamo su konkrečios konfigūracijos pakuote. Neginčytina, kad plastikinės citrinos formos pakuotė atlieka tą pačią funkcinę paskirtį kaip bet kokio dizaino butelis. Tačiau pakuotė papildomai pasižymi specifinėmis savybėmis (patogaus dydžio, patogumo vartoti suspaudžiant pakuotę, dizaino leidžiančio spręsti apie pakuotės turinį, net be žymens).¹⁷⁵ Lordų rūmai argumentavo, kad šias savybes gali tenkinti ir kitokia, ne tik citrinos formos pakuotė, todėl atsakovams uždrausta komercinėje veikloje naudoti tokią pakuotę.

Lordų Rūmų sprendimas reikšmingas ir dėl antros priežasties. Jame išaiškina, kad tam tikri pakuotės ar gaminio požymiai laikytini būdingais ir įprastais tam tikrų prekių pakuotėms (angl. *common to the trade*) [ir todėl nevertintini sprendžiant dėl galimybės klaidinti dėl gaminio tapatybės] tik tada, kai su toks požymis vartotojas neidentifikuoja ieškovo (ar kito konkretaus gamintojo) gaminių¹⁷⁶. Taigi jei gaminio ar pakuotės konkretus požymis yra įgijęs skiriamąjį požymį, t.y. konkrečios pakuotės ar gaminio pirkėjas per jį identifikuoja gamintoją, tuomet gaminio ar pakuotės vaizdas ar jo požymis yra ginamas nesąžiningos konkurencijos teise.

Kadangi gaminys ar jo pakuotė saugomi nuo galimybės klaidinti dėl gaminio tapatumo ta apimtimi “kiek turi skiriamąjį požymį konkretaus ieškovo atžvilgiu¹⁷⁷”, galima nesunkiai paaiškinti, kodėl dėl praktinės ar estetiškos paskirties ar funkcinių savybių sutampančios gaminių ar pakuočių savybės nėra vertintinos sprendžiant dėl klaidinimo galimybės imitavimo ar kopijavimo atveju. Taip yra todėl, kad „vartotojas išsigydamas tam tikros konstrukcijos ar išvaizdos gaminį ar pakuotę remiasi tais požymiais kurie būdingi ir atsiradę dėl funkcinės, estetiškos ar praktinės paskirties. Tokie požymiai neidentifikuoja pakuotės kaip kilusios iš konkretaus gamintojo (t.y. neturi skiriamąjo požymio).¹⁷⁸ Todėl imituojant ar kopijuojant funkcinę, estetinę ar praktinę reikšmę turinčius pakuotės ar gaminio požymius negalimas ir vartotojo klaidinimas dėl gaminio tapatybės.

Pažymėtina, kad minėta Lordų Rūmų išvada teisės doktrinoje vertinama kritiškai. Cristopher Wadlow nuomone, „nėra teisinga teigti, kad jeigu gaminio ar pakuotės bendras vaizdas, ar jo požymiai nėra būdingi ir įprasti tam tikrų prekių pakuotėms (angl. *common to the trade*), tai tokių požymių imitavimas ar kopijavimas turi būti draudžiamas (angl. *must result in passing off*).¹⁷⁹ Cristopher Wadlow išskiria du atvejus, pagrindžiančius minėtąjį teiginį. Pirma, jo teigimu, gaminys, pakuotė ar jų požymiai gali neturėti skiriamąjo požymio net ir tais atvejais, kai tam tikri pakuotės ar gaminio požymiai nebus būdingi ir įprasti tam tikrų prekių pakuotėms (angl. *common to the trade*).

¹⁷⁵ Reckit, Colman Products Ltd. v Borden Inc. [1990] 1 W.L.R. 491; [1990] 1 All E.R. 873; [1990] R.P.C. 340, HL.

¹⁷⁶ Ten pat.

¹⁷⁷ C. Wadlow. The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 668.

¹⁷⁸ Ten pat. P. 669.

¹⁷⁹ Ten pat. P. 667.

Net vienam ieškovo konkurentui sąžiningai tiekiant į rinką artimos išvaizdos pakuotes ar gaminius, ieškovo gaminių ar pakuotės išskirtinumas bus pažeistas. Tačiau ar atsikartojantys dviejų konkurentų gaminių ar pakuotės vaizdai jau laikytini būdingi ir įprasti tam tikrų prekių pakuotėms rinkoje? Manytina, kad ne. „Gaminio ar pakuotės skiriamajam požymiui nustatyti nėra pakankama vien ta aplinkybė, kad ieškovas vienintelis rinkoje naudoja tam tikra savybe pasižymintį gaminį ar pakuotę, nes priešingu atveju bet kuris gaminių ar pakuotės požymis būtų laikomas identifikuojantis jų gamintoją vartotojų akyse“¹⁸⁰ ir todėl saugomas. Antra, tikėtina, kad ieškovo gaminių ar pakuotės tam tikrų požymių kombinacija, vertinant juos kompleksiskai, turės skiriamąjį požymį net kai atskiri požymiai pavieniui bus būdingi ir įprasti tam tikriems gaminiams ar pakuotėms.

*Hodginson and Corby v Wards Mobility*¹⁸¹ byloje išsakyta pozicija, kad atsakovo veiksmai gali būti pripažinti nesąžininga konkurencija net tada, jei „visi nukopijuoti ieškovo pakuotės ar gaminių požymiai yra funkcinės paskirties tam gaminiui. Jei funkcinį požymių kopijavimas klaidina vartotoją dėl gaminių tapatybės, atsakovui kyla pareiga naudoti požymius, leidžiančius atskirti jo gaminį.“ Funkcinis požymis turi būti nulemtas daugiau nei praktinių pakuotės ar gaminių naudojimo sumetimų. Pakuotės ar gaminių požymis funkcinę reikšmę įgyja, tik kai padidina pakuotės ar gaminių gamybos efektyvumą, patikimumą, palengvina naudojimąsi ar prekybą preke, o ne kai išskiria ją iš kitų prekių.¹⁸² Tokia pozicija atitinka ir Konkurencijos įstatymo 16 str. 5 d. nuostatą, todėl su teiginiu, kad kito ūkio subjekto pakuotės ar gaminių funkcinį požymių kopijavimas nelaikytinas nesąžininga konkurencija, besąlygiškai sutikti negalima.

2.4.2. Nesąžiningos naudos, pasinaudojant kito ūkio subjekto reputacija, siekimo sąlyga

Alternatyvi Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 5 p. taikymo, o kartu ir kopijavimo bei imitavimo procesus leidžianti pripažinti nesąžiningos konkurencijos aktu sąlyga yra susijusi su imitavimo ir kopijavimo veiksmų tikslo (nesąžiningos naudos siekimo) bei būdo (pasinaudojant kito subjekto reputacija) įrodymu. Kadangi Lietuvos teismų praktikoje nepasitaikė atvejų, kai kopijuojama ar imituojama pasinaudojant konkurento reputacija ir siekiant nesąžiningos naudos, šią sąlygą bus bandoma atskleisti pasitelkiant D. Britanijos teismų praktiką.

Didžiosios Britanijos teismų praktika aiškinant nesąžiningos konkurencijos tikslus nėra gausi. Galimas to paaiškinimas, kad nors „priežastis, kodėl atsakovas nusprendė imituoti pakuotę ar gaminį yra reikšminga“¹⁸³, tačiau nėra privalomai nustatinėjama *passing off* institutui taikyti sąlyga.

¹⁸⁰ C. Wadlow. The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 668.

¹⁸¹ Hodginson and Corby v Wards Mobility [1995] F.S.R. 169 (HC).

¹⁸² Z. Chafee. Developments in the law trade-marks and unfair competition // Harvard Law Review. 1955, Nr. 68.

¹⁸³ Sodastream Ltd. v Thorn Cascade Co. Ltd. [1982] R.P.C. 459.

Nesąžininga konkurencija buvo pripažinti atsakovo veiksmai šiam pradėjus tiekti į rinką tamsiai rudos spalvos gaivųjų gėrimų panašios formos ir dydžio į Coca Cola butelį pakuotėje. Sprendime nurodyta, jei atsakovo gaiviojo gėrimo spalva bei pakuotė žymiai skirtųsi nuo Coca Cola gėrimo atitinkamų požymių, nesąžiningai konkurencijos veikslių buvimas būtų kvestionuotinas.

Pasinaudojimas kito ūkio subjekto sukurta reputacija vartotojų akyse „paprastai atsiranda, kai gaminiai rinkai tiekiami ieškovo, kurio pavadinimas vartotojams nežinomas, tačiau neapsiriboja šiuo atveju.“¹⁸⁴ *Edge v Nicholls* byloje¹⁸⁵ ieškovas pakuotėje, pasižyminčioje skiriamuoju požymiu, ilgą laiką tiekė gerai žinomus skalbimo miltelius, tačiau ant pakuotės nenaudojo jokio save identifikuojančio žymens. Atsakovas tuo pačiu produktu pradėjo prekiauti ieškovo pakuotės savybes imituojančioje pakuotėje, tačiau ant kurios nurodė savo pavadinimą. Lordų Rūmai pažymėjo, jog dėl to, kad vartotojams ieškovo pavadinimas nebuvo žinomas, atsakovai visuomenės gali būti tapatinami su tikroju skalbimo miltelių gamintoju kaip pirmą kartą nurodančiu savo pavadinimą. Todėl atsakovo veiksmai pripažinti nesąžininga konkurencija.

Kaip minėta, pasinaudojimas kito ūkio subjekto reputacija galimas ir tais atvejais, kai tiek ieškovas, tiek jo gaminys ar pakuotė yra gerai žinomi visuomenei. Tai iliustruoja *United Biscuits v Asda* byla¹⁸⁶. Šioje byloje ieškovo PENGUIN ženklų žymimi sausainiai kelis dešimtmečius buvo rinkos lyderis, taigi turėjo reputaciją. Ieškovo pakuotė (išsiskirianti raudona spalva ir geltona juosta su užrašu PENGUIN viduryje) nebuvo saugoma kaip erdvinis prekių ženklas. Konkurentas pradėjo prekiauti sausainiais raudonoje pakuotėje su užrašu PUFFIN (be geltonos juostos). Atsakovo pavadinimas „Asda“ nurodytas ant pakuotės smulkiu šriftu ir sunkiai pastebimas. Lordų rūmai nurodė, kad nėra pagrindo teigti kad „PUFFIN pakuotė klaidinančiai panaši į PENGUIN“¹⁸⁷, taigi vartotojai netapatins ieškovo ir atsakovo pakuočių ir klaidinimo dėl gaminio tapatumo nėra. Visgi įvertinus bylos aplinkybes (atsakovai sąmoningai modelio PUFFIN pakuotės dizainą taip, kad jis taptų artimas PENGUIN, turėjo tikslą nukonkuruoti PENGUIN, pasitelkdami įmanomai panašesnę pakuotę), pripažinta, kad vartotojams sukuriama įspūdis, „kad ieškovo ir atsakovo sausainiai gaminami to paties subjekto“. Taigi net nustačius, jog klaidinimo dėl gaminio tapatumo atsakovai vengė, nesąžiningos konkurencijos veiksmai konstatuoti dėl atsakovų sukurtų gaminio sąsajų su ieškovų pakuotės reputacija rinkoje.

Apibendrinant Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 5 p. taikymo sąlygų analizę, pastebėtina specifika, kuria pasižymi kopijavimo ar imitavimo procesai kaip nesąžiningos konkurencijos

¹⁸⁴ C. Wadlow. *The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation*. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 433.

¹⁸⁵ *Edge v Nicholls* [1911] A.C. 693; 28 R.P.C. 582, HL.

¹⁸⁶ *United Biscuits v Asda* [1997] R.P.C. 513.

¹⁸⁷ Ten pat.

veiksmai. Visų pirma, kopijavimu ar imitavimu pasisavinami tam tikri kitam ūkio subjekto naudojami gaminio ar pakuotės elementai. Antra, šis pasisavinimas yra nesąžiningas. Tai reiškia, kad nepagrįstai pasiglemžiamos tam tikros konkurento laiko ir lėšų sąnaudos jau iki tol savarankiškai sukurtos, išplėtos ir pritaikytos versle atitinkamos komercinės idėjos (gaminio išvaizdos detalė, spalva, forma ar jų derinys). Pasisavintą idėją pritaikydamas savo komercinėje veikloje, nesąžiningas konkurentas įgyja neproporcingą pranašumą sąžiningo konkurento atžvilgiu, nes išvengia išlaidų, būtinų vartotojų vertinamai pakuotei ar gaminiui sukurti. Trečia, tokie veiksmai nukreipti į tuos konkurento pakuotės ar gaminio požymius, kurie turi skiriamąjį požymį. Taigi, į tuos elementus, kurie turi esminę reikšmę konkurento gaminio ar pakuotės pirkėjui ne tik atpažįstant konkretų gamintoją kaip tam tikros pakuotės ar gaminio kilmės šaltinį, bet ir identifikuojant atitinkamų gaminių kokybę, savybes, išskiriančias jo gamintoją iš kitų konkurentų. Nustatyti, kokie ieškovo gaminio ar pakuotės elementai laikytini turinčiais skiriamąjį požymį problemiška, nes jo susiformavimas priklauso nuo daugelio aplinkybių: vartotojų įpročių, rinkos struktūros, gaminio žinomumo ir t.t. Ketvirta, kopijuojant ar imituojant minėtą reikšmę vartotojui turinčius konkurento gaminio elementus kartu pasisavinamos visos su jais vartotojo siejamos konkurento, jo gaminio, pakuotės savybės (pvz., reputacija, kokybė, žinomumas) bei sukuriama kliūtys konkurentui sąžiningai naudotis jų sukuriama pridėtine verte ir konkuruoti. Per šiuos aspektus atsiskleidžia kopijavimo ar imitavimo kaip nesąžiningos konkurencijos veiksmų specifika – atsakovo nesąžiningi ketinimai ieškovo atžvilgiu.

2.5. Gairės apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto taikymo atvejams nustatyti

Apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto požymių (taikymo sąlygų) analizė atskleidė, kad susiklosčius tam tikroms aplinkybėms šio instituto taikymas yra efektyvus, o neretai ir vienintelis pramoninės nuosavybės objekto savininko interesų gynimo būdas. Kadangi pramoninės nuosavybės objekto apsaugai specialūs įstatymai (pvz., Prekių ženklų įstatymas) numato ir apsaugos išimtinėmis teisėmis mechanizmą, tiek asmeniui, siekiančiam apginti išimtinę teisę, tiek teisminėms institucijoms nagrinėjant ginčus, kilusius dėl nesąžiningos konkurencijos veiksmų, svarbu išsiaiškinti minėtus institutus siejantį santykį bei apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto taikymo atvejus. Šiuos institutus siejančio santykio suvokimas padėtų labiau atskleisti apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto esmę bei jo vietą pramoninės nuosavybės objektų savininko interesų gynimo kontekste. Tai palengvintų nesąžiningo rinkos

dalyvių elgesio kvalifikavimą¹⁸⁸ (kaip nesąžiningos konkurencijos aktą arba išimtinių teisių pažeidimą).

Ryšys, siejantis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų mechanizmą su pramoninės nuosavybės objektais¹⁸⁹ bei išimtinėmis teisėmis į juos, pristatomas kaip probleminis ir reikalaujantis detalios mokslinės analizės įvairių autorių darbuose¹⁹⁰. Tačiau pripažintina, kad iki šiol nei Lietuvos, nei užsienio valstybių teisės moksle nėra suformuluota iš esmės jokios „pagrįstos teorijos, kuria būtų galima remtis, atskleidžiant šį probleminį santykį“¹⁹¹. Šiuos institutus siejantis santykis turi praktinę reikšmę, kas suponuoja būtinybę pateikti bent orientacines gaires jų taikymo sritims atriboti (tarpusavio santykiui atskleisti). Kadangi teisės doktrina nepateikia jokio orientyro, autoriaus nuomone, apibrėžiant apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto ir išimtinių teisių tarpusavio ryšį reiktų vadovautis apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto specifika atskleidžiančiais faktais: požymiais, šio instituto tikslu ir paskirtimi.

Darbe atskleistos specifinės apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto taikymo sąlygos (kurių nereikia nustatyti įgyvendinant (pavyzdžiui, prekių ženklo) savininko išimtines teises) leidžia spręsti apie apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto specifinę taikymo sritį išimtinių teisių taikymo atžvilgiu. Reikia nepamiršti, kad nesąžiningos konkurencijos veiksmai glaudžiai susiję su išimtinių teisių pažeidimu. Juk tais atvejais, kai siekdamas nesąžiningai konkuruoti asmuo savavališkai pasinaudoja išimtinėmis teisėmis saugomu objektu, kartu įvykdomas tiek nesąžiningos konkurencijos aktas, tiek išimtinių teisių pažeidimas. Kadangi pramoninės nuosavybės objektų savininkų interesų apsauga yra pirminis ir pagrindinis specialių įstatymų (pvz., Prekių ženklų ar Dizaino įstatymo) tikslas, būtent šių teisės aktų nustatyta tvarka pirmiausia ir turėtų būti ginami pažeisti pramoninės nuosavybės objekto savininko interesai.

Autoriaus nuomone, apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto taikymo apimtį teisei priešingų veiksmų, nukreiptų į išimtinėmis teisėmis saugomus pramoninės nuosavybės

¹⁸⁸ Konkurento veiksmus kvalifikavus kaip nesąžiningos konkurencijos aktą arba kaip išimtinių teisių pažeidimą atsiranda skirtingos teisinės pasekmės. Pavyzdžiui, Konkurencijos įstatymo 17 str. ir Prekių ženklų įstatymo 50 str. numatyti skirtingi atitinkamai nesąžiningo konkurencijos veiksmų atveju ir išimtinių teisių pažeidimo atveju taikytini pažeistų teisių gynimo būdai.

¹⁸⁹ Šio santykio aiškinimą apsunkina faktas, kad Paryžiaus konvencijos 1 str. 2 d. nurodoma, jog prie pramoninės nuosavybės apsaugos objektų priskiriami ne tik tradiciniai tam tikras teises savininkui (ar jų grupei) suteikiantys objektai (pvz., prekių ženklai, dizainas, juridinių asmenų pavadinimai, kilmės nuorodos), bet ir apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos. Autoriaus nuomone, toks sutapatinimas nėra priimtinas dėl keleto priežasčių. Pirmą, skiriasi šių objektų paskirtis. Tradiciniai pramoninės nuosavybės objektai iš esmės yra „nuosavybės forma“, kurios atžvilgiu savininkui išimtinių teisių pagrindu suteikiama specifinis teisinis statusas (kontroliuoti naudojimąsi objektu). Tuo tarpu apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų yra teisinis mechanizmas, nustatantis taisyklės ginti pažeistas teises į konkretų objektą, ir *per se* nesuteikia jokio išskirtinio statuso į jį. Antra, skiriasi naudojimosi tvarka. Įgyvendinti išimtinės teises daugeliu atvejų būtina atitinkamo objekto registracija, tuo tarpu pasinaudoti apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos formalių sąlygų nenustatyta.

¹⁹⁰ F. H. Bodewig. Unfair competition law: European Union and member states. – The Hague: Kluwer law international, 2006. P. 4; Sanders A. K. Unfair competition law: The protection of intellectual and industrial creativity. – Oxford: Clarendon press, 1997. P. 5; Protection against unfair competition: analysis of the present world situation. – Geneva: WIPO publication No 725(E), 1994. P. 30; L. Benly, B. Sherman. Intellectual property law. Second edition. – Oxford: Oxford university press, 2004. P. 704.

¹⁹¹ F. H. Bodewig. Unfair competition law: European Union and member states. – The Hague: Kluwer law international, 2006. P. 5.

objektus, atžvilgiu (taigi ir santykį su išimtinėmis teisėmis į pramoninės nuosavybės objektus suteikiama apsauga), atskleidžia dviejų skirtingų situacijų analizę.

Pirma, apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos institutas taikytinas tais atvejais, kai konkurento padarytas pažeidimas dėl savo sudėties (pavyzdžiui, konkurentui nesąžiningai naudojant tapatų ar panašų į ieškovo žymenį tapačioms ar panašioms prekėms žymėti nesukeliama būtinų visuomenės klaidinimo pasekmių, reikalingų išimtinių teisių į prekių ženklą pažeidimui konstatuoti (Prekių ženklų įstatymo 38 str. 1 d. 2 p.), tačiau sukeltos Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. numatytos pasekmės)) nepatenka į specialių įstatymų reguliavimo sritį. Šiuo atveju turėtų būti taikomi tik Konkurencijos įstatymo numatyti teisių gynimo būdai. Antra, šis institutas taikytinas ir tada, kai pramoninės nuosavybės objekto apsaugos siekiama platesne nei specialiuose įstatymuose (pvz., Prekių ženklų įstatyme) numatyta apimtimi (pvz., kai konkurentui nesąžiningai naudojant tapatų ar panašų žymenį tapačioms ar panašioms prekėms ar paslaugoms žymėti yra sukeliama ne tik visuomenės klaidinimo galimybė (Prekių ženklų įstatymo 38 str. 1 d. 2 p.) bet ir viena iš Konkurencijos įstatymo 16 str. 1 d. 1 p. numatytų pasekmių). Šioje situacijoje taikytini tiek Prekių ženklų įstatymo, tiek Konkurencijos įstatymo įtvirtinti teisių gynimo būdai.

Apibendrinant išimtinėmis teisėmis ginamų objektų apsaugos atvejus, galima teigti, kad apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų institutu suteikiama *papildoma* išimtinėmis teisėmis ginamų pramoninės nuosavybės objektų teisinė apsauga, tais atvejais, kai nebeužtenka ir (ar) išsemiamos specialiuosiuose teisės aktuose numatytos teisinės apsaugos galimybės. Todėl, autoriaus nuomone, apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų institutą galime laikyti pagalbine (*ultima ratio*) priemone pramoninės nuosavybės objektų savininko interesų apsaugai.

Pripažinus, kad apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų institutą ir išimtinių teisių institutą sieja papildymo santykis (pramoninės nuosavybės objektų teisinės apsaugos apimties prasme), reikia nepamiršti, kad apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų institutas *per se* yra savarankiškas lyginant su išimtinių teisių institutu. Tai pagrindžia, visų pirma, savitos ir išimtinių teisių instituto taikymui nebūtinai nustatyti apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto taikymo sąlygos (pvz., konkurencinio santykio tarp ginčo šalių reikalavimas). Antra, skiriasi šių institutų tikslas: apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos pirmiausia siekiama apsaugoti ne asmens (pavyzdžiui, prekių ženklo savininko) interesus, o užtikrinti rinkoje veikiančiam konkurentui (kuris tuo pačiu yra ir, pavyzdžiui, prekių ženklo savininkas) sąžiningas konkurencijos sąlygas bei suteikti galimybę uždrausti verslo praktikos neatitinkančius veiksmus.

IŠVADOS

1. Darbo temos nagrinėjimas patvirtino abi iškeltas hipotezes. Pirma, ETT sprendimas *Davidoff v Gofkid* byloje patvirtino, jog egzistuoja atvejų, kai registruotų ženklų apsauga išimtinių teisių pagrindu nėra pakankama, bei, kad galimas alternatyvus teisinis pagrindas pramoninės nuosavybės objektų gynimui tais atvejais, kurie nepapuola į išimtinių teisių taikymo apimtį. Tuo patvirtinta pirmoji hipotezė, kad apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų institutas yra būtina pramoninės nuosavybės objektų teisinės apsaugos priemonė. Antra, nors apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos institutas laikytinas savarankišku savininko išimtinių teisių instituto atžvilgiu, pirmasis yra glaudžiai susijęs su antruoju. Apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų institutu suteikiama papildoma išimtinėmis teisėmis ginamų pramoninės nuosavybės objektų teisinė apsauga, tais atvejais, kai nebeužtenka specialių teisės aktų numatytų pramoninės nuosavybės objektų apsaugos galimybių. Tai suteikia pagrindo šį institutą laikyti pagalbine (*ultima ratio*) priemone pramoninės nuosavybės objektų savininko interesų apsaugai. Tai patvirtina antrąją hipotezę.
2. Apibrėžiant nesąžiningos konkurencijos veiksmų sąvoką reikia remtis šio instituto tikslu bei paskirtimi. Nesąžiningos konkurencijos veiksmas - deliktas, apimantis nepagrįstą konkurento pasinaudojimą kitam asmeniui priklausančių teisių teikiama komercine nauda. Nesąžiningos konkurencijos veiksmui būdingas konkurento siekis įgyti nepagrįstą pranašumą konkurencinėje kovoje, vengiant įdėti pastangas sukurti prekės ar paslaugos kokybę ar kitas savybes, ir gaunant neproporcingą patiriams kaštams naudą konkurento sąskaita.
3. Apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksmų instituto taikymas siejamas su bendrų (būdingų visiems nesąžiningos konkurencijos veiksmams) ir specialių (kuriomis pasižymi konkreti nesąžiningos konkurencijos veiksmo rūšis) sąlygų nustatymu. Šių sąlygų nustatymas apibrėžia nesąžiningos konkurencijos akto sudėtį bei leidžia jį atriboti nuo išimtinių teisių pažeidimo.
4. Bendraisiais nesąžiningos konkurencijos akto požymiais laikytini: konkurencinio santykio tarp ginčo šalių egzistavimas; veiksmo savavališkumas, pasireiškiantis neatitikimu susiformavusiam rinkos elgesio standartui; konkurencijos galimybių apribojimas; siekis pasinaudoti konkretaus konkurento, o ne neapibrėžtos jų grupės komerciniu pranašumu.
5. Nesąžiningos konkurencijos veiksmams būdingas komercinis pobūdis. Jie negalimi, jei ūkio subjektas nesiekia konkurencinio pranašumo rinkoje. Nesąžiningos konkurencijos veiksmi

visada yra atsakovo vykdomos gamybinės, komercinės veiklos sudedamoji dalis, nukreipta paveikti ieškovo prekių ar paslaugų vartotojų komercinį elgesį.

6. D. Britanijos teismų praktika patvirtina, kad apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių institutą taikyti neregistruotų žymenų, kurie turi silpną skiriamąjį požymį ar yra aprašomojo pobūdžio, nėra galimybės. Registruoto juridinio asmens pavadinimo, prekių ženklo ar plačiai žinomo ženklo skiriamąjį požymio įrodinėjimas nėra būtinas, taikant apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos.
7. Sprendžiant dėl supainiojimo galimybės sukėlimo vien klaidinamas juridinių asmenų pavadinimų panašumas nėra lemiamu veiksniumi. Konstatuojant sąžiningos konkurencijos pažeidimą ne mažiau svarbi papildomų aplinkybių (ieškovo pavadinimo žinomumas, atsakovo pavadinimo pasirinkimo motyvai, ginčo šalių santykių ypatumai ir kt.) reikšmė. Tokie kriterijai nebūdingi nustatant išimtinių teisių į juridinio asmens pavadinimą pažeidimą.
8. Pakankamas pagrindas spręsti dėl painiavos tarp ūkio subjektų ar jų veiklos sukėlimo yra įrodymas, kad atsakovui naudojant panašų ar tapatų pavadinimą, ženklą ar žymenį žymiai ieškovo produkto vartotojų daliai bus sukelta reali ar tikėtina painiava su ieškovu ar jo veikla. Kuo stipresnis ieškovo pavadinimo, žymens ar ženklo skiriamasis požymis ir kuo savavališkai naudojamas ieškovo ženklas garsesnis, tuo sudėtingiau atitinkamam vartotojui sukelti realią ar tikėtiną painiavą (mažesnis supainiotų vartotojų skaičius yra pakankamas nesąžiningos konkurencijos veiksmui įrodyti).
9. Lyginant su Prekių ženklų įstatymu, apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių institutas gina reputaciją platesne apimtimi. Saugoma ne tik registruoto ženklo reputacija netapačių ar nepanašių prekių ar paslaugų atžvilgiu, bet ir neregistruotų žymenų bei ūkio subjekto reputacija. Be to, prekių ženklų bei žymenų reputacija ginama panašių ar tapačių prekių ar paslaugų atžvilgiu. Ženklo ar žymens apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių negalima, jei ženklas ar žymuo nenaudojamas rinkoje ir todėl neturi reputacijos.
10. Reputacijos pakenkimas kaip nesąžiningos konkurencijos veiksmas - situacija, kai savavališkai ieškovo ženklu žymimos prekės sukelia tokias vartotojų reakcijas, dėl kurių ieškovo pavadinimo, ženklo, žymens patrauklumas sumažėja. Nesąžiningo pasinaudojimo reputacija atveju ieškovo reputacija nėra pažeidžiama ir nepraranda reikšmės vartotojui renkantis prekę ar paslaugą, tačiau ieškovui yra visiškai ar iš dalies užkertamas kelias pasinaudoti reputacijos teikiama komercine nauda.
11. Išskirtini du atvejai, kai apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veiksnių laikytina savarankišku ieškovo teisių gynimo pagrindu. Pirma, kai apsaugos objektas apskritai

nesaugomas specialiais teisės aktais. Antra, kai siekiama registruoto pramoninės nuosavybės objekto apsaugos didesne nei specialiuose teisės aktuose numatyta apimtimi.

12. Apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių instituto tikslai ir paskirtis lemia, kad ženklo ar žymens skiriamąjį požymį susilpninimas *per se* nėra pakankamas sąžiningos konkurencijos pažeidimui įrodyti. Konkurencinio santykio tarp ginčo šalių nustatymas ir atsakovo konkurencinio pranašumo įgijimas yra neatskiriami nesąžiningos konkurencijos veikslių, kuriais susilpninamas ženklo ar žymens skiriamasis požymis, elementai.
13. Nesąžiningos konkurencijos veiksmai, priklausomai nuo faktinių aplinkybių, gali pasireikšti arba nepasireikšti pramoninės nuosavybės objektų savininkų išimtinių teisių pažeidimu. Tais atvejais, kai nesąžiningai konkuruojant pasinaudojama teisės saugomais pramoninės nuosavybės objektais, bus pažeidžiamos savininkų išimtinės teisės. Tokios pasekmės neatsiras, jei komerciniais tikslais bus pasinaudojama pramoninės nuosavybės teisės neginamu objektu (žymeniu).
14. Pramoninės nuosavybės teisės normos nelaikytinos specialiomis apsaugą nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių reglamentuojančių normų atžvilgiu. Dėl šios priežasties teismui pripažinus išimtinių pramoninės nuosavybės objekto savininko teisių pažeidimo faktą, nepašalinama galimybė žalą patyrusiam asmeniui ginti savo teises taikant apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos institutą. Būtiną sąlygą taikyti nesąžiningos konkurencijos normas tokiu atveju turi būti nustatytos.
15. Geografinių nuorodų teisinė apsauga galimybė Lietuvoje grindžiama nesąžiningos konkurencijos institutu. Pasinaudodamas juo, geografinės nuorodos teisėtas naudotojas gali apginti savo teisėtus interesus, tačiau tokiu būdu jokių apibrėžtų teisių į geografinę nuorodą nesukuria. Pagal D. Britanijos teismų praktiką geografinių nuorodų apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių galima nustačius konkurento siekį nepagrįstai pasinaudoti geografinę nuoroda žymimos vietovės privalumais atitinkamo vartoto akyse savo produkto paklausai didinti. Lietuvos teismų praktikos šioje srityje nebuvimas užkerta kelią nustatyti nacionalinius geografinių nuorodų apsaugos ypatumus.
16. Kopijavimu ar imitavimu kaip nesąžiningos konkurencijos veiksmis pasisavinami konkurento naudojami gaminio ar pakuotės požymiai, turintys skiriamąjį požymį. Tačiau nesąžininga konkurencija galima ir tada, kai visi nukopijuoti ieškovo pakuotės ar gaminio požymiai yra funkcinės paskirties tam gaminiui, jeigu tokių funkcinų požymių kopijavimas klaidina vartotoją dėl gaminio tapatybės.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

Nacionaliniai, Europos Sąjungos ir tarptautiniai teisės aktai

1. Lietuvos Respublikos Konstitucija // Valstybės žinios. 1992, Nr. 33-1014.
2. Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymas // Valstybės žinios. 1999, Nr. 50-1598.
3. Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas // Valstybės žinios. 2000, Nr. 74-2262.
4. Lietuvos Respublikos civilinio proceso kodeksas // Valstybės žinios. 2002, Nr. 36-1340.
5. Lietuvos Respublikos konkurencijos įstatymas // Valstybės žinios. 1999, Nr. 30-856.
6. Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymas // Valstybės žinios. 2000, Nr. 92-2844.
7. 2007 m. vasario 26 d. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro įsakymas Dėl Žemės ūkio ministro 2002 m. gruodžio 20 d. įsakymo Nr. 499 „Dėl žemės ūkio ir maisto produktų kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų apsaugos taisyklių patvirtinimo“ pakeitimo Nr. 3D-88 // Valstybės žinios. 2007, Nr. 27-998.
8. 1996 m. liepos 11 d. Valstybinio patentų biuro direktoriaus įsakymas Nr. 28 „Dėl metodinių nurodymų prekių ir paslaugų ženklų tapatumui bei panašumui nustatyti“ // <http://www.vpb.lt/teisesaktai/docs/137.doc>; prisijungimo laikas: 2007-12-09.
9. 1988 m. gruodžio 21 d. Pirmoji tarybos Direktyva valstybių narių įstatymams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti Nr. 89/104/EEB. OL L 40, 1989 2 11, P. 1-7.
10. 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos Reglamentas (EB) Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo. OL L 11, 1994 1 14, P. 1-36.
11. 2006 m. kovo 20 d. Tarybos Reglamentas (EB) Nr. 510/2006 dėl Žemės ūkio produktų ir maisto produktų geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų apsaugos. OL, 2006 L 93. P. 12.
12. Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės saugojimo // Valstybės žinios. 1996, Nr. 75-1796.
13. Sutartis dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba // Valstybės žinios. 1996, Nr. 46-1620.
14. Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration of October 31, 1958 // http://www.wipo.int/lisbon/en/legal_texts/lisbon_agreement.htm#P22_1099; prisijungimo laikas: 2007-12-09.
15. Madrid agreement for the repression of false and deceptive indications of source of goods // http://www.wipo.int/treaties/en/ip/madrid/trtdocs_wo032.html; prisijungimo laikas: 2007-12-09.

Specialioji literatūra

16. Bakanas A., Bartkus G., Dominas G. ir kt. Lietuvos Respublikos civilinio kodekso II knygos komentaras. – Justitia: Vilnius, 2002.
17. Benly L., Sherman B. Intellectual property law. Second edition. – Oxford: Oxford university press, 2004.
18. Bodewig F. H. Unfair competition law: European Union and member states. – The Hague: Kluwer law international, 2006.
19. Bodewig F. H. International protection against unfair competition – Art. 10bis Paris convention, TRIPS and WIPO model provisions // International Review of Intellectual Property and Competition Law. 1999, Nr. 2.
20. Carty H. Heads of damage in passing off // European Intellectual Property Review. 1996, Nr. 18(9).
21. Carty H. Passing off and the instruments of deception: the need for clarity // European Intellectual Property Review. 2003, Nr. 25(4).
22. Chafee Z. Developments in the law trade-marks and unfair competition // Harvard Law Review. 1955, Nr. 68.
23. Cornish W. R. Genevan bootstraps. // European Intellectual Property Review. 1997, Nr. 19(7).
24. Denham W. E. No more than Lanham, no less than Paris?: A federal law on unfair competition. // Texas international law journal. 2001, Nr. 36. P. 106.
25. de Vrey R. W. Towards a European Unfair Competition Law. A clash between legal families. A comparative study of English, German and Dutch law in light of existing European and international legal instruments. – Leiden: Martinus Nijhoff publishers, 2006.
26. Gielen C. WIPO and unfair competition. // European Intellectual Property Review. 1997, Nr. 19(2).
27. Keeling D. T. Intellectual property rights in EU law. Volume 1. Free movement and competition law. – Oxford: Oxford university press, 2003.
28. Klimkevičiūtė D. Plačiai žinomų prekių ženklų apsauga (kai kurie teoriniai ir praktiniai aspektai) // Jurisprudencija. 2004, Nr. 55(47), P. 57-67;
29. McCarthy J. T. Trademarks and unfair competition. Second edition. – New York: Lawyers Cooperative Publ. Co., 1984.
30. Mizaras V. Bendrijos prekių ženklo apsaugos sistemos pagrindiniai principai // Justitia. 2004, Nr. 3(51), P. 22-30; Nr. 4 (52).

31. Mostert F. W. Famous and well-known marks. An international analysis. – London: Butterworths, 1997.
32. Phillips J. Trademark law. A practical anatomy. – Oxford: Oxford university press, 2003.
33. Pranevičius G. Protection of geographical indications. Jurisprudencija, 2004, t. 58(50).
34. Protection against unfair competition: analysis of the present world situation. - Geneva: WIPO publication No 725(E), 1994. p. 24.
35. Sanders A. K. Unfair competition law: The protection of intellectual and industrial creativity. – Oxford: Clarendon press, 1997.
36. Schricker G., Bodewig F. H. New initiatives for the harmonisation of unfair competition law in Europe // European Intellectual Property Review. 2002, Nr. 24(5).
37. Shuilleabhain M. N. Common law protection of trademarks – the continuing relevance of the law of passing off//International Review of Intellectual Property and Competition Law. 2003, Nr. 7.
38. Torremans P. Holyoak and Torremans Intellectual Property Law. Fourth edition. - Oxford: Oxford university press, 2005.
39. Wadlow C. The law of passing off: unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004.
40. Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: комментарий. Москва: Прогресс, 1997.

Teismų praktika

41. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2006 m. gegužės 26 d. nutartis civilinėje byloje UAB „Ekspedita“ v UAB „Chemtransa“, Nr. 3K-3-360/2006.
42. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2006 m. gegužės 10 d. nutartis civilinėje byloje San Marino bendrovė Tecnoservice SRL v UAB „Neono linija“, Nr. 3K-3-325/2006.
43. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. spalio 12 d. nutartis civilinėje byloje Gražinos Naruševičienės II „Namija“ v UAB „Namija“, Nr. 3K-3-472/2005.
44. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2005 m. balandžio 25 d. civilinėje byloje UAB "Ekspedita" v UAB "Chemtransa", Nr. 3K-3-223/2005.
45. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2005 m. kovo 23 d. nutartis civilinėje byloje U. N.V. v UAB "Varta", [Nr. 3K-3-150/2005](#).
46. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2004 m. gruodžio 1 d. nutartis civilinėje byloje UAB "Boslita ir Ko" v UAB "Itaina", [Nr. 3K-3-654/2004](#).

47. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2004 m. rugsėjo 8 d. [nutartis civilinėje byloje UAB "Balionių šalis" v UAB "Vilbalas", Nr. 3K-3-408/2004.](#)
48. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. rugsėjo 10 d. nutartis civilinėje byloje UAB "Merand" v UAB "Opra", Nr. 3K-3-781/2003.
49. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2003 m. balandžio 23 d. nutartis civilinėje byloje UAB "Mineraliniai vandenys" v UAB "Importiniai gėrimai", Nr. 3K-3-465/2003.
50. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2003 m. balandžio 14 d. civilinėje byloje Stada Arzneimittel AG v Netra Limited, Nr. 3K-3-482/2003.
51. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2003 m. kovo 26 d. civilinėje byloje Distilleerderijen Erve Lukas Bols B. V. v UAB "Bennet Distributors", Nr. 3K-3-374/2003.
52. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 2002 m. balandžio 24 d. civilinėje byloje UAB "Dažai" v UAB "Spaudos dažai", Nr. 3K-3-581/2002.
53. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2001 m. lapkričio 6 d. sprendimas civilinėje byloje Anheuser-Busch, Incorporated v Budejovicky budvar N.P., Nr. 3K-3-969/2000.
54. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2001 m. spalio 1 d. nutartis civilinėje byloje UAB "Rasa" v R.D. individuali įmonė "Kerputis", Nr. 3K-3-875/2001.
55. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2000 m. kovo 14 d. sprendimas civilinėje byloje AB "Žalsvytis" v AB "Ragutis", Nr. 3K-3-175/2000.
56. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2000 m. sausio 25 d. sprendimas civilinėje byloje UAB "Birštono mineraliniai vandenys ir Ko" v UAB "Naujieji Birštono mineraliniai vandenys", Nr. 3K-3-25/2000.
57. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo nutartis 1998 m. rugsėjo 14 d. civilinėje byloje UAB "Sirowa" v Konkurencijos tarnyba, Nr. 3K-53/98.
58. Lietuvos apeliacinio teismo 2006 m. gruodžio 27 d. sprendimas civilinėje byloje Spirits Product International Intellectual Property B.V v Lietuvos Respublikos valstybinis patentų biuras, Nr. 2A-456/2006.
59. Lietuvos apeliacinio teismo 2005 m. lapkričio 4 d. sprendimas civilinėje byloje „Technoservice SRL" v UAB „Neono linija", Nr. 2A-50/2005.
60. Lietuvos apeliacinio teismo 2005 m. birželio 30 d. sprendimas civilinėje byloje UAB „Šarūno reklamos agentūra“ v Petro Stungurio individuali įmonė „Uola“, Nr. 2A-236/2005.
61. Lietuvos apeliacinio teismo 2004 m. rugsėjo 6 d. sprendimas civilinėje byloje UAB „Boslita ir Ko" v UAB „Italiana International", Nr. 2A-296/2004.

62. Lietuvos apeliacinio teismo 2003 m. lapkričio 27 d. sprendimas civilinėje byloje UAB „Intrum“ v UAB „Mombeini & Co“, Nr. 2A-161/2003.
63. Lietuvos apeliacinio teismo 2003 m. balandžio 1 d. sprendimas civilinėje byloje UAB „Ruskoje Radio Evrazija“ v UAB „Ruskoje radio“, Nr. 2A-76/ 2003.
64. Lietuvos apeliacinio teismo 2001 m. vasario 19 d. sprendimas civilinėje byloje UAB „Rasa“, UAB „Vegoplastas“ ir UAB „Druskininkų Rasa“ v R.Degutienės IĮ "Kertupis", Nr. 2A-13/2001.
- Didžiosios Britanijos teismų praktika** (prieiga per www.westlaw.com)
65. Apeliacinio teismo 2002 m. kovo 27 d. sprendimas Premier Luggage and Bags Ltd v. Premier Co (UK) Ltd & Another [2002] E.T.M.R. 69 [2002] EWCA Civ 387 CA.
66. Aukštojo teisingumo teismo 2002 m. kovo 13 d. sprendimas Irvine v. Talksport Ltd [2002] E.M.L.R. 32 [2002] EWHC 367 Ch D.
67. Apeliacinio teismo 1999 m. birželio 24 d. sprendimas Dawnay Day & Co. Limited v. Cantor Fitzgerald International [2000] R.P.C. 669 CA.
68. Aukštojo teisingumo teismo 1998 m. birželio 12 d. sprendimas Gromax Plasticulture Ltd v. Don & Low Nonwovens Ltd [1999] R.P.C. 367 Ch D.
69. Aukštojo teisingumo teismo 1997 m. kovo 18 d. sprendimas United Biscuits (U.K.) Limited v. Asda Stores Limited [1997] R.P.C. 513 Ch D.
70. Aukštojo teisingumo teismo 1997 m. vasario 18 d. sprendimas Barnsley Brewery Company Limited v. RBNB [1997] F.S.R. 462 Ch D.
71. Aukštojo teisingumo teismo 1996 m. gruodžio 20 d. sprendimas NAD Electronics Inc. and Another v. NAD Computer Systems Ltd [1997] F.S.R. 380 Ch D.
72. Aukštojo teisingumo teismo 1994 m. liepos 20 d. sprendimas Hodgin Hodgkinson Corby Limited and Another v. Wards Mobility Services Limited [1995] F.S.R. 169 Ch D.
73. Apeliacinio teismo 1993 m. birželio 25 d. sprendimas Taittinger SA and Others v. Allbev Ltd. and Another [1993] F.S.R. 641 CA.
74. Lordų Rūmų 1990 m. vasario 8 d. sprendimas Reckitt & Colman Products Ltd. v. Borden Inc. and Others [1990] 1 W.L.R. 491 HL.
75. Aukštojo teisingumo teismo 1988 m. birželio 22 d. sprendimas Chelsea Man Menswear Limited v. Chelsea Girl Limited and Another [1987] R.P.C. 189 CA.
76. Aukštojo teisingumo teismo 1984 m. gegužės 14 d. sprendimas Imperial Group plc & Another v. Philip Morris Limited & Another [1984] R.P.C. 293 Ch D.
77. Aukštojo teisingumo teismo 1982 m. liepos 29 d. sprendimas Lego System Aktieselskab and Another v. Lego M. Lemelstrich Ltd. [1983] F.S.R. 155 Ch D.

78. Aukštojo teisingumo teismo 1982 m. spalio 13 d. sprendimas Unik Time Co. Limited and Another v. Unik Time Limited and Others [1983] F.S.R. 121 Ch D.
79. Apeliacinio teismo 1981 m. lapkričio 5 d. sprendimas Sodastream Ltd. v. Thorn Cascade Co. Ltd and Another [1982] R.P.C. 459 CA.
80. Lordų Rūmų 1979 m. balandžio 26 d. sprendimas Erven Warnink B.V. and Another v. J. Townend & Sons (Hull) Ltd. and Another [1979] F.S.R. 397 HL.
81. Apeliacinio teismo 1977 m. liepos 20 d. sprendimas H. P. Bulmer Ltd. and Showerings Ltd. v. J. Bollinger S.A. and Champagne Lanson Pere et Fils [1978] R.P.C. 79 CA.
82. Apeliacinio teismo 1977 m. lapkričio 17 d. sprendimas Jarman & Platt Ltd. v. I. Barget Ltd, and Others [1977] F.S.R. 260 CA.
83. Aukštojo teisingumo teismo 1970 m. gruodžio 11 d. sprendimas Ad--Lib Club Limited v. Granville [1971] F.S.R. 1 Ch D.
84. Aukštojo teisingumo teismo 1970 m. sausio 26 d. sprendimas John Walker & Sons Ltd. and Others v. Henry Ost & Co. Ltd. and Another [1970] 1 W.L.R. 917 Ch D.
85. Aukštojo teisingumo teismo 1968 m. lapkričio 22 d. sprendimas Vine Products Limited & Others v. Mackenzie & Company Limited & Others [1967] F.S.R. 402 Ch D.
86. McCulloch v Lewis A May Ltd. [1965] R.P.C. 58 // Torremans P. Holyoak and Torremans Intellectual property Law. Fourth edition. - Oxford: Oxford university press, 2005. P. 450.
87. Aukštojo teisingumo teismo 1964 m. liepos 17 d. sprendimas Argyllshire Weavers Limited and Others v. A. Macaulay (Tweeds) Limited and Others [1965] S.L.T. 21 OH.
88. Aukštojo teisingumo teismo 1962 m. sausio 15 d. sprendimas Norman Kark Publications Ltd. v. Odhams Press Ltd. [1962] 1 W.L.R. 380 Ch D.
89. Aukštojo teisingumo teismo 1960 m. lapkričio 29 d. sprendimas J. Bollinger and Others v. Costa Brava Wine Co. Ltd. (No. 2) [1961] 1 W.L.R. 277 Ch D.
90. Marengo v Daily Sketch and Sunday graphic [1948] 65 R.P.C. 340 HL // Wadlow C. The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 269.
91. Saville Perfumery Ltd. v June Perfect (1941) 58 R.P.C. 147 HL. // Wadlow C. The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 251.
92. Rodgers and Son v Rodgers and Co (1924) 41 R.P.C. 277 // Wadlow C. The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation. - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 432.

93. Lordų Rūmų 1911 m. liepos 21 d. sprendimas *William Edge & Sons, Limited v. William Niccolls & Sons, Limited* [1911] A.C. 693 HL.
94. *Burberrys v JC Cording and Co* [1909] 26 R.P.C. 693 // Wadlow C. *The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation.* - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 580.
95. Lordų Rūmų 1901 m. gegužės 20 d. sprendimas *In The Commissioners of Inland Revenue Appellants; v. Muller & Co.'s Margarine, Limited Respondents.* [1901] A.C. 217 HL.
96. Lordų Rūmų 1896 m. kovo 26 d. sprendimas *Re Frank Reddaway and Frank Reddaway & Co., Limited v. George Banham and George Banham & Co., Limited* [1896] A.C. 199 HL.

Kitų valstybių teismų praktika

97. Naujosios Zelandijos apeliacinio teismo sprendimas *Comite Interprofessionel du Vin de Champagne v Wineworths Group* [1992] 2 N.Z.L.R. 327 // Wadlow C. *The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation.* - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 521.
98. Airijos Aukščiausiojo Teismo sprendimas *Falcon Travel Ltd v Owners Abroad Group plc.* [1991] 1 EIPR D-11 // Hazel Carty. *Heads of damage in passing off // European Intellectual Property Review.* 1996, Nr. 18(9).
99. Kanados apeliacinio teismo sprendimas *Institut des Appellations d'Origin v Andres* (1990) 30 C.P.R. (3d) 279 // Wadlow C. *The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation.* - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 520.
100. Naujosios Zelandijos apeliacinio teismo sprendimas *Taylor Bros v Taylor Group* [1988] 2 N.Z.L.R. 1 // Wadlow C. *The law of passing off: Unfair competition by misrepresentation.* - London: Sweet and Maxwell, 2004. P. 269.

Europos Teisingumo Teismo praktika

101. Europos Teisingumo Teismo 2004 m. lapkričio 16 d. sprendimas byloje *Anheuser-Busch Inc. v Budějovický Budvar, národní podnik*, Nr. C-245/02, ECR I-10989.
102. Europos Teisingumo Teismo 2004 m. balandžio 29 d. sprendimas sujungtoje byloje *Procter & Gamble Company v Office for Harmonisation in the Internal Market (Trade Marks and Designs) (OHIM)*, Nr. nuo C-468/01P iki C-472/01P, ECR I-5141.
103. Europos Teisingumo Teismo 2004 m. sausio 7 d. sprendimas byloje *Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. v Putsch GmbH*, Nr. C-100/02., ECR I-691.
104. Europos Teisingumo Teismo 2003 m. sausio 9 d. sprendimas byloje *Davidoff & Cie SA and Zino Davidoff SA v Gofkid Ltd.*, Nr. C-292/00, ECR I-389.

105. Europos Teisingumo Teismo 1999 m. vasario 23 d. sprendimas byloje Bayerische Motorenwerke AG (BMW) and BMW Nederland BV v Ronald Karel Deenik, Nr. C-63/97, ECR I-905.
106. Europos Teisingumo Teismo 1997 m. lapkričio 11 d. sprendimas byloje SABEL BV v Puma AG, Rudolf Dassler Sport, Nr. C-251/95, ECR I-6191.

Kitų institucijų praktika

107. Generalinio advokato F. G. Jacobs 2003 m. liepos 10 d. nuomonė byloje Adidas-Solomon AG and Adidas Benelux BV v Fitnessworld Trading Ltd., Nr. C-408/01, ECR I-12537.
108. Generalinio advokato F. G. Jacobs 2002 m. kovo 21 d. nuomonė byloje Davidoff & Cie SA and Zino Davidoff SA v Gofkid Ltd., Nr. C-292/00, ECR I-389.

Interneto medžiaga

109. Guidelines concerning proceedings before the Office for The Harmonization in the internal market. Part C. // http://oami.europa.eu/en/mark/marque/pdf/part_5-EN.pdf; prisijungimo laikas: 2007-12-07.
110. Švirinas D. Konkurencijos teisės paskaitos. 5 tema. Nesąžininga konkurencija. // <http://www3.mruni.lt/~daivis/userfiles/1108464675.pps#258,3,Slide%203>; prisijungimo laikas: 2007-12-07.
111. Office for harmonisation in the internal market. Bad faith case study // <http://oami.europa.eu/en/enlargement/pdf/badfaithCS3101.pdf>; prisijungimo laikas: 2007-12-07.
112. Permanent Bureau of the Hague conference on private international law. Note on conflicts of laws on the question of unfair competition: Background and updated. // http://www.hcch.net/upload/wop/gen_pd5e.pdf; prisijungimo laikas: 2007-12-07.
113. Protection of geographical indications and designations of origin // http://www.ipr-helpdesk.org/controlador/resources/showDocument?len=en&idFicha=0000006292&formato=xml_html&nomFichero=ES_Geographical_Indication_2&idFichero=00&cod_padre=t_01.04.02.01; prisijungimo laikas: 2007-12-07.
114. WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use (WIPO Publication No.489 (E)) // <http://www.wipo.int/export/sites/www/about-ip/en/iprm/pdf/ch2.pdf>; prisijungimo laikas: 2007-12-07.
115. WIPO Model provisions on protection against unfair competition. Articles and notes. // <http://209.85.129.104/search?q=cache:VgfLkjEfJhUJ:www.wipo.org/cfdiplaw/en/trips/pdf/unfai>

[r_competition.pdf+www.wipo.org/cfdiplaw/en/trips/pdf/unfair_competition.pdf&hl=lt&ct=clnk](http://www.wipo.org/cfdiplaw/en/trips/pdf/unfair_competition.pdf)
&cd=1&gl=lt; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

116. WIPO standing committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications document No SCT/6/3. “Geographical indications: historical background, nature of rights, existing systems for protection and obtaining effective protection in other countries” // http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_6/sct_6_3.doc; prisijungimo laikas: 2007-12-07.

117. WIPO standing committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications document No SCT/8/4. “Document SCT/6/3 rev. on Geographical indications: historical background, nature of rights, existing systems for protection and obtaining effective protection in other countries” // [HTTP://WWW.WIPO.INT/EDOCS/MDOCS/SCT/EN/SCT_8/SCT_8_4.PDF](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_8/sct_8_4.pdf); prisijungimo laikas: 2007-12-08.

SANTRAUKA

Pramoninės nuosavybės apsauga ir nesąžiningos konkurencijos veiksmai: aktualūs teoriniai bei praktiniai aspektai

Pagrindinės sąvokos: *intelektinė nuosavybė, pramoninės nuosavybės objektas, teisinė apsauga, nesąžiningos konkurencijos veiksmai.*

Darbe nagrinėjamas apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių institutas. Didžiausias dėmesys skiriamas nacionalinių bei tarptautinių teisės aktų, įtvirtinančių nesąžiningos verslo praktikos draudimą, analizei bei šių nuostatų taikymo ir aiškinimo praktikai atskleisti.

Darbe analizuojami skirtingose valstybėse egzistuojantys pramoninės nuosavybės objektų teisinės apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių modeliai, apibrėžiama nesąžiningos konkurencijos veikslių samprata, apibendrinami teismų praktikoje suformuluoti tokiems veiksliams būdingi požymiai. Kadangi nacionalinė teismų praktika apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių srityje nėra gausi ir dar tik formuojasi, siekiant atskleisti nesąžiningos konkurencijos veiksmo esmę, pasitelkiama Didžiosios Britanijos teismų praktika.

Darbe nagrinėjama tiek pramoninės nuosavybės teise ginamų, tiek neginamų objektų apsauga nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių. Analizuojant apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių instituto tikslus ir taikymo sąlygas, darbe atskleidžiamas šio instituto ir išimtinių teisių į pramoninės nuosavybės objektus suteikiamos apsaugos santykis. Pasiremiant teismų praktikoje suformuluotomis taisyklėmis, moksliskai pagrindžiama, kad apsaugos nuo nesąžiningos konkurencijos veikslių institutas yra būtina ir savarankiška pramoninės nuosavybės objektų teisinės apsaugos priemonė.

SUMMARY

Protection of industrial property and actions of unfair competition: actual theoretical and practical aspects

Keywords: *intellectual property, industrial property object, legal protection, actions of unfair competition.*

Master thesis analyses the institution of protection against actions of unfair competition. The primary attention is paid to analysis of national and international legal acts prohibiting unfair commercial conduct. It is also intended to disclose the application and interpretation of relevant legal provisions.

Different models for protection of industrial property objects against unfair competition existing in separate countries are analysed in this master thesis. Additionally this thesis defines the concept of unfair competition and summarises features derived by court practice which are inherent for unfair competition actions. Since national court practice is incomprehensive and still under formation in order to disclose the essence of unfair competition court practice of the United Kingdom will be invoked.

Protection of objects (those which are safeguarded by industrial property law and those which are not) against actions of unfair competition is considered in this master thesis. By analysing objectives and conditions for application of institution of protection against actions of unfair competition the relation between the latter institution and protection of industrial property objects afforded by exclusive rights is disclosed. While invoking rules discerned by court practice, the thesis substantiates the proposition that the institution of protection against actions of unfair competition is essential and independent measure for protection of industrial property objects.

Darbo baigimo data: _____

Liudas Karnickas _____