



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Σαργκάνη Ελευθερία

Εμπορικό σήμα & Συμφωνία των Πρεσπών

Επιβλέπων καθηγητής: Ιωάννης Παπαδημόπουλος

Λάρισα

2020

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα της παρούσας εργασίας, καθηγητή κο. Ιωάννη Παπαδημόπουλο για την καθοδήγηση, τις πολύτιμες συμβουλές και την εμπιστοσύνη του κατά την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας μου.

Επίσης, θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου προς την οικογένειά μου, για την αμέριστη και καθημερινή συμπαράσταση και υποστήριξη τους.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ένα από τα ζητήματα που καλείται να αντιμετωπίσει η σύγχρονη Ελλάδα και ειδικότερα η Μακεδονία είναι η κατοχύρωση του εμπορικού σήματος των προϊόντων τους και η διάκριση τους από αυτά της Βόρειας Μακεδονίας, πρώην Σκόπια. Πρέπει να δημιουργηθεί ένα ισχυρό και αναγνωρίσιμο brand name ή ένας ευδιάκριτος τρόπος αναγνώρισης της προέλευσης των αγαθών είτε από την Ελλάδα είτε από τη Βόρεια Μακεδονία.

Το σήμα αποτελεί την ταυτότητα, το όνομα του προϊόντος (ονοματοδοτική λειτουργία). Συγχρόνως όμως το σήμα λειτουργεί και ως κώδικας επικοινωνίας με το καταναλωτικό κοινό, μέσω του οποίου διοχετεύονται πληροφορίες σχετικά με την προέλευση, τις ιδιότητες, την φήμη και το κύρος των προϊόντων που διακρίνει. Το δικαίωμα στο σήμα προστατεύεται τόσο σε εθνικό επίπεδο, παράδειγμα ο νέος νόμος 4679/2020 , όσο και σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.

Η παρούσα μελέτη εξετάζει την εφαρμογή της Συμφωνίας των Πρεσπών στο σήμα των προϊόντων, τον τρόπο με τον οποίο θα αποδεικνύεται η πραγματική προέλευσή τους καθώς και τον κίνδυνο σύγχυσης που μπορεί να δημιουργηθεί.

Τα εμπορικά σήματα, οι εμπορικές επωνυμίες, οι γεωγραφικές ενδείξεις, κλπ. εντάσσονται στον κλάδο του εμπορικού δικαίου που ονομάζεται δίκαιο της βιομηχανικής ιδιοκτησίας. Ένας λόγος που η νομοθεσία προστατεύει τη βιομηχανική ιδιοκτησία είναι ότι αυτό επιβάλλεται από λόγους ηθικής των συναλλαγών. Δηλαδή, δεν είναι ηθικά ανεκτό μια επιχείρηση να αντιγράφει τα σήματα ή την επωνυμία μιας άλλης και να προκαλεί σύγχυση στο κοινό σχετικά με τα προϊόντα της. Όμως, ο σημαντικότερος λόγος για την προστασία της βιομηχανικής ιδιοκτησίας από το νομοθέτη είναι η οικονομική λειτουργία που επιτελούν τα σήματα, οι επωνυμίες, οι γεωγραφικές ενδείξεις, κλπ. Όλα αυτά ανάγονται σε προστατευόμενα ιδιωτικά δικαιώματα γιατί επιτρέπουν την αποτελεσματική διαφοροποίηση των προϊόντων που προσφέρονται στην αγορά και έτσι διευκολύνουν τους καταναλωτές να αναγνωρίζουν και να επιλέγουν τα προϊόντα που επιθυμούν με βάση την ποιότητα και την τιμή τους. Κατά την οικονομική επιστήμη, με αυτόν τον τρόπο μειώνονται τα κόστη για έρευνα αγοράς. Τα δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας επιτρέπουν τη δημιουργία μιας εταιρικής ταυτότητας με σκοπό να μπορούν οι καταναλωτές να αναγνωρίζουν και να επιλέγουν εύκολα τα προϊόντα που προτιμούν για την ποιότητα, ή την τιμή τους. Έτσι, ενισχύεται ο ανταγωνισμός και τα δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας λειτουργούν ως μηχανισμός ανάπτυξης, καθώς οι επιχειρήσεις έχουν ένα ισχυρό κίνητρο να βελτιώνουν συνεχώς την ποιότητα, την καινοτομία και την τιμή των προϊόντων τους, αφού οι καταναλωτές θα μπορούν να επιβραβεύσουν την προσπάθεια αυτή έχοντας τη

δυνατότητα να αναγνωρίσουν και να επιλέξουν τα καλύτερα προϊόντα. Ο σημαντικότερος οικονομικός προορισμός των δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας είναι η διαφοροποίηση και η ενίσχυση του ανταγωνισμού που επέρχεται μέσα από αυτήν. Συμπερασματικά, αυτό που δικαιολογεί την προστασία από το νομοθέτη δικαιωμάτων όπως τα σήματα, οι επωνυμίες, οι γεωγραφικές ενδείξεις, κλπ. δεν είναι τόσο η ανάγκη για την προστασία ιδιωτικών συμφερόντων, όσο η ανάγκη ενίσχυσης του ανταγωνισμού μέσα από τη διαφοροποίηση και η ανάγκη προστασίας των καταναλωτών με την αποτροπή της σύγχυσης ή της παραπλάνησης του καταναλωτικού κοινού.

ABSTRACT

One of the most important issues the modern entrepreneur needs to face, is to find ways in order to create a relationship between his branded products and the consumers. Through a well-organized marketing and branding strategy, the entrepreneur creates the trademark that will define and differentiate his products or services in the relevant market. The creation of a strong and recognizable brand name leads to the development of a significant bond between the consuming parties and the entrepreneur's products. Consequently, the brand name provides the entrepreneur with a competitive advantage and higher profits.

The trademark right is an inherent "private right" to claim exclusive possession of a trademark as between individuals. At the same time, the trademark is an intangible asset, subject to transactions and rights in rem. It is also the identity of the product, protecting the consumer from the likelihood of confusion. The protection of trademarks by law is deemed necessary and imposed by the need to protect the financial rights of the entrepreneur. Trademark rights are protected on a national level by Law 4072/2012, as well as on a European and international level.

The present thesis examines the link between entrepreneurship and brand name/trademark, as a relationship based on innovation, technology and inventiveness, whose goal is to create value, consumer loyalty, and maximize profit.

The words trademark and brand name are used with the same meaning for the purposes of the present thesis.

Trademarks, trade names, geographical indications etc. are integrated in industrial property law. One of the reasons that legislation protects industrial property is that it is imposed on ethical grounds of transactions. In other words, it is not morally acceptable for a business to copy the trademark or the name of another to confuse the public with its products. However, the most important reason for the protection of the industrial property by the legislation is the economic function of the marks, names, geographical indications, etc. All of the above are protected private rights, because they allow the effective diversification of products offered on the market and thus make it easier for the consumers to recognize and choose the products they want based on their quality and price. In economic science, this lowers the costs of market research. Industrial property rights allow the creation of a corporate identity in order to allow consumers to easily identify and select the products they prefer for their quality or their price. Thus, the competition and the industrial property rights are strengthened as a development mechanism, as businesses have a strong incentive to continuously improve the quality, innovation and price of their products, since consumers will be able to reward this effort by having the ability to identify and select the best products. The most important economic purpose of industrial property rights is to diversify and strengthen competition through them. In conclusion, what justifies the protection of rights such as trademarks, trade names and geographical indications by the legislator, is not so much the need to protect private interests, as the need to strengthen competition through diversification and the need to protect consumers by preventing confusion or misleading the consumer.

Πίνακας περιεχομένων

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ABSTRACT.....	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ.....	9
ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΗΜΑΤΑ	9
1.1 ΈΝΝΟΙΑ	9
1.3 ΝΟΜΙΚΗ ΦΥΣΗ.....	10
1.4. ΕΡΕΥΝΩΜΕΝΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ.....	11
1.5 ΠΗΓΕΣ	11
1.6 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ.....	12
1.6.1. ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	13
1.6.2. ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΝΕΟΥ ΝΟΜΟΥ	13
1.6.3. ΕΙΔΗ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ	14
Α) ΕΓΓΕΝΗΣ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ	14
Β) ΕΠΙΚΤΗΤΟΣ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ.....	14
1.6.4. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	16
1.6.5. ΕΓΓΥΗΤΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ	17
1.6.6. ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ.....	17
1.6.7. ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	18
1.7. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΣΗΜΑΤΩΝ.....	18
1.7.1 ΣΗΜΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΣΗΜΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	19
1.7.2. ΣΥΛΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΑ	19
1.7.3. ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΕΝΔΕΙΞΗΣ ΩΣ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ	19
1.7.4. ΔΗΛΩΣΗ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ	20
1.7.5. ΣΗΜΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ	21
1.7.6. ΔΗΛΩΣΗ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΣΗΜΑΤΟΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	21
1.7.7. ΆΛΛΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΣΗΜΑΤΩΝ	22
1.8. ΕΙΔΗ ΣΗΜΑΤΩΝ.....	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ	24
2.1 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ.....	24
2.2 ΑΠΑΡΑΔΕΚΤΑ ΣΗΜΑΤΑ	27
2.2.1 ΑΠΟΛΥΤΟΙ ΛΟΓΟΙ ΑΠΑΡΑΔΕΚΤΟΥ	27
2.2.2 ΣΧΕΤΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ ΑΠΑΡΑΔΕΚΤΟΥ	32
2.2.3. ΚΑΤΑΡΓΗΣΗ ΤΗΣ ΑΥΤΕΠΑΓΓΕΛΤΗΣ ΑΠΟΡΡΙΨΗΣ ΓΙΑ ΤΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΑΠΑΡΑΔΕΚΤΑ	34
2.2.4. ΛΟΓΟΙ ΤΗΣ ΚΑΤΑΡΓΗΣΗΣ	35
2.2.5 Η ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΣΥΝΑΙΝΕΣΗΣ	36
2.3. ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΟΝΟΜΑΣΙΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ.....	36

2.3.1. ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΥΡΙ ΦΕΤΑ.....	39
2.3.2. Η ΔΙΑΦΟΡΑ ΜΕΤΑΞΥ ΤΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΕΝΔΕΙΞΗΣ ΚΑΙ ΕΝΟΣ ΣΗΜΑΤΟΣ.....	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ.....	40
3.1. ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΗ ΣΗΜΑΤΟΣ	40
3.1.1. ΚΑΤΑΘΕΣΗ	40
3.1.2. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΑΙΤΗΣΗΣ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ	41
3.1.3. ΤΥΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΔΗΛΩΣΗΣ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ.....	41
3.1.4. ΔΙΑΡΕΣΗ ΔΗΛΩΣΗΣ ΣΗΜΑΤΟΣ	42
3.1.5. ΈΛΕΓΧΟΣ ΝΟΜΙΜΟΤΗΤΑΣ	42
3.1.6. ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΗ	43
3.1.7. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΗΣ	43
3.1.8. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΗΣ.....	44
3.1.9. ΤΑ ΕΝΔΙΑΜΕΣΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ	44
3.1.10. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΕΝΔΙΑΜΕΣΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ	45
3.1.11. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΗΣ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ ΝΕΟ ΝΟΜΟ	45
Α) ΠΡΟΓΕΝΕΣΤΕΡΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ	45
Β) ΑΣΥΛΙΑ ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΗΣ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ	46
Γ) ΚΑΤΑΡΓΗΣΗ ΑΡΘΡΟΥ 158 ΠΑΡ. 2 ΤΟΥ ΠΡΟΓΕΝΕΣΤΕΡΟΥ ΝΟΜΟΥ	47
3.2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΝΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΗ ΕΝΑΝΤΙΟΝ ΣΗΜΑΤΩΝ.....	48
3.2.1. ΑΝΑΚΟΠΗ	48
3.2.2. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΑΝΑΚΟΠΗΣ	49
3.2.3. ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΚΟΠΗΣ	49
3.2.4. ΠΡΟΣΦΥΓΗ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΣΗΜΑΤΩΝ	49
3.2.5. ΠΡΟΣΦΥΓΗ ΕΝΩΠΙΟΝ ΤΩΝ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΩΝ.....	50
3.2.6. ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΣΗ	50
3.2.7. ΕΠΑΝΑΦΟΡΑ ΤΩΝ ΠΡΑΓΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΠΡΟΤΕΡΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ	51
4.1. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΣΤΟ ΣΗΜΑ.....	51
4.1.1. ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΕΠΙ ΣΗΜΑΤΩΝ	51
4.1.2. ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ	51
4.1.3. ΘΕΤΙΚΟ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΟ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΧΡΗΣΗΣ	52
4.1.4. ΑΛΛΑΓΗ ΣΤΟ ΝΕΟ ΝΟΜΟ	53
4.1.5. ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΔΙΑΤΑΞΗΣ.....	54
4.1.6. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΣΒΟΛΗΣ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ	54
4.1.7. Η ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ Η ΕΠΙΦΥΛΑΞΗ ΤΩΝ ΠΡΟΓΕΝΕΣΤΕΡΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ.....	55
4.1.8. ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ.....	55
4.1.9. ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΣΥΓΧΥΣΗΣ	56
4.1.10. ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΘΕΜΕΛΙΩΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ΣΥΓΧΥΣΗΣ	57
1 ^ο ΣΤΑΔΙΟ	57
2 ^ο ΣΤΑΔΙΟ	57
3 ^ο ΣΤΑΔΙΟ	57
4 ^ο ΣΤΑΔΙΟ	58
4.1.11. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ΣΥΓΧΥΣΗΣ	58
4.1.12. Η ΠΡΟΣΒΟΛΗ ΚΑΙ Η ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ ΦΗΜΗΣ	60
4.1.13. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΣΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΦΗΜΗΣ	60
Α) ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΟΤΗΤΑ	60

β) ΟΜΟΙΟΤΗΤΑ	61
γ) ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ	61
δ) ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΠΡΟΣΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΦΗΜΗΣ	61
Δ.1.) ΠΑΡΑΣΙΤΙΣΜΟΣ ΕΙΣ ΒΑΡΟΣ ΤΗΣ ΦΗΜΗΣ	62
Δ.2.Α) ΒΛΑΒΗ ΣΤΗ ΦΗΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΕΝΕΣΤΕΡΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ	62
Δ.2.β) ΒΛΑΒΗ ΣΤΟ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΕΝΕΣΤΕΡΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ	62
4.1.14. ΈΝΣΤΑΣΗ ΕΥΛΟΓΗΣ ΑΙΤΙΑΣ	63
4.1.15. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΡΟΣΒΟΛΗΣ ΦΗΜΗΣ	63
4.2. ΤΡΙΠΛΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ	64
4.2.1. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ	64
4.2.2. ΑΣΤΙΚΕΣ ΚΥΡΩΣΕΙΣ	65
4.2.3. ΠΟΙΝΙΚΕΣ ΚΥΡΩΣΕΙΣ	67
4.2.4. ΈΝΣΤΑΣΗ ΑΠΟΔΕΙΞΗΣ ΧΡΗΣΗΣ	67
4.2.5. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ	67
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ.....	68
5.1. ΤΟ ΣΗΜΑ ΩΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΟ ΑΓΑΘΟ	68
5.1.1. ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΗ ΣΗΜΑΤΟΣ	68
5.1.2. ΠΑΡΑΧΩΡΗΣΗ ΑΔΕΙΑΣ ΧΡΗΣΗΣ	69
5.1.3. Η ΑΠΩΛΕΙΑ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΣΤΟ ΣΗΜΑ	70
5.1.4. ΑΠΩΛΕΙΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΛΟΓΩ ΑΝΟΧΗΣ	70
5.1.5. ΠΑΡΑΙΤΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΣΤΟ ΣΗΜΑ	71
5.1.6. ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΔΙΚΑΙΟΔΟΣΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΑ ΣΤΑ ΠΟΛΙΤΙΚΑ	71
5.1.7. ΕΚΠΤΩΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΣΤΟ ΣΗΜΑ	72
5.1.8. ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΚΑΙ ΕΞΕΤΑΣΗ ΑΙΤΗΣΗΣ ΕΚΠΤΩΣΗΣ	72
5.1.9. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΚΠΤΩΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΚΥΡΟΤΗΤΑΣ	72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ	73
6.1. ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΣΗΜΑ (EUTM).....	73
6.1.1. ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΚΑΙ ΙΣΧΥ	73
6.1.2. ΕΠΙΒΟΛΗ.....	73
6.1.3. ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ	74
6.1.4. ΔΙΕΘΝΗΣ ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΗ ΣΗΜΑΤΩΝ	74
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ	75
7.1. ΤΑ ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΗΜΑΤΑ ΣΤΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΤΩΝ ΠΡΕΣΠΩΝ	75
7.1.1. ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ ΤΟΥ ΖΗΤΗΜΑΤΟΣ ΣΕ ΕΙΔΙΚΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑ.....	75
7.1.2. Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΟΡΟΥ «ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ» ΣΤΑ ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΗΜΑΤΑ	75
7.1.3. ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΩΝ	76
7.1.4. ΑΜΦΙΣΒΗΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΧΩΡΙΣΗ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΣΗΜΑΤΩΝ	77
7.1.5. ΔΕΣΜΕΥΣΗ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΩΝ ΑΛΛΩΝ ΧΩΡΩΝ ΑΠΟ ΤΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑ	77
7.1.6. ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ	78
7.1.7. Η ΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΩΝ.....	79
7.1.8. ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΑΝΑΚΥΨΟΥΝ	79
Α) ΤΟ ΕΝΔΕΧΟΜΕΝΟ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΝΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΕ.....	79
Β) ΤΑ ΗΔΗ ΚΑΤΑΧΩΡΗΜΕΝΑ ΣΗΜΑΤΑ.....	80
Γ) ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΟΝΟΜΑΣΙΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	81
7.1.9. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ	82

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	83
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	85
<< HTTPS://SARRI.GR/2022/07/28/SIMAPISTOPOIISIS/ >>	86
<< HTTPS://WWW.KATHIMERINI.GR/OPINION/READERS/5004202/EMPORIKA-SIMATA-AMP-NBSP-KAI-SYMFONIA-PRESPON/ >>	87
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	87
ΕΙΚΟΝΑ 1.1.....	87
ΕΙΚΟΝΑ 1.2.....	88
ΕΙΚΟΝΑ 1.3.....	88

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΗΜΑΤΑ

1.1 Έννοια

Δεν υπάρχει νομοθετικός ορισμός της έννοιας του σήματος. Ορισμένα βασικά εννοιολογικά του στοιχεία αναφέρονται στο αρ. 2 παρ. 1 του ν.4679/2020. Σύμφωνα με τη διάταξη, «Το εθνικό σήμα μπορεί να αποτελείται από οποιαδήποτε σημεία, ιδίως από λέξεις, συμπεριλαμβανομένου του ονόματος προσώπων, ή από σχέδια, γράμματα, αριθμούς χρώματα, το σχήμα του προϊόντος ή τη συσκευασία του προϊόντος, ή από ήχους, υπό την προϋπόθεση ότι τα σημεία αυτά: **α)** είναι ικανά να διακρίνουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μιας επιχείρησης από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες άλλων επιχειρήσεων και **β)** μπορούν να αναπαρίστανται στο μητρώο, κατά τρόπο που επιτρέπει στις αρμόδιες αρχές και στο κοινό να προσδιορίζουν με σαφήνεια και ακρίβεια το αντικείμενο της προστασίας που παρέχεται στο δικαιούχο του. Είναι δηλ. το σήμα διακριτικό γνώρισμα εμπορευμάτων ή υπηρεσιών, η δε βασική λειτουργία, την οποία επιτελεί, είναι η *διακριτική*. Συνεπώς, το σήμα αποτελεί την ταυτότητα, το όνομα του προϊόντος (ονοματοδοτική λειτουργία). Συγχρόνως όμως το σήμα λειτουργεί και ως κώδικας επικοινωνίας με το καταναλωτικό κοινό, μέσω του οποίου διοχετεύονται πληροφορίες σχετικά με την προέλευση, τις ιδιότητες, την φήμη και το κύρος των προϊόντων που διακρίνει.

Από άλλες διατάξεις του νόμου συνάγονται και άλλα προσδιοριστικά στοιχεία της έννοιας του σήματος, όπως ότι το σήμα είναι απόλυτο δικαίωμα, από το οποίο απορρέουν θετικές και αρνητικές εξουσίες, καθώς και ότι, σε αντίθεση με το δικαίωμα ευρεσιτεχνίας, η διάρκεια ισχύος του μπορεί να ανανεώνεται, με αποτέλεσμα να είναι απεριόριστη. Για όλα αυτά τα χαρακτηριστικά θα γίνει λόγος στα οικεία μέρη.

Άλλο χαρακτηριστικό του σήματος είναι ότι, σε αντίθεση με τα άλλα διακριτικά γνωρίσματα, για την δημιουργία του απαιτείται η τήρηση ορισμένων διατυπώσεων, αφού το σήμα ανήκει στα διακριτικά γνωρίσματα του τυπικού συστήματος.

Ο νεότερος γερμανικός νόμος για τα σήματα, κατά προσέγγιση προς το αμερικάνικο δίκαιο, αναγνωρίζει και προστατεύει, ισότιμα με τα καταχωρισμένα και τα μη καταχωρισμένα αλλά χρησιμοποιούμενα στις συναλλαγές σήματα. Στο ελληνικό δίκαιο μόνο με τις διατάξεις του νόμου για τον αθέμιτο ανταγωνισμό μπορεί να παρασχεθεί προστασία σε μη καταχωρισμένα σήματα.¹

1.3 Νομική φύση

Το σήμα είναι απόλυτο περιουσιακό δικαίωμα, ανήκει δε στα προστατευόμενα από το δίκαιο της βιομηχανικής ιδιοκτησίας άυλα αγαθά. Όπως είναι φανερό, δεν προστατεύεται αυτό τούτο το σημείο, δηλ. η γραφική παράσταση που έχει κατατεθεί ως σήμα, διότι ο νόμος δεν προστατεύει τα σήματα λόγω του δημιουργικού τους ύψους-η ύπαρξη ή μη του οποίου δεν ενδιαφέρει το δίκαιο των σημάτων-αλλά λόγω της διακριτικής τους ικανότητας. Επομένως το σήμα προστατεύεται μόνο αναφορικά με την ικανότητα του να διακρίνει ορισμένα

¹Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §23. 1. Έννοια, σελ. 100-101, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη 2016

εμπορεύματα ή υπηρεσίες, πράγμα που σημαίνει ότι μπορεί κατ' αρχήν να χρησιμοποιήσει το ίδιο σημείο οποιοσδήποτε τρίτος για οποιαδήποτε άλλη χρήση εκτός από το να διακρίνει τα ίδια ή παρόμοια εμπορεύματα ή τις ίδιες υπηρεσίες. Απόκλιση από τα παραπάνω ισχύει προκειμένου για τα σήματα φήμης, τα οποία μπορεί να προστατεύονται ανεξάρτητα από τα εμπορεύματα ή τις υπηρεσίες, τις οποίες διακρίνουν.

Όπως προαναφέρθηκε, αντικείμενο του δικαιώματος στο σήμα δεν είναι αυτό τούτο το σημείο, το σημείο είναι απλά ο υλικός φορέας του δικαιώματος. Ο λόγος της παροχής προστασίας στο δικαίωμα στο σήμα είναι η, μέσω του κατατεθέντος σημείου, ικανότητα διάκρισης των εμπορευμάτων ή υπηρεσιών του δικαιούχου, χάρη στην οποία καθίσταται δυνατή η προώθησή τους στην αγορά.²

Τα σήματα μπορούν να αποδειχθούν ιδιαίτερα χρήσιμα, καθώς:

- Διασφαλίζουν τη δυνατότητα των καταναλωτών να διακρίνουν μεταξύ (διαφορετικών) προϊόντων,
- Δίνουν τη δυνατότητα στις εταιρείες να διαφοροποιούν τα προϊόντα τους,
- Αποτελούν εργαλείο προώθησης και τη βάση για την οικοδόμηση της εικόνας της εμπορικής επωνυμίας και της εμπορικής φήμης,
- Μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο αδειοδότησης, παρέχοντας, έτσι, μία ευθεία πηγή εσόδων μέσω των προβλεπόμενων αμοιβών για τον ανωτέρω σκοπό,
- Αποτελούν κρίσιμο συστατικό των συμφωνιών δικαιόχρησης (franchise),
- Μπορεί να αποτελέσουν ένα πολύτιμο περιουσιακό στοιχείο της επιχείρησης,
- Ενθαρρύνει τις εταιρείες να επενδύουν στη διατήρηση και τη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων,
- Μπορεί να αποδειχθούν χρήσιμα για την προσέλκυση οικονομικής στήριξης.

1.4. Ερευνώμενα ζητήματα

Τα ερευνώμενα ζητήματα που πραγματεύεται η παρούσα εργασία είναι τα εξής: Ποια η σημασία και η χρήση του εμπορικού σήματος στις συναλλαγές; Πως ρυθμίζεται το ζήτημα χρήσης του όρου Μακεδονία στα εμπορικά σήματα, τις επωνυμίες και τις γεωγραφικές ενδείξεις για εμπορική χρήση, μετά την υπογραφή της συμφωνίας των Πρεσπών;

1.5 Πηγές

Μέχρι το 1994 το δίκαιο των σημάτων ρυθμιζόταν από τον α.ν. 1998/1939 "περί σημάτων". Μετά την έκδοση της 89/104/EΚ Οδηγίας της 21.12.1988 για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών για τα σήματα, η οποία κωδικοποιήθηκε ήδη με την Οδηγία 95/2008/EΚ, το ελληνικό δίκαιο εναρμονίσθηκε

² Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §23 I 2. Νομική φύση, σελ. 101, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

με την Οδηγία για πρώτη φορά με το Π.Δ. 317/1992, το οποίο επέφερε σχετικές τροποποιήσεις στον τότε ισχύοντα ν.1998/1939. Στη συνέχεια δημοσιεύθηκε ο νόμος 2239/1994 "περί σημάτων", όπως συμπληρώθηκε και με το Π.Δ. 317/92 και της Οδηγίας στο εθνικό δίκαιο, αλλά προέβη σε μία γενικότερη αναμόρφωση του δικαίου των σημάτων, δηλ. και πέραν των ρυθμίσεων της Οδηγίας, μεταφέροντας μεταξύ άλλων και διατάξεις του καταργημένου α.ν. 1998/39 στον νέο νόμο, που όμως σε ορισμένες περιπτώσεις ήταν ασύμβατες προς τις ρυθμίσεις της Οδηγίας. Ο ν.2239/1994 επέφερε βαθιές μεταβολές στο μέχρι τότε ισχύον δίκαιο των σημάτων, ο οποίος καταργήθηκε με το αρ. 183 του ν.4072/2012. Εντούτοις οι βαθιές τομές που επέφερε ο ν.2239/1994 δεν καταργήθηκαν αλλά επαναλήφθηκαν στις διατάξεις του νέου νόμου. Βέβαια και ο ν.4072/2012 επέφερε σημαντικές αλλαγές κι κυρίως βελτιώσεις στο δίκαιο των σημάτων, ιδίως από πλευράς διαδικασίας αλλά και ουσίας.³

Στη συνέχεια το 2015 αναθεωρήθηκε τόσο ο Κανονισμός για το Ευρωπαϊκό σήμα όσο και η Οδηγία για την εναρμόνιση του εθνικού δικαίου των εμπορικών σημάτων στα κράτη-μέλη. Ο νέος νόμος 4679/2020 ακολουθεί πιστά τις ρυθμίσεις της Οδηγίας. Ακολουθεί, επίσης, τον τρόπο ρύθμισης του σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ευρωπαϊκού σήματος) στον Κανονισμό 2017/1001 ΕΕ. Έτσι, το εθνικό σήμα συγκλίνει με το Ευρωπαϊκό.⁴ Επιπρόσθετα, ο νέος νόμος καταργεί τη «γραφική παράσταση» ως στοιχείο προϋπόθεσης της έννοιας του σήματος. Για να αποτελέσει μία ένδειξη σήμα πλέον αρκεί να παρουσιαστεί στο μητρώο σημάτων με τρόπο σαφή, ακριβή, αυτοτελή, ευπρόσιτο, κατανοητό, διαρκή και αντικειμενικό, που να επιτρέπει στις αρμόδιες αρχές αλλά και στο κοινό να προσδιορίζουν με σαφήνεια και ακρίβεια το αντικείμενο προστασίας. Αρκεί να έχουν διακριτική ικανότητα. Η αναπαράσταση ενός σήματος πλέον δύναται να γίνει και με άλλα τεχνητά μέσα και όχι μόνο με γραφική αναπαράσταση.⁵

Αλλοδαπές επιχειρήσεις γνωρίζουν πλέον εύκολα και με ασφάλεια τι ισχύει για το δίκαιο του σήματος στην Ελλάδα. Εξάλλου, η συνύπαρξη δύο διαφορετικών και παράλληλων συστημάτων για το σήμα, ένα εθνικό και ένα Ευρωπαϊκό, δημιουργούσε περιπλοκές και περιττά κόστη. Ανάγκαζε τις επιχειρήσεις να υιοθετούν διαφορετικές πολιτικές marketing και διαφήμισης για την εθνική και την Ευρωπαϊκή αγορά, πράγμα σχεδόν ανέφικτο και πάντως κοστοβόρο. Το σύστημα του Ευρωπαϊκού σήματος είναι δοκιμασμένο (εφαρμόζεται από το 1996) πετυχημένο και αναγνωρισμένο διεθνώς.⁶

1.6 Λειτουργίες του σήματος

³ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §23 I 3. Πηγές, σελ. 102, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2016

⁴ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 1. Τα κυριότερα οφέλη από το νέο νόμο, σελ.1, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη 2020

⁵ Αιτιολογική έκθεση Ν. 4679/2020, Γενικό Μέρος

⁶ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 1. Τα κυριότερα οφέλη από το νέο νόμο, 3. σελ.2, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2020

Παραδοσιακά γίνεται διάκριση μεταξύ των νομικών και των οικονομικών λειτουργιών του σήματος. Οι πρώτες εξασφαλίζονται με τον νόμο, οι δεύτερες αποτελούν μια πραγματική κατάσταση, για την οποία δεν υπάρχει εξασφάλιση. Στο ισχύον δίκαιο αναγνωρίζονται ως προστατευόμενες λειτουργίες του σήματος η διακριτική λειτουργία, εν μέρει η λειτουργία προέλευσης, καθώς και η διαφημιστική λειτουργία των σημάτων φήμης. Πρόκειται για ένδειξη της πηγής και της ποιότητας, καθώς το σήμα διακρίνει τα αγαθά μίας επιχείρησης από εκείνα άλλων επιχειρήσεων. Βοηθά επίσης τις εταιρείες να εμπορευθούν τα προϊόντα τους και προστατεύει τους καταναλωτές.⁷

1.6.1. Διακριτική λειτουργία και λειτουργία προέλευσης

Κύρια και βασική λειτουργία του σήματος, όπως άλλωστε όλων των διακριτικών γνωρισμάτων είναι η **διακριτική**. (αρ. 2 παρ. 1 ν. 4679/2020) Σκοπός της προστασίας του σήματος και λόγος της αναγωγής του από την έννομη τάξη σε απόλυτο δικαίωμα είναι ακριβώς η ικανότητα του να διακρίνει τα εμπορεύματα ή τις υπηρεσίες που το φέρουν, να προσδιορίζει δηλαδή την ταυτότητά τους και να καθιστά δυνατό στον καταναλωτή να τα διακρίνει από άλλα όμοια ή παρόμοια. Η δυνατότητα εξατομίκευσης των εμπορευμάτων ή υπηρεσιών που φέρουν ορισμένο σήμα είναι απαραίτητη για την εύκολη διοχέτευσή τους στην αγορά αλλά και για την κατοχύρωση της επιχειρηματικής επίδοσης του δικαιούχου, εφόσον ο καταναλωτής, μέσα από την πληθώρα των προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών, θα πρέπει να είναι σε θέση να μπορεί εύκολα να επιλέξει εκείνο το εμπόρευμα ή εκείνη την υπηρεσία που προτιμά. (βλ. και ΕΑ 4514/09, ΔΕΕ 2009, 1335).⁸

1.6.2. Διαφοροποιήσεις νέου νόμου

Ο νέος νόμος δεν εισάγει αξιολογες διαφοροποιήσεις σε σχέση με την έννοια του διακριτικού χαρακτήρα. Αξίζει, όμως, τον κόπο να γίνουν κάποιες συνοπτικές επισημάνσεις, επειδή η έννοια αυτή είναι κομβική στο δίκαιο των σημάτων και επειδή η εξέλιξη της σχετικής νομολογίας του ΓΔΕΕ και ΔΕΕ είναι σημαντική. Μολονότι στην επιστήμη χρησιμοποιείται ο όρος διακριτική ικανότητα, τόσο ο Ν.4072/12 όσο και ο νέος νόμος χρησιμοποιούν τον όρο διακριτικός χαρακτήρας. Δεν υπάρχει πάντως διαφορά ανάμεσα στους δύο όρους. Διακριτική ικανότητα ή

⁷ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §23 ΙΙ Λειτουργίες του Σήματος σελ. 106, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2016

⁸ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §23 ΙΙ. Λειτουργίες του σήματος Ι. Διακριτική λειτουργία και λειτουργία προέλευσης, σελ. 106, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2016

διακριτικός χαρακτήρας είναι η ικανότητα μιας ένδειξης «να διακρίνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μιας επιχείρησης από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες άλλων επιχειρήσεων». Με άλλα λόγια μια ένδειξη έχει διακριτική ικανότητα, όταν μπορεί να επιτελέσει τις λειτουργίες του σήματος.⁹

1.6.3. Είδη διακριτικού χαρακτήρα

Ο διακριτικός χαρακτήρας μπορεί να είναι **εγγενής ή επίκτητος**.

A) Εγγενής διακριτικός χαρακτήρας

Μια ένδειξη έχει εγγενή διακριτικό χαρακτήρα όταν από τη φύση της μπορεί να διακρίνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μιας επιχείρησης από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες άλλων επιχειρήσεων. Ο εγγενής διακριτικός χαρακτήρας πηγάζει από την πρωτοτυπία και ιδιοτυπία της ίδιας της ένδειξης. Κατά τη νομολογία του ΓΔΕΕ και του ΔΕΕ μια ένδειξη έχει εγγενή διακριτικό χαρακτήρα, όταν απέχει σημαντικά από τα συνήθη πρότυπα της οικείας αγοράς. Η νομολογία αυτή είναι πολύ κρίσιμη, γιατί καταγράφει με τρόπο σαφή αλλά κι ευχερώς εφαρμόσιμο στην πράξη, το βασικό κριτήριο με βάση το οποίο πρέπει να αποφασίζουμε αν μια ένδειξη έχει εγγενή διακριτικό χαρακτήρα ή όχι. Για να έχει εγγενή διακριτικό χαρακτήρα μια ένδειξη, πρέπει να απομακρύνεται σημαντικά από τα συνήθη πρότυπα που χρησιμοποιούνται στην οικεία αγορά.

B) Επίκτητος διακριτικός χαρακτήρας

Ακόμα και αν μια ένδειξη δεν έχει εγγενή διακριτικό χαρακτήρα, δεν αποκλείεται να έχει αποκτήσει επίκτητο διακριτικό χαρακτήρα, δηλαδή να έχει αποκτήσει επίκτητο διακριτικό χαρακτήρα λόγω της μακράς, σταθερής και εντατικής χρήσης της από ορισμένη επιχείρηση στις συναλλαγές και στη διαφήμιση, σε βαθμό τέτοιο που το καταναλωτικό κοινό να την αναγνωρίζει πλέον ως όνομα ενός συγκεκριμένου προϊόντος και όχι ως ένδειξη που έχει έννοια περιγραφική ή είναι κοινότυπη και ευρύτατα χρησιμοποιούμενη από όλους. Κρίσιμη για την ύπαρξη επίκτητου διακριτικού χαρακτήρα είναι η αντίληψη του κοινού, δηλαδή, αν το κοινό αντιλαμβάνεται την ένδειξη ως όνομα ενός συγκεκριμένου προϊόντος και όχι μόνο ως όρο περιγραφικό ή κοινότυπο. Η διάγνωση του επίκτητου διακριτικού χαρακτήρα πρέπει να γίνεται με προσοχή και με επιφυλάξεις. Χρειάζεται ιδιαίτερα μακρό χρονικό διάστημα, συνήθως περισσότερο από δεκαπέντε χρόνια σημαντικής παρουσίας στην αγορά για να εμπεδωθεί στον κοινό η αντίληψη ότι μια ένδειξη που κατ' αρχήν δεν έχει εγγενή διακριτικό χαρακτήρα αποτελεί πλέον όνομα ενός συγκεκριμένου προϊόντος.

⁹ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 6. Ο διακριτικός χαρακτήρας (διακριτική ικανότητα) 1., 2., σελ.27, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2020

Χρειάζεται να αλλάξει η αντίληψη των καταναλωτών και η αλλαγή αυτή απαιτεί μακρό χρόνο. Επίσης, χρειάζεται ένα σημαντικό μερίδιο αγοράς, γιατί μόνο αυτό αποδεικνύει την απήχηση της ένδειξης στο κοινό. Μόνο η μακρά χρήση, ή μόνο η πολυδάπανη διαφήμιση μπορεί να μην αρκούν για την οικοδόμηση επίκτητου διακριτικού χαρακτήρα, αν όλα αυτά δεν βρίσκουν ανταπόκριση και από το κοινό και δεν επηρεάζουν τις αντιλήψεις του κοινού. Η απήχηση στο κοινό και η αποτελεσματικότητα και η διεισδυτικότητα της διαφήμισης, αντικατοπτρίζονται στο υψηλό μερίδιο αγοράς, το οποίο πρέπει να είναι σταθερά υψηλό για σειρά ετών. Ο επίκτητος διακριτικός χαρακτήρας είναι εξαιρετικό και όχι σύνηθες φαινόμενο. Στην πράξη, για να έχει αποκτήσει μια ένδειξη επίκτητο διακριτικό χαρακτήρα, πρέπει ο βαθμός της αναγνωρισιμότητας της να φθάνει τα όρια της φήμης. Έτσι, η ένδειξη που έχει αποκτήσει επίκτητο διακριτικό χαρακτήρα, θα είναι και σήμα φήμης. Μια τελευταία, αλλά σημαντική σημείωση για τον επίκτητο διακριτικό χαρακτήρα είναι ότι αυτός μπορεί να θεραπεύσει την έλλειψη εγγενούς διακριτικού χαρακτήρα μιας ένδειξης, ή το ότι η ένδειξη είναι περιγραφική ή κοινότυπη, αλλά δεν μπορεί να θεραπεύσει τυχόν άλλα απόλυτα απαράδεκτα, όπως π.χ. το ότι η ένδειξη μπορεί να είναι παραπλανητική, ή το ότι πρόκειται για σχήμα που επιτελεί τεχνική λειτουργία ή προσδίδει ουσιαστικά αξία στο προϊόν κ.λπ. Η παρ. 2 του αρ. 4 του νέου νόμου παραπέμπει μόνο στα εδάφια β', γ', και δ' της παρ.1 του ίδιου άρθρου. Δεν παραπέμπει στα άλλα εδάφια που αναφέρονται σε άλλους απόλυτους λόγους απαραδέκτου. Συνεπώς, όταν συντρέχει κάποιος άλλος απόλυτος λόγος, η επίκληση επίκτητου διακριτικού χαρακτήρα είναι ατελέσφορη. Ομοίως, η παρ. 2 δεν παραπέμπει στο εδάφιο α' της παρ. 1 του αρ. 4 που αναφέρεται στην έλλειψη αφηρημένου διακριτικού χαρακτήρα.¹⁰

Παραδείγματα για το Διακριτικό Χαρακτήρα

Ορισμένα παραδείγματα από τη νομολογία μπορεί να είναι διαφωτιστικά: Προκειμένου για λεκτικά σήματα έχουν απορριφθεί οι ενδείξεις: Cocktail για ροφήματα, Motor Oil για πετρελαιοειδή, Στρούγκα για γαλακτοκομικά. Το ΓΔΕΕ έκρινε ότι στερούνται εγγενούς διακριτικού χαρακτήρα οι ενδείξεις Trustedlink για υπηρεσίες διαδικτύου και ηλεκτρονικού εμπορίου, Investorworld για οικονομικές και νομισματικές υπηρεσίες, και Carcard για ψηφιακά δεδομένα που χρησιμοποιούνται για τον προσανατολισμό οχημάτων. Κρίθηκε ακόμα ότι στερούνται διακριτικού χαρακτήρα οι ενδείξεις Biomild (= biological, mild) για γιαούρτι και Doublemint (=double, mint) για τσίγλες. Γενικότερα, ο συνδυασμός κοινότυπων και συνηθισμένων λεκτικών ενδείξεων με τη μορφή μιας ενιαίας λέξης δεν δίνει κατ' ανάγκη διακριτικό χαρακτήρα στα επιμέρους κοινότυπα στοιχεία. Για να έχει ένας τέτοιος συνδυασμός διακριτική ικανότητα πρέπει ο μέσος καταναλωτής να εκλαμβάνει το συνδυασμό ως κάτι διαφορετικό από τα επιμέρους στοιχεία του. Αν αυτό που αντιλαμβάνεται ο καταναλωτής είναι ότι πρόκειται για συνδυασμό κοινότυπων περί γραφικών στοιχείων, η έλλειψη διακριτικής ικανότητας δεν ξεπερνιέται. Πρέπει ο συνδυασμός να έχει μία

¹⁰ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 6. Ο διακριτικός χαρακτήρας (διακριτική ικανότητα) 1., 5., σελ.28-29, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

απόσταση και αυτοτέλεια από τα επιμέρους στοιχεία που τον απαρτίζουν. Δηλαδή, ο συνδυασμός να προκαλεί στο κοινό μία εντύπωση διαφορετική από την εντύπωση που προκαλεί η απλή παράθεση των επιμέρους στοιχείων του.¹¹

1.6.4. Λειτουργία προέλευσης

Σε στενή σχέση με την προαναφερθείσα διακριτική λειτουργία του σήματος τελεί η **λειτουργία προέλευσης**, η οποία μάλιστα σύμφωνα με ορισμένη γνώμη, εμπεριέχεται ή και ταυτίζεται με τη διακριτική λειτουργία. Η λειτουργία προέλευσης του σήματος καθιστά δυνατόν στους καταναλωτές όχι απλά να διακρίνουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες από αυτές άλλων ανταγωνιστών, αλλά να τις διακρίνουν με βάση την προέλευσή τους από ορισμένη επιχείρηση. Τούτο λέγεται όχι οπωσδήποτε με την έννοια ότι θα πρέπει ο καταναλωτής να γνωρίζει την επωνυμία της παράγουσας επιχείρησης, αλλά με την έννοια ότι η παράγουσα επιχείρηση θα πρέπει να παραμένει πάντα η ίδια. Το προ της μεταφοράς της Οδηγίας ισχύσαν δίκαιο επεδίωκε να εξασφαλίσει στον καταναλωτή την πεποίθηση ότι η επιχείρηση που προσφέρει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της με ορισμένο σήμα δεν μπορεί να μεταβληθεί αλλά παραμένει πάντα η ίδια. Γι' αυτό απαγορευόταν η μεταβίβαση μόνου του σήματος, χωρίς τη σύγχρονη μεταβίβαση και της παράγουσας τα προϊόντα επιχείρησης. Ο λόγος ήταν, κατά την αντίληψη του νομοθέτη, ότι μόνο ο άρρηκτος σύνδεσμος σήματος και επιχείρησης εξασφαλίζει την ίδια πάντοτε ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων υπηρεσιών και επομένως μόνο τότε αποκλείεται ο κίνδυνος παραπλάνησης του κοινού. Συνέπεια τούτου ήταν ότι το σήμα δεν ήταν αυτοτελές οικονομικό αγαθό αλλά παρεπόμενο της επιχείρησης (επιχειρησιοπάγεια). Οι αντιλήψεις αυτές αποδείχτηκαν υπερβολικές, γι' αυτό ο κοινοτικός (ήδη ενωσιακός) και ο Έλληνας νομοθέτης θεσμοθέτησαν την απεξάρτηση του σήματος από την επιχείρηση, το οποίο κατέστη έτσι αυτοτελές έννομο αγαθό. Στο σήμερα ισχύον δίκιο επιτρέπεται η μεταβίβαση μόνου του σχήματος, χωρίς δηλαδή την σύγχρονη μεταβίβαση και της επιχείρησης. Η κατάργηση της επιχειρησιοπάγειας, συνέπεια της οποίας είναι και ότι οποιοσδήποτε μπορεί να αποκτήσει σήμα χωρίς να είναι ανάγκη να έχει επιχείρηση, μπορεί να οδηγήσει καταχρήσεις. Τούτο συμβαίνει, όταν ο καταθέτης του σήματος δεν έχει την πρόθεση να το χρησιμοποιήσει (είτε ο ίδιος είτε μέσω τρίτων), αλλά σκοπός του είναι πώληση ή εμπορία σημάτων. Σε τέτοιες περιπτώσεις η κατάθεση του σήματος είναι καταχρηστική, με αποτέλεσμα να τυγχάνουν εφαρμογή στα άρθρα 123 νόμου 4072/2012. Η απεξάρτηση του σήματος από την επιχείρηση, την οποία θα λείψει για πρώτη φορά ο νόμος 2239/94 δε σημαίνει βέβαια ότι το σήμα έπαυσε να επιτελεί την λειτουργία προέλευσης. Εντούτοις, σύμφωνα με το ισχύον δίκιο, δεν παρέχεται πλέον καμία εξασφάλιση στον καταναλωτή ότι επιχείρηση που προσφέρει τα εμπορεύματα ή

¹¹ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 7. Παραδείγματα για το διακριτικό χαρακτήρα, σελ.30-31, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

τις υπηρεσίες της με ορισμένο σημείο δεν πρόκειται να μεταβληθεί, αφού επιτρέπεται πλέον η μεταβίβαση του σήματος χωρίς την παράγουσα τα προϊόντα επιχείρηση. ¹²

1.6.5. Εγγυητική λειτουργία

Συνήθως λέγεται ότι το σήμα επιτελεί και εγγυητική λειτουργία, με την έννοια ότι, εφόσον το διακρινόμενο με το σήμα προϊόν ή η διακρινόμενη υπηρεσία αποκτήσουν, λόγω της καλής τους ποιότητας, την εμπιστοσύνη των καταναλωτών, το κοινό, βασιζόμενο στο γεγονός αυτό προτιμά τα "εγγυημένα" αυτά προϊόντα ή τις "εγγυημένες" αυτές υπηρεσίες, έχοντας την εύλογη προσδοκία ότι το σήμα που φέρουν τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες αποτελεί εγγύηση προσφοράς της ίδιας πάντοτε ποιότητας και στο μέλλον. Εντούτοις, η παράγουσα επιχείρηση δεν δεσμεύεται νομικά να προσφέρει την ίδια πάντα ποιότητα και ως εκ τούτου η λεγόμενη εγγυητική λειτουργία δεν αποτελεί θεσμοθετημένη λειτουργία του σήματος. Επίσης σε περίπτωση, κατά την οποία μεταβιβασθεί μόνο το σήμα (χωρίς δηλ. την επιχείρηση) και η νέα επιχείρηση που απόκτησε το σήμα χειροτερεύσει την ποιότητα των (προερχόμενων από αυτή πλέον) προϊόντων ή υπηρεσιών, σε βαθμό που να μην ανταποκρίνεται στις προσδοκίες των καταναλωτών, δεν υπάρχει προστασία από το δίκαιο των σημάτων αλλά μόνο από τα άρθρα 1 και 3 ν.146/1914. Ο Ν.4072/ 2012 (κεφάλαιο ΙΒ του Τρίτου μέρους, άρθρα 184-196) εισήγαγε το «σήμα ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών» που επισημαίνει την ελληνική προέλευση αυτών. Αυτό το «σήμα» φέρουν προαιρετικά ως πρόσθετη επισήμανση τα προϊόντα που παράγονται ή μεταποιούνται στην Ελλάδα καθώς και οι ανάλογες υπηρεσίες, απονέμεται δε στον ενδιαφερόμενο από τους αρμόδιους φορείς βάσει κανονισμών και προδιαγραφών που καθορίζονται από την «Επιτροπή Ελληνικού Σήματος». Το εν λόγω σήμα υποδηλώνει την «ελληνική» προέλευση των προϊόντων υπηρεσιών και όχι την προέλευση από ορισμένη επιχείρηση. Κατ' εξουσιοδότηση του αρ. 187 που προβλέπει την έκδοση Κανονισμών Απονομής Ελληνικού Σήματος, ανά κατηγορία προϊόντων και υπηρεσιών, εκδόθηκε ο Κανονισμός Απονομής Ελληνικού Σήματος στο γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα.¹³

1.6.6. Διαφημιστική λειτουργία

Εφόσον ένα σήμα επιτελεί εγγυητική λειτουργία και το καταναλωτικό κοινό προτιμά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που διακρίνει λόγω της ποιότητας τους (αλλά και για άλλους λόγους που δεν έχουν σχέση με την ποιότητα, όπως π.χ. λόγω έντονης διαφήμισης, μόδας, προκατάληψης), η χρήση του επιτελεί μια περαιτέρω

¹² Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §23 ΙΙ. Λειτουργίες του σήματος 1. Διακριτική λειτουργία και λειτουργία προέλευσης, σελ. 106-107, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2016

¹³ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §23 ΙΙ. Λειτουργίες του σήματος 2. Εγγυητική λειτουργία, σελ. 107-108, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2016

σημαντικότερη οικονομική λειτουργία, την **διαφημιστική λειτουργία**. Το σήμα, στην περίπτωση αυτή, δεν αποτελεί απλώς ένα διακριτικό γνώρισμα των προσφερόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών αλλά επιπλέον ανάγεται σε ένα από τα ισχυρότερα διαφημιστικά μέσα του σύγχρονου μάρκετινγκ, προσφέροντας προβάδισμα στον διαφημιστικό ανταγωνισμό. Γίνεται δηλ. το σήμα σύμβολο της εμπορικής επιτυχίας των προϊόντων ή υπηρεσιών που διακρίνει, δημιουργώντας στους καταναλωτές ευνοϊκή προδιάθεση για την προτίμησή τους. Εφόσον το σήμα ασκεί ευρύτερη ακτινοβολία και έλξη, δημιουργώντας στους καταναλωτές αίσθηση κύρους, πολυτελείας κ.τ.λ. αποκτά μια πρόσθετη διαφημιστική αξία, πέρα από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που διακρίνει, δημιουργώντας στους καταναλωτές αίσθηση κύρους, πολυτελείας και τα λοιπά, αποκτά μία πρόσθετη διαφημιστική αξία, πέρα από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που διακρίνει.

1.6.7. Σημασία της διαφημιστικής λειτουργίας

Επομένως, εφόσον ένα σήμα επιτελεί διαφημιστική λειτουργία, ο δικαιούχος του **α)** εξασφαλίζει πολύ ευκολότερα την διάθεση των διακρινόμενων από αυτό προϊόντων υπηρεσιών, **β)** λόγω της αυξημένης ζήτησης δικαιολογεί την επιβολή μιας υπεραξίας στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που διακρίνει, **γ)** μπορεί να γίνει εμπορική εκμετάλλευση της ευνοϊκής προδιάθεσης που δημιουργεί στο καταναλωτικό κοινό η χρήση του δημοφιλούς σήματος με την παραχώρηση αδειών χρήσης του για οποιοδήποτε προϊόν που προσφέρεται από την αδειούχο επιχείρηση (image transfer), όπως π.χ. συμβαίνει με την παραχώρηση της άδειας χρήσης του σήματος τσιγάρων *Camel* για διάκριση σπορ ρολογιών (brand merchandising) και **δ)** προστατεύει το αποκλειστικό ή επιλεκτικό δίκτυο διανομής από καταχρηστικές πρακτικές των παράλληλων εισαγωγέων. Μία από τις σημαντικότερες μεταβολές που επέφερε το νέο (προσαρμοσμένο προς την οδηγία) δίκαιο (Ν. 2239/94) είναι η προστασία της διαφημιστικής λειτουργίας του σήματος. Η προστασία αναφέρεται, βέβαια, στα σήματα που έχουν διαφημιστική αξία, δηλαδή σε σήματα που έχουν καλή φήμη στην ελληνική αγορά. Η προστασία των γνωστών σημάτων εκδηλώνεται τόσο με την δημιουργία ειδικού अपαράδεκτου (αρ. 124 παρ. 1 γ) όσο και με τις παρεχόμενες αξιώσεις επί προσβολής σήματος φήμης (αρ. 125 παρ. 3 γ).

Στη νομολογία του ΔΕΕ, αναφέρονται και δύο ακόμη, παρεμφερείς λειτουργίες του σήματος, η λειτουργία του σήματος ως «διαύλου επικοινωνίας» και ως «επενδυτικού στοιχείου».¹⁴

1.7. Κατηγορίες σημάτων

Ανάλογα με τον προορισμό τους, τα σήματα διακρίνονται σε διάφορες κατηγορίες, οι σημαντικότερες από τις οποίες αναφέρονται παρακάτω.

¹⁴ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §23 ΙΙ. Λειτουργίες του σήματος 3. Διαφημιστική λειτουργία, σελ. 108-109, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2016

1.7.1 Σήμα εμπορευμάτων και σήμα υπηρεσιών

Η διάκριση βασίζεται στο αν τα προσφερόμενα προϊόντα από μία επιχείρηση είναι εμπορεύματα ή υπηρεσίες. Ο νόμος έχει ως αφετηρία τη νομική εξομοίωση των σημάτων εμπορευμάτων και των σημάτων υπηρεσιών αν και λόγω της μη υλικής υπόστασης των υπηρεσιών μπορούν να προκύψουν σε επί μέρους ζητήματα ορισμένες διαφορές.

Τα σήματα μπορούν να διακρίνουν μόνο τα εμπορεύματα ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στον νόμο. Με βάση και τη Συμφωνία της Νίκαιας για τη διεθνή ταξινόμηση προϊόντων και υπηρεσιών, τα μεν προϊόντα ταξινομούνται σε 34 κλάσεις, οι δε υπηρεσίες σε 8.¹⁵

1.7.2. Συλλογικό σήμα

Κατά κανόνα τα σήματα κατατίθενται από επιχειρήσεις (φυσικά ή νομικά πρόσωπα) προς διάκριση των εμπορευμάτων ή των υπηρεσιών τους από εκείνες άλλων επιχειρήσεων (ατομικά σήματα). Υπάρχει, δηλαδή, ταύτιση καταθέτη και δικαιούμενου χρήσης του (ατομικού) σήματος. Πέραν όμως από τα ατομικά, υπάρχουν και τα συλλογικά σήματα, στα οποία καταθέτης είναι επαγγελματική ένωση και χρήστης, όχι η ίδια, αλλά τα μέλη της, καθόσον το συλλογικό σήμα διακρίνει προϊόντα που προέρχονται από τις επιχειρήσεις των μελών της. Ειδικότερα, ναι μεν φορείς και του συλλογικού σήματος είναι νομικά πρόσωπα (όχι δηλ. ενώσεις χωρίς νομική προσωπικότητα) και ειδικότερα συνεταιρισμοί, ενώσεις κατασκευαστών, παραγωγών, παρεχόντων υπηρεσίες ή εμπορών, οι οποίοι κατά το δίκαιο που τις διέπει έχουν ικανότητα δικαίου, καθώς και νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου, εντούτοις δικαιούμενοι να κάνουν χρήση του συλλογικού σήματος δεν είναι τα δικαιούχα νομικά πρόσωπα-τα οποία μάλιστα δεν είναι ανάγκη να έχουν δική τους επιχείρηση-αλλά τα μέλη τους, τα οποία χρησιμοποιούν το συλλογικό σήμα, για να διακρίνουν εμπορεύματα ή υπηρεσίες που προέρχονται από τις κατ' ιδίαν επιχειρήσεις τους. Το συλλογικό σήμα μπορεί να χρησιμοποιείται για να **διακρίνει την γεωγραφική προέλευση των εμπορευμάτων ή των υπηρεσιών**, καθώς και το είδος, την ποιότητα ή άλλες ιδιότητες των προϊόντων ή των υπηρεσιών των μελών της δικαιούχου ένωσης.

1.7.3. Κατάθεση γεωγραφικής ένδειξης ως συλλογικού σήματος

Ιδιαίτερη σημασία έχει η δυνατότητα κατάθεσης από την ένωση ως συλλογικού σήματος ένδειξης γεωγραφικής προελεύσεως (π.χ. οίνος Νάουσας), δυνατότητα που αποκλείεται στα ατομικά σήματα. Τούτο όμως δεν σημαίνει ότι οι άλλοι παραγωγοί μιας γεωγραφικής περιοχής δεν έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν την ίδια γεωγραφική ένδειξη ως προσδιοριστική της προέλευσης των προϊόντων τους, εκτός αν

¹⁵ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §23 III Κατηγορίες Σημάτων 1. Σήμα εμπορευμάτων και σήμα υπηρεσιών, σελ.110, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2016

η χρήση της γίνεται κατά τρόπο αντίθετο προς τα χρηστά ήθη. Εφόσον το συλλογικό σήμα αποτελείται από γεωγραφική ένδειξη, κάθε πρόσωπο, του οποίου τα εμπορεύματα ή οι υπηρεσίες προέρχονται από την ίδια γεωγραφική περιοχή και πληροί τις προϋποθέσεις χρήσης του συλλογικού σήματος, έχει αξίωση να γίνει μέλος του νομικού προσώπου-φορέα του συλλογικού σήματος και να κάνει χρήση αυτού. Πάντως, τότε μόνο μπορεί το συλλογικό σήμα να εκπληρώσει την οικονομική του λειτουργία, όταν η ένωση επιβάλλει με εσωτερικό κανονισμό στα μέλη της να τηρούν τις ίδιες ποιοτικές προδιαγραφές παραγωγής, κατά τρόπο ώστε το συλλογικό σήμα να επιτελεί ουσιαστικά εγγυητική λειτουργία. Για το λόγο αυτό, ο νόμος απαιτεί ο καταθέτης συλλογικού σήματος να συντάσσει τον κανονισμό σχετικά με τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των μελών για τη χρήση του συλλογικού σήματος από αυτά. Ο κανονισμός χρήσης αναφέρει, ιδίως, τα πρόσωπα που νομιμοποιούνται να χρησιμοποιούν το σήμα, τους όρους συμμετοχής στην οργάνωση που είναι δικαιούχος, καθώς και τις προϋποθέσεις χρήσης του σήματος, συμπεριλαμβανομένων των σχετικών συνεπειών. Αν το συλλογικό σήμα αποτελείται από γεωγραφική ένδειξη, ο εν λόγω κανονισμός πρέπει να προβλέπει ότι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο του οποίου τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες προέρχονται από τη συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή μπορεί να καθίσταται μέλος της οργάνωσης που είναι δικαιούχος του σήματος, εφόσον πληροί όλους τους άλλους όρους του κανονισμού. Ο κανονισμός και οι τροποποιήσεις του ανωτέρω κανονισμού υποβάλλονται στη Διεύθυνση Σημάτων, εγγράφονται στο μητρώο και ισχύουν από την ημερομηνία εγγραφής τους.¹⁶

1.7.4. Δήλωση κατάθεσης συλλογικού σήματος

Η δήλωση για κατάθεση συλλογικού σήματος σε τηρούμενο ειδικό μητρώο σημάτων πρέπει να συνοδεύεται από τα στοιχεία που αναφέρονται στην παρ. 4 του αρ.163, μεταξύ των οποίων συμπεριλαμβάνονται οι όροι και οι κανονισμοί που αφορούν στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις για τη χρήση του σήματος. Πάντως, επί προσβολής του συλλογικού σήματος, αν δεν ορίζεται διαφορετικά στο καταστατικό ή στον κανονισμό χρήσης, η άσκηση των αξιώσεων γίνεται από την ένωση. Μη τήρηση των ποιοτικών προδιαγραφών σύμφωνα με τους όρους του κανονισμού ή δημιουργία

¹⁶ - «Άρθρο 65 - Νόμος 4679/2020 - (Άρθρα 30 και 33 της Οδηγίας 2015/2436/ΕΕ) Κανονισμός χρήσης του συλλογικού σήματος» << [>> \[>>\]\(https://www.lawspot.gr/nomikes-plirofories/nomothesia/n-4679-2020/arthro-65-nomos-4679-2020-arthra-30-kai-33-tis-odigias\)](https://www.lawspot.gr/nomikes-plirofories/nomothesia/n-4679-2020/arthro-65-nomos-4679-2020-arthra-30-kai-33-tis-odigias)

- Αιτιολογική έκθεση - Σχέδιο νόμου Εμπορικά σήματα - ενσωμάτωση της Οδηγίας (ΕΕ) 2015/2436 για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών περί σημάτων και της Οδηγίας 2004/48/ΕΚ σχετικά με την επιβολή των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας και άλλες διατάξεις
<< [>>](https://www.taxheaven.gr/circulars/32359/aitiologikh-ekoesh-sxedio-nomoy)

-ΝΟΜΟΣ 4679 / ΦΕΚ Α/71/20.3.2020

<< [>>](https://www.dsnet.gr/Epikairothta/Nomothesia/n4679_fek71.htm)

παραπλανητικών εντυπώσεων στις συναλλαγές, μπορεί να οδηγήσει σε διαγραφή του σήματος.¹⁷

1.7.5. Σήμα Πιστοποίησης

Το σήμα πιστοποίησης μπορεί μόνο να χρησιμοποιηθεί σε συμφωνία με τα προκαθορισμένα πρότυπα. Η κύρια διαφορά μεταξύ των συλλογικών σημάτων και των σημάτων πιστοποίησης είναι ότι τα πρώτα μπορούν να χρησιμοποιηθούν μόνο από ορισμένες επιχειρήσεις, για παράδειγμα, μέλη μίας ένωσης στην οποία ανήκει το συλλογικό σήμα, ενώ τα τελευταία μπορούν να χρησιμοποιηθούν από οποιονδήποτε πληροί τα προκαθορισμένα κριτήρια. Επομένως, οι χρήστες ενός συλλογικού σήματος αποτελούν μία “λέσχη” ενώ, αναφορικά με τα σήματα πιστοποίησης, εφαρμόζεται η αρχή του “ανοικτού καταστήματος” (“open shop” principle).

Μία σημαντική προϋπόθεση για την καταχώριση ενός σήματος πιστοποίησης είναι ότι η ένωση που αιτείται την καταχώριση είναι “αρμόδια να πιστοποιήσει” τα σχετικά προϊόντα. Επομένως, ο ιδιοκτήτης ενός σήματος πιστοποίησης θα πρέπει να είναι ο αντιπρόσωπος των προϊόντων στα οποία εφαρμόζεται το σήμα πιστοποίησης. Αυτό αποτελεί μία σημαντική εξασφάλιση της προστασίας του κοινού από παραπλανητικές πρακτικές. Ως «σήματα πιστοποίησης» νοούνται τα σήματα που προσδιορίζονται ως σήματα πιστοποίησης κατά την κατάθεσή τους και είναι ικανά να διακρίνουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που πιστοποιούνται από τον δικαιούχο του σήματος, όσον αφορά στο υλικό, τον τρόπο παρασκευής των προϊόντων ή παροχής των υπηρεσιών, την ποιότητα, την ακρίβεια ή άλλα χαρακτηριστικά, με εξαίρεση τη γεωγραφική προέλευση, από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που δεν έχουν την ανωτέρω πιστοποίηση. Κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, μπορεί να υποβάλει αίτηση για σήματα πιστοποίησης υπό την προϋπόθεση ότι, δεν ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα που περιλαμβάνει την παροχή του είδους των προϊόντων ή υπηρεσιών που πιστοποιούνται. Σύμφωνα με το **αρ. 56 του ν. 4679/2020**, ως σήματα πιστοποίησης λαμβάνονται υπόψη εκείνα που είναι ικανά να διακρίνουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που πιστοποιούνται από τον δικαιούχο του σήματος, όσον αφορά στο υλικό, τον τρόπο παρασκευής των προϊόντων ή παροχής των υπηρεσιών, την ποιότητα, την ακρίβεια ή άλλα χαρακτηριστικά, με εξαίρεση τη γεωγραφική προέλευση, από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που δεν έχουν την ανωτέρω πιστοποίηση.

1.7.6. Δήλωση κατάθεσης σήματος πιστοποίησης

Η δήλωση κατάθεσης σημάτων πιστοποίησης (άρθρα 56 - 63) συνοδεύεται από κανονισμό χρήσης, ο οποίος συντάσσεται από τον καταθέτη της δήλωσης και αναφέρει τα πρόσωπα που επιτρέπεται να χρησιμοποιούν το σήμα, τα χαρακτηριστικά που πρέπει να πιστοποιεί το σήμα, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο ο φορέας πιστοποίησης εξετάζει τα χαρακτηριστικά αυτά και εποπτεύει τη χρήση του σήματος. Δικαιούχος του σήματος πιστοποίησης μπορεί να είναι και φυσικό πρόσωπο. Ο δικαιούχος του

¹⁷ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §23 ΙΙΙ Κατηγορίες Σημάτων 2. Συλλογικό σήμα, σελ.110-111, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2016

σήματος πιστοποίησης δεν πρέπει να ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα που να συνδέεται με τη παραγωγή ή τη διάθεση των προϊόντων που πιστοποιούνται. Η δήλωση κατάθεσης σημάτων πιστοποίησης συνοδεύεται από κανονισμό χρήσης, ο οποίος συντάσσεται από τον καταθέτη της δήλωσης.

Ο κανονισμός χρήσης αναφέρει τα πρόσωπα που επιτρέπεται να χρησιμοποιούν το σήμα, τα χαρακτηριστικά που πρέπει να πιστοποιεί το σήμα, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο ο φορέας πιστοποίησης εξετάζει τα χαρακτηριστικά αυτά και εποπτεύει τη χρήση του σήματος. Αναφέρει επίσης τους όρους χρήσης του σήματος, συμπεριλαμβανομένων των σχετικών συνεπειών σε περίπτωση παραβίασης των όρων χρήσης. Ο κανονισμός, καθώς και οι τροποποιήσεις του υποβάλλονται στη Διεύθυνση Σημάτων και εγγράφονται στο μητρώο και ισχύουν από την ημερομηνία εγγραφής τους στο μητρώο.¹⁸

1.7.7. Άλλες κατηγορίες σημάτων

Τα εμπορικά σήματα, σε αντίθεση με τα βιομηχανικά, διακρίνουν εμπορεύματα που προέρχονται όχι από παραγωγό αλλά από εμπορική επιχείρηση. Η νομική μεταχείριση των δύο αυτών κατηγοριών σημάτων είναι ίδια από πλευράς δικαίου σημάτων. Πάντως, η χρησιμοποίηση εμπορικού σήματος δεν πρέπει να δίνει την εντύπωση ότι πρόκειται για βιομηχανικό σήμα και αντίστροφα. Επιτρέπεται η επίθεση στο ίδιο εμπόρευμα τόσο βιομηχανικού όσο κι εμπορικού σήματος, υπό τον όρο ότι θα παραμένει άθικτο το σήμα του παραγωγού.

Δεν αποκλείεται ο ίδιος ο παραγωγός, παράλληλα προς το κύριο σήμα, να χρησιμοποιεί δεύτερο για να δηλώσει τον τύπο του προϊόντος από περισσότερους παρεμφερείς που ο ίδιος παράγει.

Το *συνοδευτικό σήμα* προϋποθέτει σύνθετο προϊόν, οι πρώτες ύλες ή τμήματα του οποίου έχουν κατασκευαστεί από άλλον παραγωγό από αυτόν του έτοιμου προϊόντος. Στην περίπτωση αυτή, πέρα από το σήμα του παραγωγού του έτοιμου προϊόντος,

¹⁸ -Άρθρο 56 – (Άρθρο 27, 28 της Οδηγίας 2015/2436/ΕΕ) Σήματα Πιστοποίησης

<< <http://www.opengov.gr/ypoian/?p=9903> >>

-«Αλλαγές του νέου νόμου για τα σήματα» << <https://www.franchise.gr/νομικα-franchise/5829-ποιες-αλλαγες-επιφερε-ο-νεος-νομος-για-τα-σηματα.html> >>

- << https://www.dsanet.gr/Epikairothta/Nomothesia/n4679_fek71.htm >>

«Ποια είναι η έννοια των σημάτων πιστοποίησης που εισήγαγε ο νόμος 4679/2020 για τα εμπορικά σήματα;» << <https://sarri.gr/2022/07/28/simapistopoiisis/> >>

μπορεί να τεθεί και το σήμα του παραγωγού της πρώτης ύλης κλπ., π.χ. Toshiba για η/υ με επεξεργαστή Intel Pentium.

Στα *σήματα σειράς* ο δικαιούχος χρησιμοποιεί το ίδιο (γραμματικό) θέμα, για να διακρίνει διαφορετικά εμπορεύματα ή υπηρεσίες (π.χ. Nescafe/Nestle).

Ο δικαιούχος όμως μπορεί να χρησιμοποιεί το ίδιο σήμα για όλα τα διαφορετικής φύσης, εμπορεύματα ή τις υπηρεσίες που προέρχονται από την επιχείρησή του, παραγωγική ή εμπορική (επωνυμικό σήμα π.χ. Yamaha για μοτοσυκλέτες, εξωλέμβιες μηχανές, μουσικά όργανα).¹⁹

1.8. Είδη Σημάτων

- **Λεκτικό** (όταν συνίσταται αποκλειστικά από λέξεις, γράμματα, αριθμούς, άλλους κοινούς τυπογραφικούς χαρακτήρες ή συνδυασμό των παραπάνω).
- **Απεικονιστικό** (όταν χρησιμοποιούνται μη τυποποιημένοι χαρακτήρες, τρόπος απεικόνισης ή διάταξη ή κάποιο γραφιστικό χαρακτηριστικό ή χρώμα).
- **Σήμα τρισδιάστατου σχήματος** (όταν συνίσταται σε ή περιλαμβάνει τρισδιάστατο σχήμα, συμπεριλαμβανομένων των περιεκτών, της συσκευασίας και του προϊόντος αυτού καθαυτού ή της όψης τους).
- **Σήμα θέσης** (όταν συνίσταται στον συγκεκριμένο τρόπο τοποθέτησης ή επίθεσης του σήματος στο προϊόν).
- **Σήμα μοτίβου** (όταν συνίσταται αποκλειστικά σε ένα σύνολο στοιχείων τα οποία επαναλαμβάνονται κατά τακτό τρόπο).
- **Σήμα που συνίσταται σε χρώμα** (όταν συνίσταται σε χρώμα (είτε αποκλειστικά σε μεμονωμένο χρώμα είτε σε συνδυασμό χρωμάτων)).
- **Ηχητικό σήμα** (όταν συνίσταται αποκλειστικά σε έναν ήχο ή συνδυασμό ήχων της ακριβούς αναπαράστασης του ήχου με μουσική σημειογραφία).
- **Σήμα κίνησης** (όταν συνίσταται σε ή περιλαμβάνει μία κίνηση ή μεταβολή της θέσης των στοιχείων του σήματος).
- **Οπτικοακουστικό σήμα** (όταν συνίσταται σε ή περιλαμβάνει συνδυασμό εικόνας και ήχου)

¹⁹ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §23 III Κατηγορίες Σημάτων 3. σελ.111-112, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2016

- **Ολογραφικό σήμα** (όταν συνίσταται σε στοιχεία με ολογραφικά χαρακτηριστικά)
- Δεν αποκλείονται τα σήματα **όσφρησης**, τα **πολυμεσικά** σήματα και ενδεχομένως τα σήματα με **αόρατα** στοιχεία εάν είναι ικανά να αποτυπωθούν γραφικά .^{20 21} Συγκεκριμένα για τα οσφρητικά σήματα, είναι άξιο αναφοράς ότι υπάρχουν περίπου 10 σήματα όσφρησης στις ΗΠΑ. Αντίστοιχα, δεν έχει καταχωρηθεί κανένα οσφρητικό σήμα στην ΕΕ. Η Αυστραλία έχει εκχωρήσει εμπορικό σήμα μόνο σε μία περίπτωση (για υποστήριγμα τοποθέτησης μπάλας του γκολφ με μυρωδιά ευκάλυπτου), ενώ στο Ηνωμένο Βασίλειο έχουν καταχωρηθεί δύο οσφρητικά σήματα, τα οποία κατατέθηκαν επιτυχώς το 1994: βελάκια με φτερά που μυρίζουν όπως η πικρή μύρα, και “ένα λουλουδένιο άρωμα/μυρωδιά που θυμίζει τριαντάφυλλο όπως εφαρμόστηκε σε λάστιχα” για οδικά οχήματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

2.1 Προϋποθέσεις προστασίας του σήματος

Γενικά

Όπως ήδη αναφέρθηκε, το αρ. 2 ν. 4679/2020 καθορίζει τα εννοιολογικά στοιχεία του σήματος τα οποία συνιστούν τις ουσιαστικές προϋποθέσεις προστασίας του. Επομένως σημείο, το οποίο δεν συγκεντρώνει τις προϋποθέσεις αυτές, δεν γίνεται δεκτό ως σήμα. Σύμφωνα λοιπόν με την παρ. 1 του αρ. 2: «Το εθνικό σήμα μπορεί να αποτελείται από οποιαδήποτε σημεία, ιδίως από λέξεις, συμπεριλαμβανομένου του ονόματος προσώπων, ή από σχέδια, γράμματα, αριθμούς χρώματα, το σχήμα του προϊόντος ή τη συσκευασία του προϊόντος, ή από ήχους, υπό την προϋπόθεση ότι τα σημεία αυτά: **α) είναι ικανά να διακρίνουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μιας επιχείρησης από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες άλλων επιχειρήσεων και β) μπορούν να αναπαρίστανται στο μητρώο, κατά τρόπο που επιτρέπει στις αρμόδιες αρχές και στο κοινό να προσδιορίζουν με σαφήνεια και ακρίβεια το αντικείμενο της προστασίας που παρέχεται στο δικαιούχο του**». Η προγενέστερη μη αναθεωρημένη διάταξη του άρθρου 121 ν. 4072/2012 όριζε το εξής: «Σήμα μπορεί να αποτελέσει κάθε σημείο επιδεικτικό γραφικής παράστασης, ικανό να διακρίνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μιας επιχείρησης από εκείνα άλλων επιχειρήσεων». Από το νομοθετικό αυτό ορισμό συνάγεται ότι οι ουσιαστικές προϋποθέσεις προστασίας του σήματος πριν το νέο νόμο ήταν η ύπαρξη διακριτικής ικανότητας, η αυτοτέλεια, και η επιδεκτικότητα

²⁰ << [<< https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/trade-marks-examples >>](https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/trade-marks-examples)

²¹ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §24 IV Είδη σημάτων σελ.116, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2016

γραφικής παράστασης. Ωστόσο, ο νέος νόμος 4679/2020 κατήγγησε τη «γραφική παράσταση» ως στοιχείο προϋπόθεσης της έννοιας του σήματος. Για να αποτελέσει μία ένδειξη σήμα πλέον αρκεί να παρουσιαστεί στο μητρώο σημάτων με τρόπο σαφή, ακριβή, αυτοτελή, ευπρόσιτο, κατανοητό, διαρκή και αντικειμενικό, που να επιτρέπει στις αρμόδιες αρχές αλλά και στο κοινό να προσδιορίζουν με σαφήνεια και ακρίβεια το αντικείμενο προστασίας. Αρκεί να έχουν διακριτική ικανότητα. Η αναπαράσταση ενός σήματος πλέον δύναται να γίνει και με άλλα τεχνητά μέσα και όχι μόνον με γραφική αναπαράσταση.

1) Διακριτική ικανότητα

Πρωταρχική προϋπόθεση για την προστασία του σήματος είναι ότι πρέπει να έχει την ικανότητα να επιτελεί τη διακριτική του λειτουργία. Το αρ. 2 παρ. 1 εδαφ. α' αναφέρεται στην αφηρημένη διακριτική ικανότητα, δηλαδή στην ικανότητα μιας ένδειξης να διακρίνει γενικά εμπορεύματα ή υπηρεσίες. Η αφηρημένη διακριτική ικανότητα είναι βασικό εννοιολογικό στοιχείο του σήματος και επομένως βασική προϋπόθεση προστασίας του. Από την άλλη μεριά, η έλλειψη διακριτικού χαρακτήρα έχει διαμορφωθεί ως λόγος απαραδέκτου (αρ. 4 παρ 1 εδαφ. β'). Πρόκειται, στη δεύτερη περίπτωση, για τη συγκεκριμένη διακριτική ικανότητα (διακριτική δύναμη), δηλαδή την ικανότητα του σήματος να διακρίνει τα αναφερόμενα στη δήλωση καταθέσεως εμπορεύματα ή υπηρεσίες. Η διαφορά ανάμεσα στον αφηρημένο και τον συγκεκριμένο διακριτικό χαρακτήρα είναι ότι ο δεύτερος εκτιμάται και αξιολογείται εν όψει των συγκεκριμένων κάθε φορά προϊόντων που προορίζεται να διακρίνει το σήμα.²²

2) Αναπαράσταση στο μητρώο σημάτων με σαφήνεια και ακρίβεια

Η δεύτερη προϋπόθεση του αρ. 1 παρ. 1 εδαφ. β' συνδέεται με τις πιθανές επιβλαβείς επιπτώσεις ενός σήματος αν επιδεικνύει έναν παραπλανητικό χαρακτήρα ή αν παραβιάζει τη δημόσια τάξη ή τα χρηστά ήθη. Σύμφωνα με την παρ. 2 του ίδιου άρθρου, για το σκοπό της περίπτωσης του εδαφ. β της παρ. 1, η αναπαράσταση του σήματος πρέπει να υποβάλλεται στο μητρώο σε οποιαδήποτε κατάλληλη μορφή, με τη χρήση ευρέως διαθέσιμης τεχνολογίας, με την οποία θα αναπαρίσταται, όπως προαναφέραμε, κατά τρόπο σαφή, ακριβή, ευπρόσιτο, κατανοητό, διαρκή και αντικειμενικό. Σημαντική καινοτομία του νέου νόμου είναι η δυνατότητα κατοχύρωσης νέων μορφών σημάτων, «μη παραδοσιακών», εφόσον βέβαια έχουν διακριτική ικανότητα.²³ Ανάλογα λοιπόν με τη μορφή του σήματος, ορίζεται και ο τρόπος αναπαράστασής του. Σύμφωνα με την παρ. 4 του αρ. 2, «αν η δήλωση αφορά οποιοδήποτε είδος σήματος από τα αναφερόμενα στις περιπτώσεις α' έως ι', περιλαμβάνει σχετική μνεία για το είδος του σήματος. Το είδος του σήματος και η

²²Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 6. Ο διακριτικός χαρακτήρας (διακριτική ικανότητα), σελ.27, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

²³ Αιτιολογική Έκθεση Ν. 4679/2020

αναπαράστασή του πρέπει να συνάδουν μεταξύ τους και να πληρούνται κατά τα λοιπά οι προϋποθέσεις των παραγράφων 1 έως 3».

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν κάποιες αλλαγές του νέου νόμου σχετικά με τις ενδείξεις που συνίστανται στο σχήμα του προϊόντος. Ειδικότερα, το εδάφιο ε' της παρ. 1 του αρ. 4 του Ν. 4679/2020 δεν επιτρέπει την καταχώριση ενδείξεων που συνίστανται στο σχήμα, **ή άλλα χαρακτηριστικά του προϊόντος**, που επιβάλλονται από την ίδια τη φύση του προϊόντος, ή είναι απαραίτητα για την επίτευξη ενός τεχνικού αποτελέσματος, ή προσδίδουν ουσιαστική αξία στο προϊόν. Εδώ παρατηρείται μια σημαντική νομοθετική διαφοροποίηση σε σχέση με το προηγούμενο καθεστώς. Το αντίστοιχο εδάφ. ε' του Ν. 4072/12 αναφερόταν όπως αναφέραμε και παραπάνω, μόνο στο σχήμα του προϊόντος. Άλλο χαρακτηριστικό μπορεί να είναι το χρώμα, οι χρωματικοί συνδυασμοί, ή τα σχέδια του προϊόντος. Ανάλογα με τις εκάστοτε περιστάσεις, μπορεί και αυτά να επιτελούν τεχνική λειτουργία ή να προσδίδουν ουσιαστική αξία στο προϊόν.²⁴ Δεν αποκλείεται το σχήμα ή κάποιο χαρακτηριστικό του προϊόντος που του προσδίδει ουσιαστική αξία (ιδίως αισθητική) να μπορεί να κατοχυρωθεί ως βιομηχανικό σχέδιο, αλλά για περιορισμένο χρονικό διάστημα.²⁵

Η προστασία τρισδιάστατων σχημάτων ως σημάτων θέτει το δυσχερές πρόβλημα της σχέσης του δικαίου των σημάτων προς άλλα άϋλα αγαθά, όπως η ευρεσιτεχνία, τα σχέδια και υποδείγματα και τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, τα οποία, σε αντίθεση με το σήμα, απολαμβάνουν περιορισμένης χρονικής προστασίας. Υπάρχει δηλαδή ο κίνδυνος, μέσω της προστασίας τεχνικών ή αισθητικών διαμορφώσεων ως σημάτων, η οποία παρέχεται για όσο διάστημα διατηρείται η διακριτική ικανότητα, να διαιωνίζεται η χρονικά περιορισμένη προστασία των παραπάνω άϋλων αγαθών.²⁶

Έχει κριθεί ότι δεν μπορούν να κατοχυρωθούν ως σήματα τα ακόλουθα:

Το σχήμα χειρολαβής μαχαιριού με εξογκώματα για καλύτερο κράτημα, το οποίο κρίθηκε ότι επιτελεί τεχνική λειτουργία. Το Δικαστήριο έκρινε ότι, ακόμα κι αν θεωρηθεί ότι το σχήμα αυτό είχε και στοιχεία διακοσμητικά ή ακόμα και ότι επιτελεί μια κάποια διακριτική λειτουργία, ωστόσο η τεχνική λειτουργία ήταν κυρίαρχη.

Η απεικόνιση ενός φαρμακευτικού επιθέματος με μπεζ χρώμα και τετράγωνο σχήμα που κολλάει στο δέρμα και είναι εμποτισμένο με θεραπευτική ουσία. Το

²⁴ Βλ. τις ΠολΠρωτΑθ 270/15, 357 και ΕφΕθ 1702/16, ΔΕΕ 2016, 664, με παρατ. Χρ. Χρυσάνθη, που έκριναν ότι το πράσινο χρώμα παρουσιάζει λειτουργικότητα όταν χρησιμοποιείται σε φαρμακευτικά προϊόντα, καθώς το πράσινο χρώμα είναι χρώμα σύμβολο της υγείας.

²⁵ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 8. Το σχήμα κα άλλα χαρακτηριστικά του προϊόντος, σελ.33, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

²⁶ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §24 ΙΙΙ, εδ 10, Προϋποθέσεις προστασίας σελ. 115, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

Δικαστήριο έκρινε ότι το μπεζ είναι το χρώμα του δέρματος και για αυτό είναι κοινότυπο σε παρόμοια φαρμακευτικά επιθέματα.²⁷

2.2 Απαράδεκτα Σήματα

Στα **άρθρα 4 και 5 του ν. 4679/2020** αναφέρονται οι απόλυτοι και οι σχετικοί λόγοι απαραδέκτου. Ο έλεγχος σε πρώτο βαθμό διενεργείται από μονομελές ελεγκτικό όργανο, έναν εξεταστή, ο οποίος αποφασίζει αν θα γίνει δεκτή η δήλωση καταχώρισης ή αν θα απορριφθεί λόγω συνδρομής κάποιου από τους αναφερόμενους στα άρθρα 4 και 5 λόγους απαραδέκτου. Στο δεύτερο βαθμό, η συνδρομή των λόγων απαραδέκτου ελέγχεται από τη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων (ΔΕΣ) ως δευτεροβάθμιο όργανο διοικητικού ελέγχου, το οποίο εξετάζει είτε την ανακοπή κατά της απόφασης του εξεταστή που έκανε δεκτή τη δήλωση κατάθεσης είτε την προσφυγή κατά της απόφασης του εξεταστή που απέρριψε τη δήλωση κατάθεσης. Η διάκριση των λόγων σε απόλυτους και σχετικούς είναι ουσιαστική, καθώς οι σχετικοί λόγοι απαραδέκτου αίρονται με την έγγραφη συναίνεση του δικαιούχου προγενέστερου σήματος (αρ. 124 παρ. 4), σε αντίθεση με τους απόλυτους λόγους.

2.2.1 Απόλυτοι λόγοι απαραδέκτου

Το άρθρο 4 προβλέπει τους απόλυτους λόγους απαραδέκτου. Αυτοί αποσκοπούν πρωτίστως στη διασφάλιση του ελεύθερου ανταγωνισμού και την αποτροπή του ενδεχομένου να καταχωρηθεί ως σήμα και να μονοπωληθεί μια ένδειξη που όλοι οι ανταγωνιστές έχουν ανάγκη να χρησιμοποιούν. Η χορήγηση σήματος κατά παράβαση των όρων του άρθρου 4 οδηγεί σε σημαντική στρέβλωση του ανταγωνισμού προκαλώντας αδικαιολόγητα μονοπωλιακά δικαιώματα. Οι λόγοι αναπτύσσονται παρακάτω:

1. Έλλειψη εννοιολογικών στοιχείων του σήματος (αρ. 2 παρ. 1)

Ως πρώτος λόγος απαραδέκτου, αναφέρεται η αδυναμία της ένδειξης που κατατέθηκε να προστατευθεί ως σήμα, λόγω του ότι δεν πληροί τις ουσιαστικές προϋποθέσεις προστασίας του σήματος που θέτει το αρ. 2 παρ. 1, δηλαδή διακριτική ικανότητα και αυτοτέλεια. Το απαράδεκτο δεν θεραπεύεται ούτε με την προηγούμενη χρήση της ένδειξης στις συναλλαγές.

2. Έλλειψη διακριτικής δύναμης (αρ. 4 παρ. 1 περ. β)

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η διακριτική ικανότητα, η ικανότητα δηλαδή μιας ένδειξης να διακρίνει εμπορεύματα ή υπηρεσίες είναι βασικό εννοιολογικό στοιχείο του σήματος. Το αρ. 4 παρ. 1 περ. β θέτει ως λόγο απαραδέκτου την έλλειψη συγκεκριμένης διακριτικής ικανότητας, δηλαδή την ανικανότητα της κατατεθείσας ένδειξης να διακρίνει τα συγκεκριμένα εμπορεύματα ή τις συγκεκριμένες

²⁷ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 8. Το σήμα κα άλλα χαρακτηριστικά του προϊόντος, σελ.33, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

υπηρεσίες που αναφέρονται στη δήλωση κατάθεσης. Κατά συνέπεια, μπορεί π.χ. η ένδειξη «Diesel» να μην έχει διακριτικότητα όταν πρόκειται για κινητήρες ή για καύσιμη ύλη, να έχει όμως όταν πρόκειται να διακρίνει είδη μόδας. Το κριτήριο για την ύπαρξη ή μη διακριτικού χαρακτήρα είναι η κατά βάση αντίληψη των σχετικών συναλλακτικών κύκλων. Με το ίδιο κριτήριο κρίνεται, αν η διακριτική δύναμη που αρχικά έλειπε, αποκτήθηκε ύστερα με τη χρήση της ένδειξης στις συναλλαγές.

3. Ενδείξεις προσδιοριστικές των προϊόντων (περιγραφικές ενδείξεις, αρ. 4 παρ. 1 περ γ, ε)

1.

Δεν καταχωρίζονται ως σήμα οι ενδείξεις που συνίστανται αποκλειστικά από σημεία που είναι χρήσιμα στις συναλλαγές για τη δήλωση του είδους, της ποιότητας, της ποσότητας, της αξίας, της παροχής υπηρεσιών ή άλλων χαρακτηριστικών του προϊόντος. Ο σκοπός του απαράδεκτου καταχώρισης περιγραφικών ενδείξεων που θέτει το **αρ. 4 παρ. 1 περιπτ. γ** είναι να παραμείνουν ελεύθερες οι ενδείξεις αυτές και όλοι οι ανταγωνιστές να έχουν τη δυνατότητα χρήσης τους, καθώς πρόκειται για γενικά προσδιοριστικά στοιχεία του εμπορεύματος ή της υπηρεσίας (generics). Ακόμα και αν η χρήση των περιγραφικών ενδείξεων από μια επιχείρηση τους προσδώσει διακριτικό χαρακτήρα, και άρα τις καταστήσει καταχωρίσιμες κατά το αρ. 4 παρ. 2, οι άλλοι ανταγωνιστές μπορούν να χρησιμοποιούν τις ενδείξεις στο προστατευόμενο σήμα, σύμφωνα όμως με τους όρους του άρθρου 126 παρ.1 ν. 4072/2012.

2. Δεν προστατεύονται ως σήμα τα σημεία τα οποία συνίστανται αποκλειστικά από το σχήμα που επιβάλλεται από τη φύση του προϊόντος, ή όταν το σχήμα είναι απαραίτητο για την επίτευξη ενός τεχνικού αποτελέσματος, ή όταν το σχήμα προσδίδει ουσιαστική αξία στο προϊόν. (**αρ. 4 παρ.1 περιπτ. ε**). Αν και η περίπτωση αυτή δύναται να υπαχθεί στην κατηγορία των περιγραφικών ενδείξεων, είναι ορθότερο να υπαχθεί στο *προαπαιτούμενο της αυτοτέλειας ως εννοιολογικού στοιχείου των τρισδιάστατων σημάτων*. Η αυτοτέλεια είναι εννοιολογικό στοιχείο και όχι απλά απαράδεκτο, επομένως ακόμα και αν το σχήμα του προϊόντος πληροί τις προϋποθέσεις του αρ. 4 παρ. 2, δεν μπορεί να προστατευθεί ως σήμα, όπως συμβαίνει με τα υπόλοιπα απαράδεκτα που προβλέπονται στο αρ. 4 παρ. 1.

3. Ένα προστατευόμενο σήμα καταλήγει να καταστεί περιγραφικό, όταν χρησιμοποιείται παράλληλα από πολλούς ανταγωνιστές, οι οποίοι δεν διώκονται από τον δικαιούχο του σήματος. Έτσι, το σήμα καταλήγει να υποδηλώνει το είδος εμπορεύματος, γίνεται δηλαδή περιγραφικό. (π.χ η λέξη «βαζελίνη»). Κατά συνέπεια, δεν υφίσταται ουσιαστική προστασία του σήματος, και η ετεροχρονισμένη δίωξη των ανταγωνιστών που κάνουν χρήση της ένδειξης κρίνεται ως καταχρηστική. Ωστόσο, εφόσον ο δικαιούχος διώκει έγκαιρα τους ανταγωνιστές που χρησιμοποιούν την

ένδειξη, τότε η χρήση απλώς της ένδειξης ως δηλωτικής ενός είδους από τους καταναλωτές δεν αρκεί για να χαρακτηριστεί το σήμα ως περιγραφικό. Τέτοιο προστατευόμενο σήμα είναι π.χ. το nescafe.

4. Κοινόχρηστες ενδείξεις (αρ. 4 παρ. 1 περ. δ)

Στο άρθρο 4 παρ. 1 περ. δ γίνεται αναφορά σε ενδείξεις, οι οποίες αν και έχουν διακριτική ικανότητα, δεν είναι προσδιοριστικές για τα προϊόντα. Πιο συγκεκριμένα, αν και δεν εμπίπτουν στα απαράδεκτα του αρ. 4 παρ. 1 περ. β, γ, έχουν καταστεί συνήθη στην καθημερινή γλώσσα ή στη θεμιτή και πάγια πρακτική του εμπορίου. Ένα σήμα λοιπόν που αποτελείται μόνο από τις κοινόχρηστες αυτές ενδείξεις, δεν μπορεί να προστατευτεί. Ο λόγος που δεν μπορούν να προστατευθούν ως σήματα οι κοινόχρηστες ενδείξεις είναι ο ίδιος για τον οποίο δεν προστατεύονται οι προσδιοριστικές ενδείξεις του άρθρου 4 παρ. 1 γ, ήτοι η ελεύθερη χρήση τους από όλους.

5. Σημεία που αντίκεινται στη δημόσια τάξη ή τα χρηστά ήθη (άρ. 4 παρ. 1 περιπτ. στ,)

Ο όρος «δημόσια τάξη» αναφέρεται στους βασικούς θεσμούς και τις αρχές της κοινωνίας. Παραδείγματα που αντίκεινται στις αρχές αυτές είναι ενδεικτικά τα εξής: π.χ. η κατάθεση ως σήματος αγκυλωτού σταυρού, οι ρατσιστικές ενδείξεις, η εμπορικοποίηση θρησκευτικών εννοιών και εικόνων. (απαγορεύτηκε η χρήση της λέξης «Jesus» για είδη ένδυσης, έγινε δεκτή όμως η ένδειξη «Diavolo» για σαπούνια). Ένα σημείο αντίκειται στα χρηστά ήθη όταν προσβάλλει την ηθική και την αισθητική του μέσου λογικού ανθρώπου, αν και τα αισθήματα αυτά βρίσκονται σε συνεχή εξέλιξη.

6. Παραπλανητικές ενδείξεις (αρ. 4 παρ. 1 περιπτ. ζ)

Δεν προστατεύονται ως σήματα οι ενδείξεις που μπορούν να παραπλανήσουν το καταναλωτικό κοινό, ως προς τη φύση, την ποιότητα ή τη γεωγραφική προέλευση του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Για την ύπαρξη παραπλάνησης δεν αρκεί η αναληθής ή ανακριβής ένδειξη, αλλά *θα πρέπει η ένδειξη να επηρεάζει την αγοραστική βούληση του καταναλωτή*. Σκοπός του απαράδεκτου είναι η προστασία του καταναλωτή- αρχή που διέπει όλο το δίκαιο του ανταγωνισμού-. (Παραπλανητικές κρίθηκαν οι ενδείξεις Ranger για ελληνικής κατασκευής είδη ένδυσης.) Παραπλανητική είναι και η χρήση μιας προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης ως στοιχείο του σήματος από επιχείρηση που δεν έχει αυτό το δικαίωμα. Στην Ελλάδα, ωστόσο, έχουν γίνει δεκτές ως σήματα πολλές παραπλανητικές ενδείξεις (π.χ. το σήμα Interamerican για παροχή υπηρεσιών ασφαλιστικής κάλυψης από ελληνική εταιρία) διότι οι αρμόδιες αρχές επέτρεπαν τα ξενόγλωσσα σήματα για τη διάκριση ελληνικών προϊόντων, με αποτέλεσμα να δημιουργείται στο καταναλωτικό κοινό η πεποίθηση ότι τα προϊόντα αυτά προέρχονται από τη χώρα που φημίζεται για την παραγωγή των συγκεκριμένων

προϊόντων. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την προώθηση μεν των εθνικών προϊόντων, με κόστος όμως την εντιμότητα απέναντι στους καταναλωτές. Πρέπει ωστόσο να λάβουμε υπόψιν ότι οι τεχνικές της διαφήμισης και του μάρκετινγκ επιβάλλουν τη χρήση της αγγλικής γλώσσας στις λεκτικές ενδείξεις που χρησιμοποιούνται.

7. Σημεία αντίθετα προς το δημόσιο συμφέρον και το άρθρο 6 τρις της Διεθνούς Σύμβασης των Παρισίων (αρ.4 παρ. 1 περιπτ. η και θ)

Σύμφωνα με το απαράδεκτο των εδαφίων η' και θ', απορρίπτεται η δήλωση κατάθεσης σημείων που αντιτίθενται στο άρθρο 6 τρις της Διεθνούς Σύμβασης των Παρισίων που κυρώθηκε με το ν. 213/1975 και δεν έχουν τη σύμφωνη άδεια των αρμόδιων αρχών. Δεν καταχωρίζονται επίσης ως σήματα τα σημεία που συνίστανται σε ή περιλαμβάνουν διακριτικά σύμβολα, εμβλήματα ή θυρεούς, σημαίες του ελληνικού κράτους και των λοιπών κρατών που αναφέρονται στη σύμβαση και είναι ιδιαίτερου δημοσίου συμφέροντος. (Απορρίφθηκε η αίτηση κατάθεσης στην οποία απεικονίζονταν φύλλο σφενδάμου, το οποίο αποτελεί το κύριο στοιχείο της σημαίας του Καναδά. Αντιθέτως, κρίθηκε ότι ο Μ. Ναπολέον ως ιστορικό πρόσωπο δεν δύναται να θεωρηθεί σύμβολο κράτους ήτοι μπορεί να καταχωριστεί).

8. Γεωγραφικοί όροι, ΠΟΠ/ΠΓΕ (αρ. 4 παρ. 1 περιπτ. ι' ως ιγ')

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον στις περιγραφικές ενδείξεις του άρθρο 4 παρ. 1, παρουσιάζουν οι **ενδείξεις γεωγραφικής προέλευσης**, που επίσης δε δύνανται να μονοπωληθούν από έναν καταθέτη, εκτός αν η χρησιμοποιούμενη γεωγραφική ένδειξη διακρίνει τα προϊόντα που προέρχονται από ορισμένη επιχείρηση. Η Οδηγία και ο νέος νόμος περιλαμβάνουν νέες διατάξεις στους απόλυτους αλλά και τους σχετικούς λόγους απαραδέκτων (αρ. 4 παρ. 1 περιπτ. ι' ως ιγ' και αρ. 5 παρ. 3 περιπτ. ε') για την προστασία των ονομασιών προέλευσης (ΠΟΠ) και των γεωγραφικών ενδείξεων (ΠΓΕ), των παραδοσιακών ενδείξεων οίνων, των εγγυημένων παραδοσιακών ιδιότυπων προϊόντων και των φυτικών ποικιλιών. *Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει θεσπίσει ειδική νομοθεσία για τις προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης (ΠΟΠ) και τις προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις (ΠΓΕ). Για την προστασία ΠΟΠ και ΠΓΕ των οίνων ισχύει ο Κανονισμός 1308/13 ΕΕ. Για την προστασία των ΠΓΕ των αρωματισμένων αμπελο-οινικών προϊόντων ισχύει ο Κανονισμός 251/14 ΕΕ. Για την προστασία των ΠΓΕ των αλκοολούχων ποτών ισχύει ο Κανονισμός 110/08 ΕΕ. Για τις παραδοσιακές ενδείξεις οίνων προβλέπει το αρ. 112 του Κανονισμού 1308/13 ΕΕ, και τέλος για τα εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα προβλέπουν τα αρ. 17 και 18 του Κανονισμού 1151/12 ΕΕ.* Τα εθνικά κράτη έχουν εκχωρήσει την αρμοδιότητα για τα ζητήματα αυτά στον Ευρωπαϊκό νομοθέτη, και άρα η ευρωπαϊκή νομοθεσία υπερισχύει της εθνικής. Επιπλέον, ως ΠΟΠ και ΠΓΕ αναγνωρίζονται μόνο οι ενδείξεις που έχουν καταχωρηθεί στα οικεία μητρώα της ΕΕ και πέρα από αυτές που έχουν καταχωρηθεί στα μητρώα αυτά δεν υπάρχουν άλλες που να προστατεύονται σε εθνικό επίπεδο. Επομένως, ένας γεωγραφικός όρος καθίσταται απαράδεκτος ως σήμα αν είναι περιγραφικός ή παραπλανητικός, ή αν προσκρούει σε ΠΟΠ/ΠΓΕ. Παρ' όλα αυτά, το άρθρο 64 παρ. 3 επιτρέπει την κατ' εξαίρεση καταχώριση γεωγραφικού όρου ως

συλλογικό σήμα. Ωστόσο, η εξαίρεση θεραπεύει μόνο την περίπτωση που ο γεωγραφικός όρος είναι περιγραφικός. Δεν επιτρέπεται να καταχωρηθεί ούτε ως συλλογικό σήμα γεωγραφική ένδειξη που θα είναι παραπλανητική, ή που θα προσκρούει σε ΠΟΠ/ΠΓΕ κτλ. Η εξαίρεση επιτρέπει την καταχώριση γεωγραφικού όρου ως συλλογικό σήμα, αλλά όχι και ως σήμα πιστοποίησης. Η Ευρωπαϊκή νομοθεσία για την προστασία των ΠΟΠ/ΠΓΕ απαγορεύει τη χρήση της ίδιας της ΠΟΠ/ΠΓΕ σε συγκρίσιμα προϊόντα που δεν πληρούν τις ποιοτικές προϋποθέσεις που προβλέπονται για την οικεία ΠΟΠ/ΠΓΕ. Απαγορεύεται η εκμετάλλευση της φήμης ΠΟΠ/ΠΓΕ ακόμα και σε μη συγκρίσιμα προϊόντα, απαγορεύεται κάθε χρήση της ΠΟΠ/ΠΓΕ που μπορεί να θεωρηθεί απομίμηση ή υπαινιγμός σε αυτή. Εντούτοις, επιτρέπεται η χρήση καθιερωμένων ονομάτων προϊόντων που περιλαμβάνονται σε ΠΟΠ/ΠΓΕ. Η αρχή που διέπει τη σχέση των εμπορικών σημάτων με τις ΠΟΠ/ΠΓΕ είναι αυτή της χρονικής προτεραιότητας. Τα ίδια με τις διατάξεις των αρ. 4 και 5 του ν. 4679/2020 ορίζονται και στα άρθρα 13 και 14 του Κανονισμού 1151/12, καθώς και στο αρ. 103 του Κανονισμού 1308/13. Άρα η Διοικητική Επιτροπή Σημάτων, η Διεύθυνση Σημάτων και τα πολιτικά δικαστήρια, όταν εφαρμόζουν τα παραπάνω άρθρα 4 και 5 του ν. 4679, στην ουσία εφαρμόζουν τις διατάξεις των Κανονισμών.

Οι ΠΟΠ /ΠΓΕ αναφέρονται και ως απόλυτοι αλλά και ως σχετικοί λόγοι απαραδέκτου. Σύμφωνα με το ν. 4679/2020, η Διεύθυνση Σημάτων απορρίπτει μια νέα δήλωση σήματος αν υφίσταται απόλυτος λόγος απαραδέκτου, ωστόσο δεν απορρίπτει τη δήλωση του καταθέτη ενός σημείου αν υφίσταται σχετικός λόγος απαραδέκτου. Όπως εξηγείται λοιπόν και στην Αιτιολογική Έκθεση του νέου νόμου, οι ΠΟΠ/ΠΓΕ αναφέρονται στο άρθρο 4 του νόμου για να μπορεί η Διεύθυνση Σημάτων να απορρίψει τη δήλωση που προσκρούει σε ήδη υπάρχουσα ΠΟΠ/ΠΓΕ και στο άρθρο 5 για να μπορεί ο διαχειριστής μιας ΠΟΠ/ΠΓΕ να ασκήσει αίτηση ακύρωσης ή ανακοπή. Παράλληλα, την ενεργητική νομιμοποίηση για την προβολή σχετικού λόγου απαραδέκτου του αρ. 5 και για την άσκηση των αξιώσεων για την προστασία της ΠΟΠ/ΠΓΕ την έχει μόνο ο οργανισμός που σύμφωνα με το νόμο διαχειρίζεται και όχι οποιοσδήποτε τρίτος που τη χρησιμοποιεί, ακόμη και νόμιμα. Ενώ με την ένταξη των ΠΟΠ/ΠΓΕ στο αρ. 4 διευρύνεται η ενεργητική νομιμοποίηση για την προστασία τους. Ειδικότερα, τους απόλυτους του αρ. 4 μπορεί να επικαλεστεί οποιοσδήποτε, χωρίς να απαιτείται η συνδρομή εννόμου συμφέροντος.²⁸ Οι γεωγραφικές ενδείξεις και οι προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης θα αναλυθούν περαιτέρω παρακάτω, πέραν του συσχετισμού τους με τους λόγους απαραδέκτου.

9. Κατάθεση αντίθετη στην καλή πίστη (αρ. 4 παρ. 1 περιπτ. ιδ)

Σύμφωνα με τη νομολογία, στοιχειοθετείται κακόπιστη κατάθεση όταν ο καταθέτης στοχεύει στην παρεμπόδιση της δραστηριότητας κάποιου τρίτου στην αγορά, ή όταν καταθέτει δήλωση χωρίς πρόθεση χρήσης του σήματος, ή ακόμη όταν

²⁸ Αιτιολογική Έκθεση ν. 4679/2020 σελ. 6-7 <<

<https://www.hellenicparliament.gr/UserFiles/2f026f42-950c-4efc-b950-340c4fb76a24/e-simata-eis-all.pdf> >>

έχει σκοπό με την καταχώριση του σήματος να μονοπωλήσει και να περιορίσει τη διάθεση ενός συγκρίσιμου προϊόντος.²⁹

10. Θρησκευτικές ενδείξεις και ενδείξεις με μεγάλη συμβολική σημασία (αρ. 4 παρ. 1 περιπτ. ιε)

Δεν καταχωρίζονται ως σήματα σημεία που έχουν μεγάλη συμβολική σημασία, ιδίως θρησκευτικά σύμβολα, παραστάσεις και λέξεις. Στη νομολογία κρίθηκε ότι δεν αποτελεί σημείο ιδιαίτερης συμβολικής σημασίας η καταχώριση ως σήματος μυθολογικών και λογοτεχνικών ονομάτων όπως η λέξη Κρέων. Ωστόσο απορρίπτονται οι ενδείξεις όπως *Μεσσίας*, *Απόστολος Παύλος*, *Βούδας*.³⁰

2.2.2 Σχετικοί Λόγοι Απαραδέκτου

Αιτήσεις απορρίπτονται στη βάση “σχετικών λόγων” όταν ένα σήμα έρχεται σε σύγκρουση με προγενέστερα δικαιώματα επί σημάτων. Η ύπαρξη δύο όμοιων (ή εξαιρετικά παρόμοιων) σημάτων για τον ίδιο τύπο προϊόντος μπορεί να προκαλέσει **σύγχυση** στους καταναλωτές. Ορισμένα γραφεία σημάτων ελέγχουν τη σύγκρουση με υφιστάμενα σήματα, συμπεριλαμβανομένων και μη καταχωρημένων γνωστών σημάτων, ως τακτικό μέρος της διαδικασίας καταχώρισης, ενώ πολλά άλλα προβαίνουν σε τέτοιον έλεγχο μόνον όταν το σήμα αμφισβητείται από ένα τρίτο πρόσωπο μετά τη δημοσίευσή του. Και στις δύο περιπτώσεις, αν το σήμα θεωρηθεί όμοιο ή παρόμοιο (υφίσταται δηλαδή κίνδυνος πρόκλησης σύγχυσης σε σχέση με ένα υφιστάμενο σήμα για τα ίδια ή παρόμοια προϊόντα), τότε θα απορριφθεί ή θα ακυρωθεί, ανάλογα με την περίπτωση. Συγκεκριμένα:

Σύμφωνα με το άρθρο 5 του ν. 4679/2020, κατόπιν άσκησης ανακοπής (αρ. 25) από τον δικαιούχο προγενέστερου σήματος, σημείο δεν γίνεται δεκτό για καταχώριση, ή αν έχει καταχωριστεί ακυρώνεται μετά την άσκηση αίτησης ακυρότητας (αρ. 52) ή την άσκηση ανταγωγής ακυρότητας στο πλαίσιο αγωγής προσβολής σήματος (αρ. 38 παρ. 12) αν συντρέχει κάποιος από τους παρακάτω σχετικούς λόγους अपαραδέκτου:

1. Σύγκρουση με προγενέστερο σήμα (αρ. 5 παρ. 1, 2)

Α) Ταύτιση του νεότερου σημείου που κατατέθηκε με προγενέστερο σήμα, το οποίο διακρίνει εμπορεύματα ή υπηρεσίες που ταυτίζονται με αυτά της νεότερης ένδειξης. **(αρ. 5 παρ. 1 περιπτ. α')**

²⁹ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §25 Απαραδέκτα, ΙΙ, σελ.128, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

³⁰ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §25 Απαραδέκτα, ΙΙ, σελ.127, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

- Β)** Δημιουργία κινδύνου σύγχυσης του κοινού λόγω του ταυτόσημου ή της ομοιότητας του νεότερου σημείου με το προγενέστερο σήμα και του ταυτόσημου ή της ομοιότητας των προϊόντων ή υπηρεσιών που τα δύο σήματα προσδιορίζουν. Στον κίνδυνο σύγχυσης, περιλαμβάνεται, σύμφωνα με την 1^η Οδηγία του Συμβουλίου για τα σήματα, και ο *κίνδυνος συσχέτισης* της κατατεθείσας ένδειξης με το προγενέστερο σήμα, ήτοι ο κίνδυνος σύνδεσης των δύο σημείων. **(αρ. 5 παρ. 1 περιπτ. β')**

Η διαφορά μεταξύ των δύο περιπτώσεων που αναφέραμε έγκειται στο ότι, στη δεύτερη περίπτωση τα δύο σημεία είτε ταυτίζονται, οπότε αρκεί τα διακρινόμενα από αυτά προϊόντα απλά να ομοιάζουν (όχι απαραίτητα να ταυτίζονται), είτε τα σημεία δεν ταυτίζονται αλλά ομοιάζουν, οπότε τα προϊόντα μπορεί είτε να ταυτίζονται είτε να ομοιάζουν. Ειδικότερα, το ότι στην πρώτη περίπτωση δεν αναφέρεται ο κίνδυνος σύγχυσης, δεν σημαίνει ότι η συνδρομή του δεν είναι αναγκαία, αφού η απαιτούμενη ταύτιση σημάτων και προϊόντων καθιστά την ύπαρξή του δεδομένη. Η μόνη διαφορά είναι ότι στην πρώτη περίπτωση δεν απαιτείται **απόδειξη** ύπαρξης του κινδύνου.^{31 32}

Ο κίνδυνος σύγχυσης αποκλείεται αν το νεότερο σημείο έχει διακριτική ικανότητα ή αν και οι δυο επιχειρήσεις είναι γνωστές στο καταναλωτικό κοινό, όπου τότε κάνουμε λόγο για συνύπαρξη των δύο σημάτων. Θα γίνει αναλυτικότερη αναφορά στον κίνδυνο σύγχυσης παρακάτω, στην ανάπτυξη για την προστασία.

- Γ)** Ταύτιση ή ομοιότητα του μεταγενέστερου σημείου με το προγενέστερο σήμα ανεξάρτητα από το αν τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες για τις οποίες κατατέθηκε ή καταχωρίστηκε ταυτίζονται ή ομοιάζουν ή δεν ομοιάζουν με εκείνα για τα οποία έχει καταχωριστεί το προγενέστερο σήμα, εφόσον το προγενέστερο σήμα είναι γνωστό στις συναλλαγές στην Ελλάδα ή στην Ε.Ε αν πρόκειται για σήμα Ευρωπαϊκής Ένωσης (σήμα φήμης). Ο λόγος του απαραδέκτου συνίσταται στο ότι αν η νεότερη ένδειξη καταχωριζόταν ως σήμα θα προσπόριζε σε εκείνον που τη χρησιμοποιεί αθέμιτο όφελος από το διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη του προγενέστερου σήματος ή θα έβλαπτε το διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη του, ανεξάρτητα από το αν το μεταγενέστερο σήμα προορίζεται να διακρίνει προϊόντα ή υπηρεσίες που ομοιάζουν με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του προγενέστερου σήματος. **(αρ. 5 παρ. 1 περιπτ. γ')**³³

2. Σύγκρουση με προγενέστερα διακριτικά γνωρίσματα και άλλα δικαιώματα (αρ. 5 παρ. 3)

³¹ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §25 Απαράδεκτα, ΙΙΙ, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

³² Βλ. Μαρίνος, Προστασία προγενέστερου σήματος από τη χρήση χρονικά μεταγενέστερου.

³³ Βλ. Κ. Παμπούκης, Προστασία του σήματος φήμης από την κατάθεση ομοίου σήματος.

- A)** Σύγκρουση νεότερης ένδειξης με δικαίωμα προγενέστερου διακριτικού γνωρίσματος που χρησιμοποιείται στις συναλλαγές (μη κατατεθέν σήμα), το οποίο παρέχει στον δικαιούχο το δικαίωμα να απαγορεύει τη χρήση μεταγενέστερου σήματος, με την προϋπόθεση ότι το δικαίωμα αυτό έχει αποκτηθεί πριν από την ημερομηνία κατάθεσης του εν λόγω σημείου, αφού ληφθούν υπόψη τα προβαλλόμενα δικαιώματα προτεραιότητας. Η διάταξη επιβεβαιώνει την *ισότιμη ισχύ των διακριτικών γνωρισμάτων του τυπικού και του ουσιαστικού συστήματος*.³⁴
- B)** Προσκρούει σε προγενέστερο δικαίωμα της προσωπικότητας τρίτου ή σε προγενέστερο δικαίωμα πνευματικής ή βιομηχανικής ιδιοκτησίας πέραν αυτών που ρυθμίζονται από τον παρόντα νόμο.
- Γ)** Ενδέχεται να δημιουργήσει σύγχυση με σήμα που έχει καταχωριστεί και χρησιμοποιείται στην αλλοδαπή κατά τη στιγμή της κατάθεσης της δήλωσης, αν αυτή έγινε κακόπιστα από τον αιτούντα.
- Δ)** Πληρεξούσιος ή αντιπρόσωπος κατέθεσε στο όνομά του σημείο στο οποίο υπήρχε δικαίωμα του αντιπροσωπευόμενου, χωρίς την άδεια του τελευταίου, εκτός αν ο εν λόγω πληρεξούσιος ή αντιπρόσωπος μπορεί να δικαιολογήσει την πράξη του.
- E)** Προσκρούει σε προγενέστερη ονομασία προέλευσης ή γεωγραφική ένδειξη, που προστατεύεται από το ενωσιακό ή ελληνικό δίκαιο, ή σε προγενέστερη αίτηση για καταχώριση ονομασίας προέλευσης ή γεωγραφικής ένδειξης, με την επιφύλαξη της καταχώρισής της και εφόσον η εν λόγω ονομασία προέλευσης ή γεωγραφική ένδειξη παρέχει στο πρόσωπο που νομιμοποιείται να ασκεί τα δικαιώματα που απορρέουν από αυτήν το δικαίωμα να απαγορεύει τη χρήση μεταγενέστερου σήματος.³⁵

2.2.3. Κατάργηση της αυτεπάγγελτης απόρριψης για τα σχετικά απαράδεκτα

Μέχρι πριν το νέο νόμο ν.4679/2020, όταν κατατίθετο μια νέα δήλωση σήματος, η Διεύθυνση Σημάτων την απέρριπτε αυτεπάγγελα αν υπήρχε ίδιο ή παρόμοιο προγενέστερο σήμα που προκαλούσε κίνδυνο σύγχυσης των καταναλωτών, ή κίνδυνο προσβολής της φήμης του προγενέστερου σήματος. Ωστόσο, με το νέο νόμο η αυτεπάγγελτη απόρριψη καταργείται. Πλέον, η Διεύθυνση Σημάτων διενεργεί έρευνα για όμοια ή παρόμοια προγενέστερα σήματα, αλλά δεν απορρίπτει αυτεπάγγελα μια δήλωση σήματος όταν συντρέχει κίνδυνος σύγχυσης με προγενέστερο σήμα (αρ. 24 §1

³⁴ Βλ. Τζουγανάτος, Σύγκρουση κοινοτικού σήματος και εθνικών διακριτικών γνωρισμάτων του τυπικού και ουσιαστικού συστήματος.

³⁵ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §25 Απαράδεκτα, ΙΙΙ, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

σε συνδυασμό με αρ. 5 §1 και 5). Αντίθετα, ενημερώνει τον δικαιούχο, προκειμένου ο τελευταίος να ασκήσει ανακοπή εφόσον το επιθυμεί. Αν δεν ασκηθεί ανακοπή, τότε η νεότερη δήλωση σήματος μπορεί να γίνει δεκτή και να καταχωρηθεί. Έτσι, η Διεύθυνση Σημάτων μπορεί να απορρίψει μία δήλωση σήματος μόνο για λόγους που συνδέονται με τα απόλυτα απαράδεκτα του άρθρου 4. Αντίθετα, τα σχετικά απαράδεκτα του άρθρου 5 δεν είναι λόγος αυτεπάγγελτης απόρριψης της αίτησης αλλά μόνο λόγος ανακοπής ή ακυρότητας. Η νέα αυτή πρακτική ισχύει στις περισσότερες χώρες της Ευρωπαϊκής ένωσης και του κόσμου και είναι και η πρακτική του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUIPO).

2.2.4. Λόγοι της κατάργησης

Στην Αιτιολογική Έκθεση του νέου νόμου (αρ. 24) αναφέρονται οι λόγοι που δικαιολογούν τη νέα πρακτική και είναι οι εξής:

α) Η κατοχύρωση του σήματος ήταν εξαιρετικά δύσκολη υπόθεση με την αυτεπάγγελτη απόρριψη για λόγους που συνδέονται με τα σχετικά απαράδεκτα. Αυτό οφείλεται στη σύνδεση του εθνικού σήματος, με το Ευρωπαϊκό και το Διεθνές Σήμα. Τα προγενέστερα σήματα μπορεί να είναι όχι μόνο τα εθνικά αλλά και τα σήματα της ΕΕ, αλλά και τα διεθνή που έχουν κατατεθεί στο μητρώο του WIPO. Λόγω λοιπόν του τεράστιου αριθμού προγενέστερων σημάτων, ήταν πολύ δύσκολο κάποιος να αποκτήσει ένα νέο εθνικό εμπορικό σήμα καθώς έπρεπε να διαφοροποιηθεί από αυτόν τον μεγάλο αριθμό.

β) Η διοικητική προστασία του σήματος ήταν περισσότερη από όση ήταν πραγματικά αναγκαία. Κατέληγε να απορριφθεί μια νέα ένδειξη χωρίς ο ίδιος ο δικαιούχος του προγενέστερου σήματος να θέλει να ασκήσει ανακοπή. (αυτεπάγγελτα). Ακόμη όμως κι αν ο δικαιούχος ασκούσε ανακοπή, αυτή μπορούσε να απορριφθεί αν ο καταθέτης πρόβαλλε την ένσταση απόδειξης χρήσης. Τα προγενέστερα σήματα δεν μπορούσαν να εμποδίσουν την καταχώριση νεότερων αν δεν χρησιμοποιούνταν. Δεν ήταν όμως δυνατό να προβάλλει ο καταθέτης την ένσταση χρήσης στον Εξεταστή της Διεύθυνσης Σημάτων που του αντιτάσσει ένα προγενέστερο σήμα που δεν χρησιμοποιείται, και αντίστοιχα η Διεύθυνση σημάτων δεν μπορεί να αντικρούσει την ένσταση απόδειξης χρήσης. Κατά συνέπεια, *η συνύπαρξη της ένστασης χρήσης με την αυτεπάγγελτη απόρριψη νέων δηλώσεων για σχετικούς λόγους αποτελούσε εσωτερική αντινομία.*

γ) Η δυσχέρεια που, όπως προαναφέραμε, προκαλούνταν για την απόκτηση νέου σήματος λόγω του αυτεπάγγελτου προελέγχου και της σύνδεσης του εθνικού σήματος με το ευρωπαϊκό και το διεθνές, ήταν σε βάρος των νέων επιχειρήσεων που ήθελαν να εισέλθουν στην αγορά και περιόριζε σημαντικά το δυνητικό ανταγωνισμό. Επιπλέον, η αυτεπάγγελτη απόρριψη υποχρέωνε τις επιχειρήσεις σε πολυέξοδες και μακρόχρονες προέρευνες για όμοια/παρόμοια προγενέστερα σήματα, και η απόρριψη της δήλωσης είχε ως συνέπεια ο αιτών να χάνει τα έξοδα που είχε κάνει. Συχνό φαινόμενο ήταν και

το να οδηγούνται οι επιχειρήσεις σε περιττές δίκες, καθώς η μόνη λύση για να γίνει δεκτή η νεότερη δήλωση που είχε απορριφθεί ήταν να διαγραφεί το προγενέστερο σήμα που αποτελούσε εμπόδιο στην καταχώρισή της. *Ακόμα και αυτή η επιστολή συναίνεσης στην πράξη ήταν μια δαπανηρή και χρονοβόρα διαδικασία.*

Με το νέο νόμο ο αυτεπάγγελτος προέλεγχος δεν καταργείται εντελώς, απλώς δεν οδηγεί σε απόρριψη νέας αίτησης, αλλά μόνο σε ειδοποίηση του προγενέστερου δικαιούχου ώστε αν το επιθυμεί, να ασκήσει ανακοπή. Αποτέλεσμα είναι η ενίσχυση του ανταγωνισμού **και** η ταυτόχρονη προστασία των προγενέστερων δικαιωμάτων.³⁶

2.2.5 Η επιστολή συναίνεσης

Στο νέο νόμο διατηρείται η δυνατότητα υποβολής επιστολής συναίνεσης στη Διεύθυνση Σημάτων από τρίτο ο οποίος έχει όμοιο ή παρόμοιο προγενέστερο σήμα προκειμένου να διευκολυνθεί η καταχώριση μεταγενέστερου σήματος (αρ. 5 παρ. 4). Ωστόσο, η σημασία του θεσμού της επιστολής έχει εξασθενήσει μετά την κατάργηση της αυτεπάγγελτης απόρριψης δήλωσης για λόγους σχετικών απαραδέκτων. Η χρησιμότητα της επιστολής συναίνεσης πλέον είναι ότι λειτουργεί εναλλακτικά αντί για την παραίτηση από το δικόγραφο της ανακοπής. Αν ασκηθεί ανακοπή κατά της δήλωσης του σήματος, αλλά εκ των υστέρων επέλθει κάποιος συμβιβασμός μεταξύ του καταθέτη και του ανακόπτοντος, είναι δυνατό αντί για παραίτηση από το δικόγραφο της ανακοπής, να υποβληθεί επιστολή συναίνεσης του ανακόπτοντος. Ειδικότερα, είναι χρήσιμη η επιστολή συναίνεσης, αν η ανακοπή γίνει δεκτή από τη Διεύθυνση Σημάτων και ασκηθεί προσφυγή από τον καταθέτη του σήματος. Σε μια τέτοια περίπτωση, μετά την απόφαση της ΔΕΣ δεν μπορεί πλέον να γίνει παραίτηση από την ανακοπή, οπότε η επιστολή συναίνεσης είναι μια πρακτική διέξοδος για την καταχώριση του σήματος.³⁸

2.3. Γεωγραφικές ενδείξεις και ονομασίες προέλευσης

Η **γεωγραφική ένδειξη** είναι ένα στοιχείο το οποίο χρησιμοποιείται σε προϊόντα τα οποία έχουν μία συγκεκριμένη γεωγραφική προέλευση και διαπνέονται από ποιότητες, φήμη ή χαρακτηριστικά τα οποία ουσιαστικά συνδέονται με τον τόπο προέλευσης. Συνήθως, η γεωγραφική ένδειξη περιλαμβάνει το όνομα του τόπου της

³⁶ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 11. Κατάργηση αυτεπάγγελτης απόρριψης για σχετικά अपαράδεκτα, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

³⁷ Αιτιολογική έκθεση ν. 4679/2020 αρ.24 σελ. 12-13

<https://www.hellenicparliament.gr/UserFiles/2f026f42-950c-4efc-b950-340c4fb76a24/e-simata-eis-all.pdf>

³⁸ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 12. Επιστολή συναίνεσης, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

προέλευσης των προϊόντων. Συνήθως, τα αγροτικά προϊόντα επιδεικνύουν ποιότητες που προέρχονται από τον τόπο παραγωγής και επηρεάζονται από (ή αλληλοεπιδρούν με) συγκεκριμένους τοπικούς παράγοντες, όπως το κλίμα και το έδαφος. Το αν ένα στοιχείο αναγνωρίζεται ως γεωγραφική ένδειξη, αποτελεί ζήτημα του εθνικού δικαίου. Οι γεωγραφικές ενδείξεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν για ένα ευρύ φάσμα προϊόντων, φυσικών, αγροτικών ή καταγόμενων προϊόντων (δηλαδή, αυτών που αποτελούν αποτέλεσμα κατασκευής).

Η **ονομασία προέλευσης** αποτελεί ειδικό τύπο γεωγραφικής ένδειξης. Σε γενικές γραμμές, αποτελείται από μία γεωγραφική ονομασία ή έναν παραδοσιακό προορισμό, ο οποίος χρησιμοποιείται σε προϊόντα που έχουν μία ειδική ποιότητα ή χαρακτηριστικά τα οποία συνδέονται με το γεωγραφικό περιβάλλον στο οποίο παράχθηκαν. Η έννοια της γεωγραφικής ένδειξης περιλαμβάνει τις ονομασίες προέλευσης (**Prosciutto di Parma** ή **ζαμπόν Parma**, **τυρί φέτα**).

Οι δύο τύποι των γεωγραφικών περιγραφών είναι διαφορετικοί. Η **ΠΟΠ (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης)** αποτελεί τον όρο που χρησιμοποιείται για να περιγράψει τα είδη διατροφής που αποτελούν προϊόντα παραγωγής, επεξεργασίας και προετοιμασίας σε μία δεδομένη γεωγραφική περιοχή με μία αναγνωρισμένη τεχνογνωσία (όπως η μοτσαρέλα από θηλυκό βουβάλι της Καμπανίας (*Mozzarella di Bufala Campana*)).

Μία **ΠΓΕ (Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη)** υποδεικνύει έναν σύνδεσμο με μία περιοχή σε τουλάχιστον ένα από τα στάδια παραγωγής (όπως το *Turrón de Alicante*). **Επομένως, ο σύνδεσμος με την περιοχή είναι πιο στενός για τις ΠΟΠ.** Επομένως:

- **Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης - ΠΟΠ:** αφορά τα αγροτικά προϊόντα και τα είδη διατροφής τα οποία παράγονται, τελούν υπό εξεργασία και προετοιμάζονται σε μία ορισμένη γεωγραφική περιοχή με τη χρήση αναγνωρισμένης τεχνογνωσίας.
- **Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη - ΠΓΕ:** αφορά αγροτικά προϊόντα και είδη διατροφής τα οποία είναι στενά συνδεδεμένα με μία γεωγραφική περιοχή. Τουλάχιστον ένα στάδιο παραγωγής τους, επεξεργασίας ή προετοιμασίας λαμβάνει χώρα σε αυτήν την περιοχή.
- **Εγγυημένο παραδοσιακό ιδιότυπο προϊόν - ΕΠΙΠ:** αναδεικνύει τον παραδοσιακό χαρακτήρα, είτε στη σύνθεση, είτε στα μέσα παραγωγής (π.χ. ελληνικός γύρος).³⁹

³⁹ << [>> https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-and-quality-schemes-explained_el](https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-and-quality-schemes-explained_el) >>

Η βασική έννοια που διέπει τις γεωγραφικές ενδείξεις είναι απλή και οικεία σε κάθε καταναλωτή που επιλέγει Ροκφόρ αντί για “μπλε” τυρί ή Darjeeling αντί για “μαύρο” τσάι, “Κονιάκ”, “Ουίσκι”, “Πόρτο”, “Havana” και “Tequila”, τα οποία αποτελούν μερικά πολύ γνωστά παραδείγματα ονομασιών που έχουν συνδεθεί, σε ολόκληρο τον κόσμο, με προϊόντα ορισμένης φύσης και ποιότητας, γνωστά για τη γεωγραφική τους προέλευση, καθώς και για το ότι εμφανίζουν χαρακτηριστικά που είναι συνδεδεμένα με αυτή την προέλευση. (Made in Greece..., Made in Chios...κτλ.).

- **Οι γεωγραφικές ενδείξεις στην ΕΕ** προστατεύουν: α) γεωργικά προϊόντα και τρόφιμα, β) αλκοολούχα ποτά, γ) κρασιά, δ) αρωματισμένα κρασιά (Πατάτα Νάξου, φακή ενγκλουβής, τσακωνική μελιτζάνα λεωνιδίου, μακεδονικός οίνος, ροδάκινα Νάουσας, ξερά σύκα Κύμης, κορινθιακή σταφίδα βοστίτσα).⁴⁰ Ο τρόπος προστασίας των παραπάνω είναι διττός. Υπάρχει η ειδική ενωσιακή προστασία, και η έμμεση μέσω της προστασίας για τα σήματα, τον αθέμιτο ανταγωνισμό και της ενωσιακής νομοθεσίας για τα τελωνεία και τον έλεγχο σχετικών αγαθών. Η σχετική ενωσιακή νομοθεσία αναφέρθηκε και παραπάνω εκτενέστερα και περιλαμβάνει: *α) τον Κανονισμό αριθ. 1151/2012 για ορισμένα τρόφιμα και ορισμένα μη edwδima γεωργικά προϊόντα, β) τον Κανονισμό 110/2008 για αλκοολούχα ποτά, γ) τον Κανονισμό 254/2014 για αρωματισμένα αμπελοοινικά προϊόντα και δ) τον Κανονισμό αριθ. 1308/2013 για οίνους και αφρώδεις οίνους.*

Κατ’ ουσίαν, μη εξουσιοδοτημένα πρόσωπα δεν μπορούν να χρησιμοποιήσουν μία γεωγραφική ένδειξη για προϊόντα που δεν προέρχονται από την τοποθεσία που υποδεικνύεται από την ένδειξη. Οι κυρώσεις που επιβάλλονται κυμαίνονται από τη διαταγή ασφαλιστικών μέτρων από τα δικαστήρια -με τα οποία αποτρέπεται η μη εξουσιοδοτημένη χρήση- μέχρι την καταβολή αποζημίωσης και πρόστιμα και, σε ορισμένες περιπτώσεις, φυλάκιση.

Στην **Ελλάδα**, αρμόδια είναι : α) το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης μαζί με την ΕΕ, β) το «ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ», το οποίο αποτελεί θεσμοθετημένο όργανο και είναι αρμόδιο για την εφαρμογή της εθνικής γεωργικής πολιτικής υψηλής ποιότητας και τη διασφάλιση ποιότητας αγροτικών προϊόντων. Όπως προαναφέραμε, δεν υπάρχει εθνικό αρχείο ΓΕ. Μόνον το ευρωπαϊκό.

Σε **διεθνές επίπεδο** οι συνθήκες που έχει η συντάξει η WIPO προβλέπουν την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και είναι οι εξής:

- ✓ η Συμφωνία των Παρισίων για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας του 1883, και
- ✓ η Συμφωνία της Λισαβόνας για την Προστασία των Ονομασιών Προέλευσης και της Διεθνής τους Καταχώρισης.

⁴⁰ << <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/> >>

- ✓ Επιπλέον, τα άρθρα 22 και 24 της Συμφωνίας για τα Δικαιώματα Πνευματικής Ιδιοκτησίας στον Τομέα του Εμπορίου (TRIPS) πραγματεύονται τη διεθνή προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων στο πλαίσιο του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (WTO).

2.3.1. Ελληνικό τυρί Φέτα

Η Ελλάδα δρομολόγησε τη διαδικασία για την προστασία της προέλευσης της φέτας στα μέσα της δεκαετίας του 1980, με την ψήφιση νόμων για την προστασία του ονόματος, καθώς και με τον έλεγχο της παραγωγής. Αυτά υπαγορεύουν το γάλα που θα χρησιμοποιηθεί και την γεωγραφική περιοχή από την οποία θα αντληθεί – πρόβειο και κατσικίσιο γάλα από αγέλες που βοσκούν ελεύθερα σε βραχώδεις πλαγιές του βουνού και ακτογραμμές των Ελληνικών νησιών. Ωστόσο, θα αποδεικνυόταν ένα δύσκολο έργο για την Ελλάδα να κερδίσει την αναγνώριση της ονομασίας προέλευσης για τη φέτα της, καθώς τυρί ονομαζόμενο ως “φέτα” παραγόταν σε παγκόσμιο επίπεδο και σε κλίμακα πολύ μεγαλύτερη απ’ αυτή της Ελλάδος που υπολογιζόταν σε 100.000 μετρικούς τόνους ετήσιας παραγωγής. Όταν τελικά η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναγνώρισε το δικαίωμα της Ελλάδας στην ονομασία προέλευσης της φέτας το 1996, δόθηκε στους παραγωγούς της υπόλοιπης Ευρώπης μία περίοδος χάριτος πέντε ετών προκειμένου να αλλάξουν την ονομασία παρόμοιων τυριών που χαρακτηριζόταν ως “φέτα.” Ωστόσο, ο Κανονισμός της Επιτροπής για τη φέτα αμφισβητήθηκε δύο φορές στο Ευρωπαϊκό δικαστήριο, το οποίο κατέληξε στη δικαίωση της Ελλάδας το 2005. Από τότε, για τις απομιμήσεις της φέτας που παράγονται σε άλλες χώρες της Ευρώπης χρησιμοποιούνται όροι όπως τυρί για σαλάτα ή τυρί Ελληνικού τύπου. Εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι χώρες που δεν δεσμεύονται από τη Συμφωνία της Λισσαβόνας, μπορούν ακόμα να χρησιμοποιούν τον όρο “φέτα”.

Ονομασίες μη δυνητικές καταχώρισης

- 1) **Ονομασίες που είναι γενικές, π.χ.** αυτές που, παρά τη σύνδεσή τους με τον τόπο ή την περιοχή στην οποία το προϊόν είχε αρχικά παραχθεί ή πωληθεί, δηλώνουν την κοινή ονομασία ενός ονόματος στην Ευρωπαϊκή Ένωση (όπως η μουστάρδα Dijon), δεν μπορούν να καταχωρηθούν.
- 2) **Ονομασίες που έρχονται σε σύγκρουση με το όνομα μίας ποικιλίας φυτών ή ενός ζώου αναπαραγωγής** και ως αποτέλεσμα, είναι πιθανόν να παραπλανήσουν τον καταναλωτή ως προς την αληθινή προέλευση του προϊόντος, δεν μπορούν να καταχωρηθούν.
- 3) **Μία ονομασία εν όλω ή εν μέρει ομώνυμη με μία ονομασία που έχει ήδη καταχωρηθεί** στο πλαίσιο του Κανονισμού καταχωρείται αποκλειστικά υπό την προϋπόθεση ότι λαμβάνει δεόντως υπόψη την τοπική και παραδοσιακή χρήση, καθώς και τον πραγματικό κίνδυνο πρόκλησης σύγχυσης.

- 4) Μία ΠΟΠ ή ΠΓΕ δεν μπορεί να καταχωρηθεί όταν η **φήμη και η διάρκεια** του χρόνου κατά τον οποίον χρησιμοποιήθηκαν μπορούν να **παραπλανήσουν τον καταναλωτή** ως προς την πραγματική ταυτότητα του προϊόντος.

2.3.2. Η διαφορά μεταξύ της γεωγραφικής ένδειξης και ενός σήματος

Το σήμα είναι ένα σύμβολο που χρησιμοποιείται από μία επιχείρηση για να διακρίνει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της από αυτές των άλλων επιχειρήσεων. Παρέχει στον ιδιοκτήτη ου το δικαίωμα να εξαιρέσει τρίτα πρόσωπα από τη χρήση του σήματος. Ένα σήμα αποτελείται συχνά από ένα ευφάνταστο ή τυχαίο όνομα ή μοτίβο. Η γεωγραφική ένδειξη ενημερώνει τους καταναλωτές ότι ένα προϊόν παράχθηκε σε συγκεκριμένο μέρος και ότι έχει ορισμένα χαρακτηριστικά τα οποία οφείλονται στον τόπο παραγωγής. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί από όλους τους παραγωγούς που παράγουν τα προϊόντα τους στον τόπο που υποδεικνύεται από τη γεωγραφική ένδειξη και του οποίου τα προϊόντα μοιράζονται τις προδιαγεγραμμένες ποιότητες. Αντίθετα με το σήμα, η ονομασία που χρησιμοποιείται ως γεωγραφική ένδειξη προκαθορίζεται από την τοποθεσία της παραγωγής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

3.1. Κατάθεση και καταχώριση σήματος

3.1.1. Κατάθεση

Η διαδικασία της απόκτησης του δικαιώματος στο σήμα ξεκινά με την κατάθεση και ολοκληρώνεται με την καταχώριση του σήματος στο ειδικό βιβλίο σημάτων ύστερα από προηγούμενο έλεγχο νομιμότητας. Η δήλωση κατάθεσης σήματος κατατίθεται στη Διεύθυνση Σημάτων του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων. Ο Υπουργός Ανάπτυξης και Επενδύσεων καθορίζει τη μορφή και το περιεχόμενο της δήλωσης κατάθεσης σήματος (αρ. 20 παρ. 1 ν. 4679/2020). Η δήλωση κατάθεσης σήματος λαμβάνει αριθμό, ημερομηνία και ώρα κατάθεσης, εγγράφεται στο μητρώο σημάτων και τα στοιχεία της αναρτώνται σε κοινές ή συνδεδεμένες βάσεις δεδομένων και διαδικτυακών πυλών περί σημάτων που προβλέπει η ελληνική ή η ενωσιακή νομοθεσία (αρ. 20 παρ. 2 ν. 4679/2020). Η δήλωση κατάθεσης σήματος ελέγχεται ως προς την πληρότητα του περιεχομένου της, την αναπαράσταση του σήματος, την περιγραφή των προϊόντων και των υπηρεσιών, τα τέλη και τα τυχόν άλλα στοιχεία ή έγγραφα που τη συνοδεύουν από Ελεγκτή. Στη συνέχεια γίνεται έρευνα για

προγενέστερα σήματα κατά την έννοια των παραγράφων 1 και 2 του άρθρου 5 από Ερευνητή. Η συνδρομή απόλυτων λόγων απαραδέκτου κατά την έννοια του άρθρου 4 εξετάζεται από Εξεταστή. Αν δεν συντρέχουν απόλυτοι λόγοι απαραδέκτου, η δήλωση κατάθεσης γίνεται δεκτή από τον Εξεταστή. Η απόφασή του που κάνει δεκτή τη δήλωση κατάθεσης σήματος δημοσιεύεται με ανάρτησή της στη διαδικτυακή σελίδα του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων, έτσι ώστε να ενημερωθούν οι τρίτοι που θα ήθελαν να ασκήσουν ανακοπές σύμφωνα με το άρθρο 25. Αν δεν ασκηθούν ανακοπές ή αυτές απορριφθούν με απόφαση της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων, τότε το σήμα καταχωρείται στο μητρώο σημάτων με πράξη του Καταχωρητή (αρ. 20 παρ. 3 ν. 4679/2020).

3.1.2. Περιεχόμενο αίτησης κατάθεσης

Η δήλωση κατάθεσης υποβάλλεται σε ένα αντίγραφο και συνοδεύεται από έγγραφο που αποδεικνύει την καταβολή του τέλους κατάθεσης και πρέπει να περιέχει: **α)** αίτημα για καταχώριση σήματος, **β)** αποτύπωση του σήματος, **γ)** ονοματεπώνυμο, κατοικία, τηλέφωνο επικοινωνίας και διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του καταθέτη, **δ)** κατάλογο των προϊόντων ή υπηρεσιών τα οποία το σήμα πρόκειται να διακρίνει, ταξινομημένα κατά κλάση με αναγραφή της οικείας κλάσεως κατά ομάδα προϊόντων ή υπηρεσιών σύμφωνα με το αρ. 23 (αρ. 21 παρ. 1 ν. 4679/2020). Η δήλωση κατάθεσης και η αποτύπωση του σήματος κατατίθενται υποχρεωτικά και σε ηλεκτρονική μορφή με την προσκομιδή στην αρμόδια υπηρεσία ψηφιακού δίσκου ή άλλου πρόσφορου ηλεκτρονικού αποθηκευτικού μέσου (αρ. 22 παρ. 3 ν. 4679/2020). Η δήλωση κατάθεσης συνοδευόμενη από την αποτύπωση του σήματος μπορεί να υποβάλλεται και εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα, εφόσον φέρει ημερομηνία και υπογραφή (αρ. 22 παρ. 4 ν. 4679/2020). Η δήλωση κατάθεσης και η αποτύπωση του σήματος που έχουν κατατεθεί ηλεκτρονικά, θεωρείται ότι κατατέθηκαν εφόσον επιστραφεί στον αποστολέα από την Υπηρεσία Σημάτων, ηλεκτρονική απόδειξη που φέρει προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή και περιέχει την ημερομηνία κατάθεσης. Η ημερομηνία κατάθεσης της δήλωσης είναι η ημερομηνία υποβολής της στη Διεύθυνση Σημάτων.

Με κοινή απόφαση των Υπουργών Ανάπτυξης και Επενδύσεων, Ψηφιακής Διακυβέρνησης και Εσωτερικών καθορίζονται οι όροι, οι προϋποθέσεις, η διαδικασία, οι τεχνικές προδιαγραφές, η τεχνική διαχείριση και κάθε άλλο θέμα σχετικό με την ηλεκτρονική υποβολή της δήλωσης κατάθεσης (αρ. 22 παρ. 5 ν. 4679/2020).

3.1.3. Τυπικά στοιχεία της δήλωσης κατάθεσης

Εκτός από τα στοιχεία της παραγράφου 1 του άρθρου 21, η δήλωση κατάθεσης πρέπει να περιέχει και τα εξής τυπικά στοιχεία: **α)** την υπογραφή του καταθέτη ή του πληρεξούσιου δικηγόρου του, **β)** αν διεκδικείται διεθνής προτεραιότητα, την ημερομηνία της προγενέστερης κατάθεσης, καθώς και τη χώρα όπου αυτή ισχύει, **γ)** αν ο καταθέτης εκπροσωπείται από πληρεξούσιο δικηγόρο, το ονοματεπώνυμο, τη διεύθυνση, το τηλέφωνο και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του. Αν οι καταθέτες για την ίδια δήλωση είναι περισσότεροι, διορίζεται κοινός πληρεξούσιος δικηγόρος, **δ)** διορισμό αντικλήτου, διεύθυνση, τηλέφωνο επικοινωνίας και ηλεκτρονική διεύθυνση του. Αν οι καταθέτες για την ίδια δήλωση είναι περισσότεροι, διορίζεται κοινός αντίκλητος. Ο καταθέτης είναι υποχρεωμένος να γνωστοποιεί στη Διεύθυνση Σημάτων κάθε αλλαγή των ανωτέρω στοιχείων. Η εκάστοτε ταχυδρομική ή ηλεκτρονική διεύθυνση του αντικλήτου που δηλώθηκε τελευταία θεωρείται νόμιμη

διεύθυνση αυτού, στην οποία νομίμως κοινοποιούνται έγγραφα ή αποστέλλονται ηλεκτρονικά μηνύματα που αφορούν τη σχετική δήλωση σήματος, ε) μνεία για το είδος του σήματος, σύμφωνα με την παράγραφο 4 του αρ. 2 ή την παράγραφο του αρ. 1 του άρθρου 56 ή την παράγραφο 1 του άρθρου 64, στ) αν το σήμα είναι γραμμένο με χαρακτήρες άλλους από αυτούς του ελληνικού και λατινικού αλφαβήτου, την απόδοση των χαρακτήρων αυτών στο ελληνικό ή λατινικό αλφάβητο (αρ. 22 παρ. 1 ν. 4679/2020).⁴¹

3.1.4. Διαίρεση δήλωσης σήματος

Το αρ. 15 του νέου νόμου δίνει τη δυνατότητα διαίρεσης της δήλωσης του σήματος. Ο θεσμός της διαίρεσης θεσπίστηκε με το Ν. 4072/2012. Είναι πολύ συχνό φαινόμενο η δήλωση του σήματος να γίνεται δεκτή για ορισμένα προϊόντα και να απορρίπτεται για άλλα. Στην περίπτωση αυτή, για να μπορέσει να καταχωρηθεί το σήμα στην έκταση που έγινε δεκτό, και παράλληλα να ασκηθεί προσφυγή στην έκταση που απορρίφθηκε, ο καταθέτης πρέπει να προβεί σε διαίρεση της δήλωσης. Με τον τρόπο αυτό μπορεί το σήμα να καταχωρηθεί για τα προϊόντα που έγινε δεκτό και να ασκηθεί προσφυγή για όσα προϊόντα απορρίφθηκε. Αν δεν γίνει διαίρεση, το σήμα δεν πρέπει να καταχωρηθεί μέχρι να περατωθούν τελεσίδικα όλες οι σχετικές δίκες.^{42 43}

3.1.5. Έλεγχος νομιμότητας

Διαδικασία εξέτασης και παραδοχής της δήλωσης

Η δήλωση για την κατάθεση σήματος γίνεται δεκτή ύστερα από έλεγχο της νομιμότητάς της από τη Διεύθυνση Σημάτων. Αρμόδιο για την εξέταση των λόγων απαραδέκτου και τη λήψη απόφασης σχετικά με την παραδοχή ή την απόρριψη της δήλωσης ορίζεται μονομελές όργανο ελέγχου, ο Εξεταστής. Αν η δήλωση κατάθεσης δεν πληροί τις τυπικές προϋποθέσεις που θέτει ο νόμος, τότε ο Ελεγκτής της Διεύθυνσης Σημάτων προσκαλεί τον καταθέτη ή τον αντίκλητό του να διορθώσει ή να συμπληρώσει τις διαπιστωθείσες παρατυπίες ή ελλείψεις μέσα σε προθεσμία τριάντα (30) ημερών από την επομένη της κοινοποίησης της κλήσης (αρ. 21 παρ. 3). Αν ο καταθέτης συμμορφωθεί προς την πρόσκληση του Ελεγκτή μέσα στην ταχθείσα προθεσμία, αυτή χορηγεί ως ημερομηνία κατάθεσης της δήλωσης την ημερομηνία κατά την οποία διορθώθηκαν ή συμπληρώθηκαν όλες οι διαπιστωθείσες παρατυπίες ή ελλείψεις (βλ. όμως και αρ. 22 παρ. 2, θα αναλυθεί παρακάτω). Εφόσον οι ελλείψεις δεν συμπληρωθούν, η εξέταση της δήλωσης δεν ολοκληρώνεται και με πράξη του Ελεγκτή της Διεύθυνσης Σημάτων τίθεται στο αρχείο. Η πράξη αυτή κοινοποιείται στον καταθέτη ή τον αντίκλητό του και προσβάλλεται ενώπιον της Διοικητικής

⁴¹ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §26, Ι. Κατάθεση δήλωσης σήματος, σελ. 135-138, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2016

⁴² Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 10. Σε τι χρησιμεύει η διαίρεση δήλωσης σήματος, σελ.37, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2020

⁴³ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §26 Κατάθεση και Καταχώριση, σελ. 137, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, 2016

Επιτροπής Σημάτων μέσα σε προθεσμία εξήντα (60) ημερών από την επομένη της κοινοποίησής της.

Αν η δήλωση κατάθεσης δεν πληροί τις λοιπές προϋποθέσεις της παραγράφου 1 του άρθρου 22, ο Ελεγκτής της Διεύθυνσης Σημάτων προσκαλεί τον καταθέτη ή τον αντίκλητο να διορθώσει ή να συμπληρώσει τις διαπιστωθείσες παρατυπίες ή ελλείψεις μέσα σε προθεσμία τριάντα (30) ημερών από την επομένη της κοινοποίησης σχετικής πρόσκλησης. Αν ο καταθέτης συμμορφωθεί προς την πρόσκληση της Διεύθυνσης μέσα στην ταχθείσα προθεσμία, ισχύει η αρχική ημερομηνία κατάθεσης. Διαφορετικά, ο Ελεγκτής της Διεύθυνσης Σημάτων την απορρίπτει και κοινοποιεί τη σχετική απόφαση στον καταθέτη ή τον αντίκλητο. Για τις κοινοποιήσεις εφαρμόζεται αναλόγως η παράγραφος 3 του άρθρου 21. Η απορριπτική απόφαση προβάλλεται ενώπιον της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων μέσα σε προθεσμία εξήντα (60) ημερών από την επομένη της κοινοποίησής της.⁴⁴

3.1.6. Καταχώριση

Σύμφωνα με την παρ. 3 του άρθρου 33, «η δήλωση κατάθεσης σήματος καταχωρίζεται στο μητρώο όταν συντρέξουν οι εξής **προϋποθέσεις:** **α)** όταν η δήλωση δημοσιευθεί με ανάρτηση στον διαδικτυακό ιστότοπο του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων και παρέλθει άπρακτη η προθεσμία άσκησης ανακοπής του αρ. 25, **β)** όταν, μετά από άσκηση ανακοπής του άρθρου 25, η δήλωση γίνει δεκτή με απόφαση της ΔΕΣ και παρέλθει άπρακτη η προθεσμία προσφυγής κατά της απόφασης αυτής στα διοικητικά δικαστήρια, **γ)** όταν μετά από άσκηση προσφυγής στα διοικητικά δικαστήρια, η δήλωση γίνει δεκτή με απόφασή τους που έχει καταστεί τελεσίδικη». Εφόσον λοιπόν το σήμα γίνει δεκτό με απρόσβλητη απόφαση του Εξεταστή και της ΔΕΣ ή με τελεσίδικη απόφαση των δικαστηρίων, σημειώνεται στο μητρώο σημάτων η λέξη «καταχωρίσθηκε» με τις τυχόν μεταβολές ως προς τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, στα οποία αναφέρεται το σήμα. Το σήμα που έγινε δεκτό θεωρείται ότι καταχωρίστηκε από την ημερομηνία κατάθεσης της δήλωσης, ή, αν συντρέχει περίπτωση, από την ημερομηνία της παραγράφου 3 του αρ. 21 (παρ. 4). Το μητρώο σημάτων είναι δημόσιο. Αντίγραφα ή αποσπάσματα των εγγραφών παρέχονται άμεσα σε κάθε αιτούντα (παρ. 5). Επομένως, η πράξη καταχώρισης είναι δημιουργική του δικαιώματος στο σήμα, είναι δηλαδή ατομική διοικητική πράξη η οποία συστήνει απόλυτο δικαίωμα ιδιωτικού δικαίου.^{45 46 47}

3.1.7. Αποτελέσματα της καταχώρισης

⁴⁴ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §26 Κατάθεση και Καταχώριση, σελ. 138, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

⁴⁵ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §26 Καταχώριση, σελ. 141, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

⁴⁶ ΑΠ 1410/90, ΜΠΘ 22972/08, ΔΕΕ 2009, 1075)

⁴⁷ Βλ. Μπέζου, Διάγραμμα Διαδικασιών- Καταχώριση σήματος σύμφωνα με τις διατάξεις του Νέου Νόμου 4072/2012

Η καταχώριση του σήματος παρέχει στον δικαιούχο αποκλειστικό δικαίωμα σε αυτό και ειδικότερα παρέχει το δικαίωμα της χρήσης του, το δικαίωμα να επιθέτει αυτό στα προϊόντα τα οποία προορίζεται να διακρίνει, να χαρακτηρίζει τις παρεχόμενες υπηρεσίες, να επιθέτει αυτό στα περικαλύμματα και τις συσκευασίες των εμπορευμάτων, στο χαρτί αλληλογραφίας, στα τιμολόγια, τους τιμοκαταλόγους, τις αγγελίες, τις κάθε είδους διαφημίσεις, καθώς και σε άλλο έντυπο υλικό, και να το χρησιμοποιεί σε ηλεκτρονικά ή οπτικοακουστικά μέσα ή μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Κατά το άρθρο 7 παρ. 5 του Ν. 4679/2020 : **«Ο δικαιούχος καταχωρισμένου σήματος, που προστατεύεται στην Ελλάδα, δικαιούται επίσης να εμποδίζει όλους τους τρίτους να φέρνουν στην Ελλάδα, στο πλαίσιο εμπορικών συναλλαγών, προϊόντα, χωρίς τα προϊόντα αυτά να έχουν τεθεί σε ελεύθερη κυκλοφορία στην Ελληνική Επικράτεια, όταν τα προϊόντα αυτά, συμπεριλαμβανομένης της συσκευασίας, προέρχονται από τρίτες χώρες και φέρουν, χωρίς άδεια, σήμα το οποίο είναι ταυτόσημο με το καταχωρισμένο σήμα για τα εν λόγω προϊόντα ή το οποίο δεν μπορεί να διακριθεί κατά τα ουσιώδη σημεία του από το εν λόγω καταχωρισμένο σήμα. Η απαγόρευση αυτή ισχύει για οποιοδήποτε τελωνειακό καθεστώς και αν υπαχθούν τα ως άνω προϊόντα, συμπεριλαμβανομένης της διαμετακόμισης, μεταφόρτωσης, τελωνειακής αποταμίευσης, προσωρινής εναπόθεσης, της τελειοποίησης προς επανεξαγωγή ή της προσωρινής εισαγωγής, ακόμα και αν τα προϊόντα δεν προορίζονται να διατεθούν στην αγορά της Ελλάδος.»**

3.1.8. Διάρκεια της καταχώρισης

Η καταχώριση του σήματος διαρκεί για μία δεκαετία, η οποία ξεκινά από την ημερομηνία κατάθεσης της δήλωσης ή την ημερομηνία της παραγράφου 3 του άρθρου 21 και λήγει την αντίστοιχη ημερομηνία μετά την πάροδο των δέκα (10) ετών (αρ. 36 παρ. 1). Ο δικαιούχος μπορεί με αίτησή του και με την εμπρόθεσμη καταβολή του τέλους ανανέωσης να ανανεώνει ανά δεκαετία την καταχώριση. Η Διεύθυνση Σημάτων ενημερώνει τον δικαιούχο του σήματος σχετικά με τη λήξη ισχύος της καταχώρισης έξι (6) τουλάχιστον μήνες πριν από την επέλευσή της. Αν παραλείψει να προβεί σε ενημέρωση, η Διεύθυνση Σημάτων δεν φέρει ευθύνη (παρ. 2). Η ανανέωση εγγράφεται στο μητρώο και ισχύει από την επομένη της ημερομηνίας λήξης ισχύος της καταχώρισης και η ημερομηνία λήξης της συμπίπτει με την ημερομηνία λήξης της καταχώρισης σύμφωνα με την παράγραφο 1 (παρ. 4). Σε περίπτωση μη ανανέωσης η προστασία του σήματος παύει αυτοδικαίως. Οποιαδήποτε αμφισβήτηση που σχετίζεται με την παράταση της προστασίας λύνεται από τη ΔΕΣ μετά από αίτηση του ενδιαφερόμενου.

3.1.9. Τα ενδιάμεσα δικαιώματα

Μια σημαντική καινοτομία που επέφερε ο νέος νόμος αναγνωρίζοντας τα αποκαλούμενα **«ενδιάμεσα δικαιώματα»** (intervening rights), διά των διατάξεων των άρθρων 48 και 53 του νόμου κατ' εφαρμογή του αρ. 8 της Οδηγίας είναι η **κάμψη της «αρχής της χρονικής προτεραιότητας»**. Στην Αιτιολογική Έκθεση γίνεται αναφορά

στα ενδιάμεσα δικαιώματα στο άρθρο 48. «Ενδιάμεσα δικαιώματα είναι τα τυχόν μεταγενέστερα σήματα που αποκτήθηκαν μετά από κάποιο άλλο προγενέστερο σήμα στο χρονικό διάστημα που μεσολάβησε από την κατάθεση του προγενέστερου σήματος και μέχρι αυτό να αποκτήσει φήμη, ή εντονότερο διακριτικό χαρακτήρα λόγω της χρήσης του, ή επίκτητη διακριτική ικανότητα λόγω της χρήσης του που αρχικά δεν είχε. Με τις νέες αυτές ρυθμίσεις λοιπόν, νομοθετήθηκε η δυνατότητα του δικαιούχου μεταγενέστερου καταχωρισμένου σήματος να αμυνθεί έναντι προγενέστερου, με επίκληση τέτοιου ενδιάμεσου δικαιώματος.

3.1.10. Προϋποθέσεις προστασίας ενδιάμεσων δικαιωμάτων

Η προστασία αυτή παρέχεται εφ' όσον: **α)** το μεταγενέστερο σήμα δεν θα κηρύσσονταν άκυρο λόγω ανοχής χρήσης αυτού από τον προγενέστερο δικαιούχο καταχωρισμένου επί μία 5ετία, **β)** το προγενέστερο σήμα δεν είχε προλάβει να έχει διακριτικό χαρακτήρα, **γ)** δεν είχε αποκτήσει επαρκώς διακριτικό χαρακτήρα ώστε να υποστηριχθεί η περίπτωση πιθανότητας σύγχυσης του κοινού, **δ)** το προγενέστερο σήμα δεν είχε ακόμα αποκτήσει φήμη. Αποτέλεσμα των νέων ρυθμίσεων είναι ότι ο δικαιούχος του προγενέστερου σήματος δεν δικαιούται να απαγορεύσει την χρήση του μεταγενέστερου, ούτε ο δικαιούχος του μεταγενέστερου, την χρήση του προγενέστερου (αρ. 48 παρ. 3) με αποτέλεσμα την κατά νόμο συνύπαρξη και των δύο πιο πάνω σημάτων. Παράλληλα, σύμφωνα με το αρ. 53 του νέου νόμου είναι αδύνατη η ακύρωση του μεταγενέστερου σήματος. Συναφές με τα αρ. 48 και 53 είναι και το αρ. 12 για την απώλεια δικαιώματος λόγω ανοχής. Το αρ. 48 παραπέμπει ρητά στο αρ. 12. Ωστόσο, ο σκοπός του άρθρου 12 είναι η προστασία του μεταγενέστερα καταχωρημένου σήματος για λόγους ασφάλειας δικαίου. Η καταχώριση του μεταγενέστερου σήματος προστατεύεται από το νόμο με ασφάλεια εφόσον πληρούνται οι προϋποθέσεις που θέτει η διάταξη του αρ. 12, δηλαδή εφόσον έχει συμπληρωθεί πενταετία από την καταχώριση και η χρήση του σήματος έχει γνωστοποιηθεί στον δικαιούχο του προγενέστερου σήματος ή άλλου προγενέστερου δικαιώματος. Έτσι, ο σκοπός του αρ. 12 δεν επιτρέπει την αναλογική εφαρμογή του και στην περίπτωση μεταγενέστερου διακριτικού γνωρίσματος. Το αρ. 12 είναι στενά συνδεδεμένο με την καταχώριση του μεταγενέστερου σήματος και τις εύλογες προσδοκίες που απορρέουν από αυτή. Τα στοιχεία αυτά δεν υπάρχουν στην περίπτωση του μεταγενέστερου σήματος.^{48 49}

3.1.11. Η σημασία της καταχώρισης του σήματος και οι αλλαγές στο νέο νόμο

Α) Προγενέστερες διατάξεις

Μέχρι και το Ν. 4072/2012 η καταχώριση του σήματος παρείχε στο δικαιούχο ένα πολύ ισχυρό από νομική άποψη δικαίωμα. Λόγω του αρ. 158 παρ. 2 Ν. 4072/2012,

⁴⁸ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 21. Τα ενδιάμεσα δικαιώματα, σελ. 83-84 Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

⁴⁹ Αιτιολογική Έκθεση Ν. 4679/2020 σελ. 21-22

το δικαίωμα στο σήμα ήταν εξοπλισμένο με το προνόμιο της «ασυλίας» ενώπιον των πολιτικών δικαστηρίων.⁵⁰ Ειδικότερα, τα πολιτικά δικαστήρια στα οποία προσέφευγε ο δικαιούχος του σήματος για την αστική του προστασία έναντι τρίτων δεν μπορούσαν να εξετάσουν ούτε καν παρεμπιπτόντως, το κύρος του σήματος, δηλαδή αν αυτό αποκτήθηκε νόμιμα ή παράνομα (κατά παράβαση των απόλυτων ή σχετικών λόγων απαραδέκτου), ή αν συνέτρεχε λόγος έκπτωσης από το δικαίωμα στο σήμα (π.χ. λόγω μη χρήσης). Η αμφισβήτηση του κύρους του σήματος επιτρεπόταν μόνο με την υποβολή αίτησης έκπτωσης ή ακυρότητας στη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων, της οποίας οι αποφάσεις ελέγχονταν με προσφυγή ουσίας στα διοικητικά δικαστήρια. Οι αποφάσεις της ΔΕΣ ή των διοικητικών δικαστηρίων για την έκπτωση ή την ακυρότητα σήματος παρήγαγαν έννομες συνέπειες μόνο όταν γίνονταν τελεσίδικες και μόνο για το μέλλον. Κατά συνέπεια, ακόμα κι αν ο εναγόμενος για την προσβολή του σήματος ασκούσε αίτηση διαγραφής, λόγω έκπτωσης ή ακυρότητας, η διαδικασία αυτή δεν θα επηρέαζε το αποτέλεσμα της δίκης επί της αγωγής, αφού η έκπτωση ή η ακυρότητα θα επέρχονταν μόνο με την τελεσιδικία της απόφασης και μόνο *ex nunc* (για το μέλλον). Έτσι, ο μόνος τρόπος να επηρεαστεί η έκβαση της δίκης επί της αγωγής θα ήταν το πολιτικό δικαστήριο να αναστείλει την πρόοδο της αστικής δίκης. Όμως, τα πολιτικά δικαστήρια ήταν διστακτικά στο να αναστείλουν την πρόοδο της δίκης σε παρόμοιες περιπτώσεις. Επίσης, η αργή απονομή της δικαιοσύνης στα διοικητικά δικαστήρια θα καθιστούσε αναγκαία μια υπερδεκαετή αναστολή της αστικής δίκης έως ώτου τελεσιδικήσει η απόφαση των διοικητικών δικαστηρίων για την έκπτωση ή ακυρότητα του σήματος. Όλα αυτά είχαν ως αποτέλεσμα πολλές και διαφορετικές κακές πρακτικές. Για παράδειγμα, ο εναγόμενος ασκούσε αίτηση ακυρότητας, ακόμα και σε περιπτώσεις που ήταν προφανές ότι δεν συνέτρεχε λόγος ακυρότητας, με μοναδικό σκοπό να επιτύχει την αναστολή της προόδου της αστικής δίκης. Κατά κανόνα τα πολιτικά δικαστήρια δίσταζαν σχετικά με την αναστολή, αυτό όμως δεν ίσχυε πάντοτε απαραίτητα. Αν γινόταν δεκτή η αίτηση αναστολής του εναγομένου, τότε αυτός είχε εξασφαλίσει μια υπερδεκαετή ασυλία για την εκ μέρους προσβολή του σήματος και αστική προστασία του σήματος έπαυε.

Β) Ασυλία καταχώρισης του σήματος

Σε άλλες περιπτώσεις, οι κακές πρακτικές προέρχονταν από τους δικαιούχους του σήματος. Πιο συγκεκριμένα, πολλές φορές ήταν προφανές ότι συνέτρεχε λόγος ακυρότητας του σήματος ή έκπτωσης από αυτό. Οι παραπάνω ρυθμίσεις ωθούσαν τα μέρη στο να δρουν αθέμιτα. Πολλοί καταθέτες ασκούσαν αιτήσεις για σήματα που ήταν στα όρια μεταξύ διακριτικής ικανότητας και περιγραφικών όρων, επομένως δεν διέθεταν ισχυρή ατομική ταυτότητα, ήταν απλώς ενδείξεις με ισχυρή επικοινωνιακή λειτουργία (π.χ. Easybank, Airtours, Doublemint). Η καταχώριση του σήματος απολάμβανε νομική ασυλία και αυτό εξωθούσε τους συναλλασσόμενους να διεκδικούν τέτοια σήματα. Αν τα σήματα καταχωρίζονταν, πετύχαιναν να αποκλείσουν τους ανταγωνιστές τους από τη χρήση περιγραφικών ενδείξεων όπως Easy, Air, Tours. Όλο αυτό ήταν ιδιαίτερα ευνοϊκό για επιχειρήσεις ισχυρές οικονομικά, αφού μπορούσαν να

⁵⁰ Βλ. Μ-Θ. Μαρίνος, σελ 350, Αθ. Λιακόπουλος, σελ 365, Β.Γ. Αντωνόπουλο, σελ. 466.

εξουθενώνουν τους ανταγωνιστές τους με μακροχρόνιες δικαστικές διαμάχες. Ακόμα κι αν εν τέλει έχαναν τις σχετικές αγωγές είχαν ταλαιπωρήσει δικαστικά και οικονομικά τους ασθενέστερους ανταγωνιστές τους χωρίς να διακινδυνεύουν οι ίδιοι, αφού το καταχωρημένο σήμα τους απολάμβανε νομική ασυλία. Το αρ. 158 παρ. 2 του προϋχούσαντος νόμου καθιστούσε το δίκαιο των σημάτων ένα σύστημα που εξωθούσε τα μέρη σε ατέρμονες δικαστικές διαμάχες για τη χρήση περιγραφικών ενδείξεων, χωρίς πρωτοτυπία, μόνο επικοινωνιακές. Κάτι τέτοιο έβλαπτε τον ελεύθερο ανταγωνισμό καθώς ευνοούνταν όπως προαναφέραμε μόνο οι οικονομικά ισχυρές επιχειρήσεις.

Γ) Κατάργηση άρθρου 158 παρ. 2 του προγενέστερου νόμου

Αντίθετα, το σύστημα του Ευρωπαϊκού σήματος είναι αντίθετο με τις διατάξεις του αρ. 158 παρ. 2 καθώς δίνει τη δυνατότητα άσκησης ανταγωγής κατά του κύρους του σήματος στο πλαίσιο της αστικής δίκης για την προσβολή του. Η πιο πρόσφατη ελληνική νομολογία των πολιτικών δικαστηρίων παρέκαμψε το αρ. 158 παρ. 2 μέσω ερμηνείας του αρ. 127 Ν. 4072/2012 για την απώλεια του δικαιώματος λόγω ανοχής. Το αρ. 127 απαιτεί να έχουν συμπληρωθεί πέντε έτη από την καταχώριση ενός μεταγενέστερου σήματος, προκειμένου να μην μπορεί ο δικαιούχος ενός προγενέστερου σήματος να ζητήσει την απαγόρευση χρήσης του μεταγενέστερου. Όσο διαρκεί η πενταετία το αρ. 158 παρ. 2 δεν εφαρμόζεται. Το αρ. 127 του Ν 4072/2012 υφίσταται και στο νέο νόμο 4679/2020 με τη μορφή του αρ. 12 (αρ. 9 Οδηγίας 2015/2436 ΕΕ). Στο νέο άρθρο απαλείφονται οι προϋποθέσεις που πληρούνται για να διαθέτει η καταχώριση σήματος ασφάλεια δικαίου. Επιπλέον το αρ. 48 του νέου νόμου (αρ. 18 της Οδηγίας 2015/2436 ΕΕ) θα ήταν και αυτό ασυμβίβαστο με την ασυλία της καταχώρισης του σήματος του αρ. 158 παρ. 2 Ν 4072/2012, καθώς από το αρ. 48 συνάγεται ότι το προγενέστερο σήμα δύναται να απαγορεύσει τη χρήση του μεταγενέστερου. Ασυμβίβαστο είναι το αρ. 158 παρ. 2 και με τη διάταξη του αρ. 7 παρ. 1 και 3 του νέου νόμου καθώς ορίζει ότι όλες οι αξιώσεις που απορρέουν από το σήμα τελούν υπό την επιφύλαξη τυχόν προγενέστερων δικαιωμάτων.

Το αρ. 38 παρ. 12 εδαφ. γ' του νέου νόμου προβλέπει ότι η καταχώριση του σήματος δημιουργεί μόνο μαχητό τεκμήριο ότι είναι έγκυρο, το οποίο μπορεί να αμφισβητηθεί από τον εναγόμενο με ανταγωγή έκπτωσης ή ακυρότητας. Συνεπώς, υπό το νέο νόμο η καταχώριση παράγει μόνο μαχητό τεκμήριο που μπορεί να αμφισβητηθεί, και όχι τεκμήριο νομιμότητας που κωλύει τον παρεμπόμποντα έλεγχο των πολιτικών δικαστηρίων.

Οι διαφορές που σχετίζονται με την έκπτωση ή την ακυρότητα σήματος, ήτοι με την εγκυρότητα της καταχώρισής του δεν διοικητικές διαφορές, αλλά ιδιωτικές. Κατά συνέπεια, το δικαίωμα στο σήμα έχει έννομες συνέπειες έναντι των ιδιωτών, όχι

έναντι του Δημοσίου και οι εν λόγω διαφορές υπάγονται στα αστικά δικαστήρια και όχι στα διοικητικά.⁵¹

3.2 Διαδικασίες ένδικες και μη εναντίον σημάτων

Κατά της απόφασης του εξεταστή που έκανε δεκτή ή απέρριψε τη δήλωση κατάθεσης μπορεί να ασκηθεί ανακοπή ή προσφυγή, αντίστοιχα, που εκδικάζονται από τη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων. Η Διοικητική Επιτροπή Σημάτων είναι τριμελές διοικητικό όργανο, η σύνθεση και η λειτουργία του οποίου ρυθμίζεται στο άρθρο 30 του ν. 4679/2020. Η Διοικητική Επιτροπή είναι αρμόδια να κρίνει τις ακόλουθες διοικητικές προσφυγές: α) ανακοπές κατά αποφάσεων αποδοχής δηλώσεων κατάθεσης σημάτων της ΔΕΣ (άρθρο 25), β) ανακοπές κατά αποφάσεων αποδοχής δηλώσεων κατάθεσης σημάτων των διοικητικών δικαστηρίων (άρθρο 25 του Νόμου), γ) προσφυγές κατά αποφάσεων απόρριψης δηλώσεων κατάθεσης σημάτων των Εξεταστών (άρθρο 29), δ) αιτήσεις για έκπτωση από το δικαίωμα στο σήμα (άρθρο 50), ε) αιτήσεις ακυρότητας σήματος (άρθρο 52), στ) παρεμβάσεις σε οποιαδήποτε διαδικασία που εκκρεμεί ενώπιόν της (άρθρο 30). Περαιτέρω, η ΔΕΣ επιλύει κάθε διαφορά που ανακύπτει μεταξύ της Διεύθυνσης Σημάτων και των καταθετών ή δικαιούχων σημάτων ή τρίτων κατά την εφαρμογή του Νόμου.

3.2.1. Ανακοπή

Η ανακοπή ασκείται κατά της απόφασης του Εξεταστή της Διεύθυνσης Σημάτων ή της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων ή της τελεσίδικης απόφασης των διοικητικών δικαστηρίων που έκαναν κατά περίπτωση δεκτή τη δήλωση κατάθεσης σήματος μπορεί να ασκηθεί ανακοπή μέσα σε προθεσμία τριών μηνών. (αρ. 25 παρ. 1). Η παράγραφος 2 του άρθρου 25 διευκρινίζει ότι όταν η ανακοπή στηρίζεται σε λόγους απόλυτων απαραδέκτων του αρ. 4 (π.χ. η ένδειξη στερείται διακριτικής ικανότητας, είναι περιγραφική ή κοινότυπη κτλ.) δεν απαιτείται έννομο συμφέρον για την άσκησή της και μάλιστα μπορεί να ασκηθεί και από ενώσεις προσώπων ή άλλους φορείς εκπροσώπησης εμπορών, παραγωγών, ή καταναλωτών. Η μόνη περίπτωση κατά την οποία απαιτείται άμεσο και προσωπικό έννομο συμφέρον σχετίζεται με λόγους ανακοπής του αρ. 5, σχετικά με προγενέστερα δικαιώματα. Ακόμα, όμως, και στην περίπτωση αυτή η παρ. 3 ορίζει ότι η ανακοπή μπορεί να ασκηθεί και από τον αδειούχο χρήσης, αν έχει εξουσιοδοτηθεί σχετικά από το δικαιούχο του σήματος, όπως προβλέπει η παρ. 4 του αρ. 17. Ειδικότερα, προβλέπεται ότι αν υπάρχει αμφιβολία, ο

⁵¹ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 23.Η σημασία καταχώρισης του σήματος, σελ.91-95, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

αποκλειστικός αδειούχος μπορεί να ασκεί τις αξιώσεις για την προσβολή του σήματος, αν ο ίδιος ο σηματούχος, αν και οχλήθηκε. Δεν ασκεί τις αξιώσεις αυτές μέσα σε εύλογο χρόνο. Στις περιπτώσεις αυτές ο αποκλειστικός αδειούχος ενεργεί ως μη δικαιούχος διάδικος. Η ανακοπή ασκείται με έγγραφο που κατατίθεται πάντα στη Διεύθυνση Σημάτων και διαβιβάζεται προς εξέταση στη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων, ακόμα κι αν η δήλωση σήματος έγινε δεκτή με τελεσίδικη απόφαση των διοικητικών δικαστηρίων.⁵²

3.2.2. Στοιχεία της ανακοπής

Η ανακοπή πρέπει να περιέχει: α) τον αριθμό δήλωσης κατάθεσης σήματος κατά της οποίας στρέφεται και τα στοιχεία του δικαιούχου της, β) τους λόγους στους οποίους στηρίζεται. Αν η ανακοπή στηρίζεται σε προγενέστερα δικαιώματα, πρέπει να τα μνημονεύει ειδικά, γ) σαφή προσδιορισμό των προϊόντων ή των υπηρεσιών της δήλωσης κατάθεσης σήματος κατά των οποίων στρέφεται η ανακοπή (αρ. 26).

3.2.3. Εξέταση της ανακοπής

Η Διεύθυνση Σημάτων χορηγεί στον ανακόπτοτα αριθμό πρωτοκόλλου με την ημερομηνία κατάθεσης και συνεδρίασης της ΔΕΣ, η οποία θα εξετάσει την ανακοπή (αρ. 27 παρ. 1). Πρόσθετοι λόγοι επί της ανακοπής κατατίθενται είκοσι (20) τουλάχιστον πλήρεις ημέρες πριν από τη συνεδρίαση της ΔΕΣ που θα την εξετάσει (άρ. 27 παρ. 2). Επικυρωμένο αντίγραφο της ανακοπής, με πράξη ορισμού συζήτησης και κλήση σ' αυτή κοινοποιείται στον καταθέτη ή τον αντίκλητο αυτού με δικαστικό επιμελητή τριάντα (30) τουλάχιστον πλήρεις ημέρες πριν τη συνεδρίαση της ΔΕΣ. Αν η προθεσμία δεν τηρηθεί, η ανακοπή απορρίπτεται ως απαράδεκτη. Μετά από αίτηση του καταθέτη, ο ανακόπων δικαιούχος προγενέστερου σήματος οφείλει να αποδείξει είτε ότι κατά τη διάρκεια πέντε ετών που προηγήθηκαν της ημερομηνίας κατάθεσης της δήλωσης σήματος είχε γίνει ουσιαστική χρήση του προγενέστερου σήματος για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες για τα οποία καταχωρίστηκε και στα οποία βασίζεται η ανακοπή, είτε ότι υπάρχει εύλογη αιτία για τη μη χρήση, εφόσον κατά την ημερομηνία κατάθεσης της ανακοπτόμενης δήλωσης το προγενέστερο σήμα ήταν καταχωρισμένο για πέντε τουλάχιστον έτη (αρ. 28 παρ. 1). Η αίτηση για απόδειξη ουσιαστικής χρήσης υποβάλλεται, επί ποινή απαραδέκτου, κατά την εξέταση της ανακοπής ενώπιον της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων (αρ. 28 παρ. 2).⁵³

3.2.4. Προσφυγή στη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων

Οι απορριπτικές αποφάσεις του Εξεταστή υπόκεινται σε προσφυγή ενώπιον της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων μέσα σε προθεσμία εξήντα (60) ημερών από την επόμενη της κοινοποίησης της προσβαλλόμενης απόφασης (αρ. 29 παρ. 1). Η προσφυγή ασκείται με έγγραφο που κατατίθεται στη Διεύθυνση Σημάτων και

⁵² Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 27. Έννομο συμφέρον για ανακοπή, σελ. 111, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

⁵³ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §26 Ένδικα μέσα, σελ. 140, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

εξετάζεται από τη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων κατά το νόμο και την ουσία (αρ. 29 παρ. 2). Πρόσθετοι λόγοι επί της προσφυγής υποβάλλονται δεκαπέντε (15) τουλάχιστον πλήρεις ημέρες πριν από τη συνεδρίαση της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων που θα την εξετάσει.

3.2.5. Προσφυγή ενώπιον των διοικητικών δικαστηρίων

Κατά των αποφάσεων της ΔΕΣ που κρίνουν επί αποφάσεων των Εξεταστών της Διεύθυνσης Σημάτων, επί ανακοπών, ή επί αιτήσεων επίλυσης διαφοράς υπόκεινται σε **προσφυγή ενώπιον των διοικητικών δικαστηρίων** μέσα σε προθεσμία εξήντα (60) ημερών που αρχίζει από την επομένη της κοινοποίησης των εν λόγω αποφάσεων. Η εν λόγω προσφυγή έχει ανασταλτικό χαρακτήρα (αρ. 32 παρ. 1, 2). Για άσκηση παρέμβασης κατά τη συζήτηση ενώπιον των διοικητικών δικαστηρίων καλούνται αυτοί που έχουν συμμετάσχει στη διαδικασία ενώπιον της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων. Όσοι έχουν κλητευθεί νομίμως για άσκηση παρέμβασης δεν έχουν το δικαίωμα να ασκήσουν ανακοπή. (παρ. 3)

3.2.6. Διαμεσολάβηση

Ο ν. 4679/2020 εισάγει τη δυνατότητα διαμεσολάβησης **διαμεσολάβησης** (αρ. 31) ως τρόπου εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών που εκκρεμούν ενώπιον της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων, κατόπιν κοινού αιτήματος των διαφωνούντων μερών για εκούσια υπαγωγή της διαφοράς προς επίλυση. Η υπαγωγή στη διαμεσολάβηση επιφέρει μάλιστα, εκ του νόμου, την αναστολή της σχετικής εκκρεμούς διαδικασίας ενώπιον της ΔΕΣ. Η αίτηση διαμεσολάβησης μπορεί να γίνει οποτεδήποτε μετά την κατάθεση ανακοπής, αίτησης έκπτωσης ή ακυρότητας και παρέμβασης. Η αίτηση κατατίθεται στη Διεύθυνση Σημάτων και διαβιβάζεται στη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων. Με την κατάθεσή της αναστέλλεται αυτομάτως η διαδικασία ενώπιον της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων καθώς επίσης αναστέλλονται και οι προθεσμίες, οι οποίες συνεχίζουν να τρέχουν από την ημέρα επανάλληψης της διαδικασίας. Η διαμεσολάβηση ολοκληρώνεται μέσα σε ένα εξάμηνο που αρχίζει από την επομένη της υποβολής του αιτήματος, ενώ τα μέρη μπορούν να συμφωνούν εγγράφως παράταση της ανωτέρω προθεσμίας για χρονικό διάστημα έως τρεις (3) μήνες με κατάθεση της σχετικής συμφωνίας παράτασης στη Διεύθυνση Σημάτων (παρ. 1, 2). Τα μέρη ορίζουν από κοινού διαμεσολαβητή νόμιμα διαπιστευμένο στην Ελλάδα ή σε άλλο κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σύμφωνα με το άρθρο 202 ν. 4512/2018 που διέπει τη Διαμεσολάβηση, και περαιτέρω, συμφωνούν από κοινού με τον διαμεσολαβητή τις ειδικές λεπτομέρειες για τη διαδικασία της διαμεσολάβησης (παρ. 3, 4). Στη διαδικασία της διαμεσολάβησης τα μέρη παρίστανται δια των πληρεξουσίων Δικηγόρων τους. Η πληρεξουσιότητα για την παράσταση των μερών διά πληρεξουσίου δικηγόρου ενώπιον της ΔΕΣ καλύπτει και τη συμφωνία περί υπαγωγής στη διαμεσολάβηση (παρ. 5). Μετά το πέρας της διαδικασίας της

διαμεσολάβησης υπογράφεται πρακτικό διαμεσολάβησης ή αποτυχίας αυτής, το οποίο κατατίθεται στη Διεύθυνση Σημάτων και διαβιβάζεται από τον Διαμεσολαβητή ή οποιοδήποτε μέρος στη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων (παρ. 7). Σημειώνεται πως δυνατότητα διαμεσολάβησης παρέχει και ο EUIPO. Οι συζητήσεις και οι διαπραγματεύσεις που διεξήχθησαν στο πλαίσιο της διαμεσολάβησης έχουν εμπιστευτικό χαρακτήρα, ο οποίος δεσμεύει όλα τα συμμετέχοντα πρόσωπα, ιδίως τον διαμεσολαβητή, τους διαδίκους και τους πληρεξουσίους τους (παρ. 8).

3.2.7. Επαναφορά των πραγμάτων στην προτέρα κατάσταση

Αν ο καταθέτης ή δικαιούχος σήματος ή οποιοσδήποτε άλλος διάδικος, παρά το ότι επέδειξε όλη την επιμέλεια που επιβάλλουν οι περιστάσεις δεν τήρησε την προβλεπόμενη προθεσμία σε διαδικασία ενώπιον της Διεύθυνσης Σημάτων ή της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων λόγω ανωτέρας βίας, τυχηρού ή άλλου σπουδαίου λόγου που εκφεύγει της ευθύνης του, μπορεί να ζητήσει την επαναφορά των πραγμάτων στην προτέρα κατάσταση και την αποκατάσταση στα δικαιώματά του, εφόσον απώλεσε δικαίωμα ή ένδικο βοήθημα (αρ. 37 παρ. 1). Η αίτηση επαναφοράς των πραγμάτων στην προτέρα κατάσταση υποβάλλεται μέσα σε προθεσμία δύο (2) μηνών από την παύση του κωλύματος και το αργότερο μέσα σε ένα (1) έτος από τη λήξη της προθεσμίας που δεν τηρήθηκε (παρ.3). Η αίτηση υπόκειται σε καταβολή τέλους. Ο αιτών που πέτυχε την αποκατάσταση των δικαιωμάτων του ύστερα από αίτηση επαναφοράς των πραγμάτων στην προτέρα κατάσταση, δεν μπορεί να τα επικαλεστεί έναντι τρίτων που απέκτησαν καλόπιστα δικαιώματα κατά το διάστημα που μεσολάβησε από τη λήξη της προθεσμίας που δεν τηρήθηκε μέχρι την έκδοση απόφασης της Διεύθυνσης Σημάτων ή της ΔΕΣ για την επαναφορά ή που έθεσε καλόπιστα προϊόντα στο εμπόριο ή που παρέσχε καλόπιστα υπηρεσίες (παρ. 4, 5).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

4.1. Περιεχόμενο και προστασία του δικαιώματος στο σήμα

4.1.1. Δικαιώματα επί σημάτων

Η καταχώριση, υπό τη σχετική νομοθεσία περί σημάτων, δίνει σε κάποιον το **αποκλειστικό δικαίωμα να αποτρέπει τρίτα πρόσωπα από το να προωθούν ίδια ή παρόμοια προϊόντα υπό το ίδιο ή παρόμοιο σήμα όταν με αυτό δημιουργείται κίνδυνος συγχύσεως.**

4.1.2. Το περιεχόμενο του δικαιώματος

Τα άρθρα 7-9 περιγράφουν το περιεχόμενο του δικαιώματος και την έκταση της προστασίας του. Σύμφωνα με το αρ. 7 παρ. 1 *«Με την επιφύλαξη των δικαιωμάτων των*

δικαιούχων που έχουν αποκτηθεί πριν από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης ή την ημερομηνία προτεραιότητας του καταχωρισμένου σήματος, η καταχώριση του σήματος παρέχει στο δικαιούχο αποκλειστικό δικαίωμα. Ιδίως παρέχει το δικαίωμα της χρήσης του, το δικαίωμα να επιθέτει αυτό στα προϊόντα, τα οποία προορίζεται να διακρίνει, να χαρακτηρίζει τις παρεχόμενες υπηρεσίες, να επιθέτει αυτό στα περικαλύμματα και τις συσκευασίες των εμπορευμάτων, στο χαρτί αλληλογραφίας, στα τιμολόγια, τους τιμοκαταλόγους, τις αγγελίες, τις κάθε είδους διαφημίσεις, καθώς και σε άλλο έντυπο υλικό, και να το χρησιμοποιεί σε ηλεκτρονικά ή οπτικοακουστικά μέσα ή μέσα κοινωνικής δικτύωσης.»

Όλες οι εξουσίες που αναφέρονται στις διατάξεις αυτές προϋποθέτουν την ύπαρξη καταχωρημένου σήματος. Αυτό προκύπτει τόσο από τη φραστική διατύπωση του αρ. 7 παρ. 1, 3, 5 που αναφέρεται σε καταχωρημένο σήμα όσο και από το αρ. 3 που προβλέπει ότι το δικαίωμα στο σήμα, αλλά ούτε και δικαίωμα προσδοκίας. Η διαδικασία για την καταχώριση ενέχει πολλές αμφιβολίες που δεν επιτρέπουν τη δημιουργία εύλογης προσδοκίας για την τελική καταχώριση. Π.χ. τρίτοι μπορεί να ασκήσουν ανακοπή ή η αίτηση μπορεί να απορριφθεί για λόγους που συνδέονται με απόλυτα απαράδεκτα. Ωστόσο, μετά τη δημοσίευση του σήματος και την άπρακτη πρόοδο της προθεσμίας ανακοπής γεννάται πράγματι εύλογη προσδοκία για την τελική καταχώριση. Όμως, ο χρόνος που μεσολαβεί μέχρι την τελική καταχώριση είναι μικρός, καθώς το σήμα καταχωρείται αμέσως μετά την άπρακτη πάροδο της προθεσμίας ανακοπών από τρίτους.

Όλα τα δικαιώματα τελούν υπό την επιφύλαξη τυχόν προγενέστερων δικαιωμάτων, όπως προκύπτει από τη σαφή διατύπωση των παραγράφων 1, 3 και 5 του αρ. 7. Δηλαδή, παρά την καταχώριση του σήματος υπερισχύει η αρχή της χρονικής προτεραιότητας. Αν υπάρχει προγενέστερο σήμα, ή άλλο προγενέστερο δικαίωμα, το μεταγενέστερο σήμα υποχωρεί παρά την καταχώρισή του. Δεδομένου ότι το αρ. 158 παρ. 2 του Ν. 4072/2012 καταργήθηκε, τα πολιτικά δικαστήρια δικαιούνται και υποχρεούνται να διατάξουν την απαγόρευση χρήσης μεταγενέστερα καταχωρημένου σήματος, αν αυτό προσβάλλει προγενέστερο δικαίωμα. Ανάσχεση στην απαγόρευση αυτή μπορεί να είναι η ένσταση του αρ. 12 για την απώλεια του δικαιώματος λόγω ανοχής.

4.1.3. Θετικό και αρνητικό δικαίωμα χρήσης

Το αρ. 7 παρ. 1 χορηγεί θετικό δικαίωμα χρήσης της ένδειξης που καταχωρήθηκε, ενώ το αρ. 7 παρ. 3 χορηγεί αρνητικό δικαίωμα, δηλαδή εξουσία αποκλεισμού τρίτων από τη χρήση. Όμως, τόσο κατά την Οδηγία 2015/2436 ΕΕ (αρ. 10) όσο και κατά τον Κανονισμό 2017/1001 (αρ. 9) το δικαίωμα στο σήμα παρέχει μόνο την αρνητική εξουσία αποκλεισμού των τρίτων, ενώ δεν παρέχει θετική εξουσία χρήσης. Πράγματι, το θετικό περιεχόμενο είναι κατά πρώτον ασυμβίβαστο με την επιφύλαξη υπέρ των τυχόν προγενέστερων δικαιωμάτων. Αν υπάρχει προγενέστερο δικαίωμα που προσβάλλεται, το δικαίωμα στο σήμα δεν παρέχει θετική εξουσία χρήσης, γιατί τότε τα δύο δικαιώματα (προγενέστερο και μεταγενέστερο) θα έπρεπε να

συνυπάρξουν. Όμως, σύμφωνα με το νέο νόμο, το προγενέστερο δικαίωμα θα αποκλείσει τη χρήση του μεταγενέστερου. Δεύτερον, το ότι χορηγήθηκε το δικαίωμα στο σήμα με την καταχώριση του στο μητρώο, όπως προβλέπει ο νόμος για τα εμπορικά σήματα, δεν σημαίνει ότι ο δικαιούχος αποκτά πραγματικό δικαίωμα χρήσης της ένδειξης που καταχωρήθηκε. Άλλες διατάξεις άλλων νόμων μπορεί να θέτουν περιορισμούς ή και να απαγορεύουν ολοσχερώς τη χρήση του σήματος που καταχωρήθηκε. Η καταχώριση επιτρέπει τη χρήση του σήματος μόνο αυτή δεν προσκρούει σε άλλες διατάξεις. Τέτοιες διατάξεις μπορεί να υπάρχουν π.χ. στην αγορανομική νομοθεσία ή σε ειδική νομοθεσία για τη σήμανση ορισμένων προϊόντων, ενώ δεν αποκλείεται η χρήση ενός καταχωρημένου σήματος να συνιστά παραπλανητική διαφήμιση. Το σήμα μπορεί να χρησιμοποιείται στη διαφήμιση με τους περιορισμούς που προβλέπει η νομοθεσία για τη διαφήμιση και ιδίως τις ειδικές διατάξεις για τη διαφήμιση ορισμένων προϊόντων (π.χ. καπνικών προϊόντων, παιδικών παιχνιδιών, αλκοολούχων κτλ.).⁵⁴ Παρ'όλα αυτά, ο ν. 4679/2020 διατήρησε τη διάταξη για το θετικό δικαίωμα χρήσης.

4.1.4. Αλλαγή στο νέο νόμο

Μία σημαντική αλλαγή σε σχέση με το προϋσχύσαν δίκαιο εισάγεται στην παρ. 5 του αρ. 7. Ο δικαιούχος του σήματος μπορεί να απαγορεύει ακόμα και την απλή διέλευση (transit) μέσα από την επικράτεια προϊόντων που προσβάλλουν το σήμα. Με βάση το ισχύον δίκαιο πριν την Οδηγία 2015/2436 ΕΕ, το ΔΕΕ είχε κρίνει ότι εμπορεύματα «υπό διαμετακόμιση» που απλώς διέρχονται μέσα από την ΕΕ προερχόμενα από τρίτες χώρες και προοριζόμενα για τρίτες χώρες δεν μπορούν να προσβάλλουν το σήμα, γιατί δεν συντρέχει η προϋπόθεση της χρήσης του σήματος στις συναλλαγές, αφού τα εν λόγω προϊόντα δεν τίθενται σε κυκλοφορία στην αγορά της Ένωσης. Βασική προϋπόθεση για την προσβολή του σήματος είναι η χρήση του στις συναλλαγές από τρίτο χωρίς άδεια. Χρήση στις συναλλαγές υπάρχει όταν υπάρχει προσφορά προϊόντων στο κοινό. Τα εμπορεύματα υπό διαμετακόμιση ή σε αντίστοιχο τελωνειακό καθεστώς δεν προσφέρονται στο κοινό, άρα δεν γίνεται χρήση τους σε συναλλαγές εντός της ΕΕ. Για το λόγο αυτό, εμπορεύματα υπό διαμετακόμιση δεν μπορούσαν να δεσμευτούν, ακόμα και αν ήταν «πειρατικά» προϊόντα. Ωστόσο, η Οδηγία ανέτρεψε νομοθετικά τη νομολογία αυτή και προέβλεψε ότι ο δικαιούχος του σήματος μπορεί να απαγορεύει την εισαγωγή προϊόντων, ακόμα και υπό καθεστώς διαμετακόμισης ή οποιοδήποτε άλλο τελωνειακό καθεστώς, δηλαδή ακόμα και αν τα προϊόντα αυτά δεν προορίζονται για την Ευρωπαϊκή αγορά. Την ίδια ρύθμιση αποδίδει η παράγραφος 5 του άρθρου 7 σε σχέση με την ελληνική αγορά. Ακόμα και σε αυτή την περίπτωση όμως, το δικαίωμα του σηματούχου υποχωρεί αν αποδειχθεί ότι δεν έχει δικαίωμα σήματος στη χώρα τελικού προορισμού των εμπορευμάτων, ή για άλλο λόγο δεν θα είχε το δικαίωμα σήματος στη χώρα του τελικού προορισμού τους.

⁵⁴ Βλ. και απόφαση διαιτησίας του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου WT/DS467/23 της 30.08.2018 που έκρινε ότι η νομοθεσία που επέβαλαν πολλά κράτη στη διαφήμιση και στη συσκευασία των καπνικών προϊόντων δεν παραβιάζει τις διατάξεις του TRIPS Agreement και της ΔΣ Παρισίων για τα εμπορικά σήματα.

Στην παρ. 4 του αρ. 7 επισημαίνει ενδεικτικά ορισμένες περιπτώσεις προσβολής του σήματος. Πρέπει να σημειωθεί ότι κατά τη σαφή φραστική της διατύπωση η παρ. 4 εφαρμόζεται μόνο αν συντρέχουν και οι προϋποθέσεις της παρ. 3. Έτσι, σε όλες τις ειδικές περιπτώσεις που μνημονεύονται στην παρ. 3, για να υπάρχει προσβολή του σήματος, πρέπει να συντρέχουν και οι προϋποθέσεις της παρ. 3.

4.1.5. Ειδικότερα ζητήματα της διάταξης

Από τις πράξεις της παρ. 4 ειδικό ενδιαφέρον παρουσιάζει η περίπτωση της εξαγωγής προϊόντων που μνημονεύεται στο εδαφ. ε'. Η εξαγωγή προϊόντων δεν συνιστά χρήση του σήματος στις συναλλαγές στο forum. Υπό την έννοια αυτή, η εξαγωγή προϊόντων δεν συνιστά ούτε χρήση, ούτε προσβολή του σήματος στην Ελλάδα. Ομοίως, δεν συνιστά χρήση ή προσβολή του σήματος η παραγωγή προϊόντων με σκοπό την εξαγωγή σε άλλη χώρα. Συνεπώς, στην περίπτωση της εξαγωγής προϊόντων δεν θα συντρέχουν οι προϋποθέσεις της παρ. 3, καθώς δεν θα υπάρχει ούτε χρήση στις συναλλαγές ούτε πρόκληση κινδύνου σύγχυσης στην Ελλάδα. Υφίσταται ωστόσο το εξής ερώτημα: ποιος είναι ο σκοπός της διάταξης του εδαφ. ε' που απαγορεύει την εξαγωγή προϊόντων; Απάντηση δίνει η απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση TOP Logistics/Bacardi. Στην απόφαση αυτή παρατηρήθηκε ότι όταν εισάγονται στην ΕΕ από τρίτες χώρες προϊόντα που προσβάλλουν καταχωρημένο σήμα, ο εισαγωγέας μπορεί πάντα να ζητήσει την προσωρινή αποθήκευση των εμπορευμάτων αυτών με σκοπό την εξαγωγή τους σε τρίτη χώρα εκτός ΕΕ και έτσι να αποτρέψει εντελώς την εφαρμογή της νομοθεσίας για τα σήματα. Κάτι τέτοιο, κρίθηκε από το ΔΕΕ ότι ελλοχεύει κίνδυνο καταστρατήγησης της νομοθεσίας για τα σήματα και ολοσχερώς ματαίωσης του σκοπού της. Καταληκτικά, το εδάφιο ε' για την απαγόρευση εξαγωγής προϊόντων πρέπει να ερμηνεύεται βάσει της παρ. 5. Ειδικότερα, η εξαγωγή απαγορεύεται, εκτός αν αποδειχθεί ότι τα προϊόντα προορίζονται για εξαγωγή σε χώρα όπου το σήμα δεν επιδέχεται προστασίας ή για άλλους λόγους δεν δύναται να απαγορευτεί η κυκλοφορία των εμπορευμάτων. Αυτό ισχύει και για τα προϊόντα που εισάγονται στην Ελλάδα με στόχο την απλή διαμετακόμιση και επανεξαγωγή, και για τα προϊόντα που παράγονται στην Ελλάδα με στόχο την εξαγωγή τους σε άλλη χώρα, και όχι τη διάθεσή τους στην ελληνική αγορά.

4.1.6. Προϋποθέσεις προσβολής του σήματος

Από το αρ. 7 προκύπτει ότι βασικές προϋποθέσεις για να υπάρχει προσβολή του δικαιώματος στο σήμα είναι: **α)** χρήση του σήματος από τρίτο, **β)** χρήση στις συναλλαγές, **γ)** χρήση στην ελληνική επικράτεια, **δ)** χρήση χωρίς άδεια του δικαιούχου. Δεν είναι χρήση στις συναλλαγές η αγορά προϊόντων από καταναλωτές ή πελάτες για ιδιωτική χρήση. Έτσι, προσβολέας δεν είναι ποτέ ο καταναλωτής ή πελάτης που αγοράζει προϊόντα για δική του χρήση. Η προσβολή του σήματος μπορεί να έχει τις ακόλουθες μορφές: **α)** χρήση ένδειξης ταυτότητας με το σήμα σε ταυτόσημα προϊόντα, **β)** χρήση ένδειξης ταυτότητας ή παρόμοιας με το σήμα σε ταυτόσημα ή παρόμοια προϊόντα, εφόσον από τη χρήση αυτή επέρχεται κίνδυνος σύγχυσης, δηλαδή διαταράσσονται οι λειτουργίες του σήματος, **γ)** η προσβολή της φήμης του σήματος, **δ)** παράλληλες εισαγωγές όταν δεν έχει αναλωθεί το δικαίωμα, **ε)** εισαγωγή προϊόντων και θέση τους σε τελωνειακό καθεστώς διαμετακόμισης, τελωνειακής αποταμίευσης ή άλλο τελωνειακό καθεστώς, αν δεν μπορεί να αποδειχθεί ότι τα προϊόντα προορίζονται

για εξαγωγή σε χώρα όπου η κυκλοφορία τους δεν απαγορεύεται.^{55 56} Την ίδια ρύθμιση αποδίδει η παρ. 5 του αρ. 7 σε σχέση με την ελληνική αγορά. Όμως, όπως ρητά προβλέπεται στη διάταξη, το δικαίωμα του σηματούχου υποχωρεί αν αποδειχθεί ότι δεν έχει δικαίωμα σήματος στη χώρα τελικού προορισμού των εμπορευμάτων, ή για άλλο λόγο δεν θα είχε το δικαίωμα να απαγορεύσει την κυκλοφορία των εμπορευμάτων στη χώρα του τελικού προορισμού τους. Αξιοσημείωτο, όμως, είναι ότι για να συντρέχει το ειδικό αυτό δικαίωμα της παρ. 5 τα υπό διαμετακόμιση προϊόντα πρέπει να φέρουν ένδειξη που είναι ταυτόσημη με το προστατευόμενο σήμα, όχι απλώς παρόμοια.

4.1.7. Η χρονική προτεραιότητα και η επιφύλαξη των προγενέστερων δικαιωμάτων

Το σήμα, όπως προαναφέραμε, προστατεύεται κατά το ουσιαστικό σύστημα και από την άποψη ότι τα δικαιώματα που απορρέουν από αυτό τελούν υπό την επιφύλαξη τυχόν προγενέστερων δικαιωμάτων. Η πρόβλεψη του αρ. 7 παρ. 1 είναι σαφής: *«Με την επιφύλαξη των δικαιωμάτων των δικαιούχων που έχουν αποκτηθεί πριν από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης ή την ημερομηνία προτεραιότητας του καταχωρισμένου σήματος, η καταχώριση του σήματος παρέχει στο δικαιούχο αποκλειστικό δικαίωμα»*. Όμοια είναι και η πρόβλεψη της παρ. 3 του ίδιου άρθρου. Ειδικότερα, στην στην περίπτωση που τόσο ο ενάγων όσο και ο εναγόμενος έχουν και οι δύο σήματα, αλλά το σήμα του ενάγοντος είναι προγενέστερο από το σήμα του εναγόμενου, η αγωγή θα γίνει δεκτή. Παρά την καταχώριση του μεταγενέστερου σήματος, η κυκλοφορία του θα απαγορευτεί βάσει της **αρχής της χρονικής προτεραιότητας**. Αν όμως ο εναγόμενος, παρά το γεγονός ότι έχει μεταγενέστερο σήμα, μπορεί να αποδείξει ότι η χρήση του προηγείται της προτεραιότητας του σήματος του ενάγοντος, τότε η αγωγή απορρίπτεται. Το ίδιο ισχύει και για την ανακοπή. Αν ο καθ' ου η ανακοπή μπορέσει να αποδείξει η χρήση του σήματος από μέρους του είναι προγενέστερη του σήματος του ανακόπτοντος, η ανακοπή απορρίπτεται.⁵⁷

4.1.8. Προστασία του δικαιώματος

Από το περιεχόμενο του σήματος όπως αυτό σκιαγραφήθηκε παραπάνω, συνάγεται και η έκταση της προστασίας του. Συγκεκριμένα, όποιος χωρίς τη συγκατάθεση του δικαιούχου κάνει οποιαδήποτε χρήση του σήματος (όπως αυτή περιεγράφηκε παραπάνω), προσβάλλει το σήμα.

Σύμφωνα με τη νομολογία προϋποθέσεις προστασίας του σήματος είναι: α) χρήση του μεταγενέστερου πανομοιότυπου ή παρόμοιου με το καταχωρίσεις σήμα σημείου χωρίς τη συγκατάθεση του δικαιούχου, β) χρήση με σκοπό την άντληση οικονομικού

⁵⁵ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 14. Το περιεχόμενο του δικαιώματος, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

⁵⁶ ΔΕΕ C- 405/03, 18.10.2005, παρ. 59-61, 74, ΔΕΕ C-281/05, 09.11.2006, παρ. 22 και παλαιότερη απόφαση ΔΕΕ C-383/98, 06.04.2000 παρ. 34

⁵⁷ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 13. Η χρονική προτεραιότητα και η επιφύλαξη των προγενέστερων δικαιωμάτων, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

οφέλους, γ) χρήση με επίθεση του σημείου στα προϊόντα που εμπορεύεται ο τρίτος ή χρήση κατά τρόπο, ώστε να θεμελιώνεται σύνδεσμος μεταξύ του εν λόγω σημείου και των προϊόντων που εμπορεύεται ή των υπηρεσιών που παρέχει ο τρίτος, και δ) χρήση του σημείου ως σήματος, δηλαδή με σκοπό διάκρισης των προϊόντων ή υπηρεσιών του τρίτου ως προερχόμενων από συγκεκριμένη επιχείρηση.⁵⁸

Ισχύουν λοιπόν τρεις εκφάνσεις προστασίας, οι οποίες είναι: α) προστασία κατά της ταυτόσημης χρήσης του σήματος από τρίτο, β) προστασία κατά του κινδύνου σύγχυσης, γ) προστασία της φήμης του σήματος. Η ταυτόσημη χρήση συνίσταται στο ότι ο δικαιούχος του σήματος μπορεί να στραφεί κατά εκείνου που χρησιμοποιεί ταυτόσημη ένδειξη για τη διάκριση ταυτόσημων εμπορευμάτων ή υπηρεσιών. Το σήμα προστατεύεται ακόμα και όταν η ένδειξη του τρίτου ταυτίζεται ή ομοιάζει με προγενέστερο σήμα, ενώ τα εμπορεύματα και οι υπηρεσίες που διακρίνει ταυτίζονται ή ομοιάζουν με αυτά που διακρίνει το προστατευόμενο σήμα, με αποτέλεσμα την δημιουργία κινδύνου σύγχυσης. Η πιο συχνή μορφή προσβολής λοιπόν του εμπορικού σήματος είναι ο κίνδυνος σύγχυσης, ο οποίος περιλαμβάνει τον κίνδυνο συσχέτισης. Από την ύπαρξη κινδύνου σύγχυσεως εξαρτάται η παροχή προστασίας στο σήμα, πράγμα που σημαίνει ότι η προστασία που παρέχεται στο σήμα δεν είναι απόλυτη, αλλά σχετική.⁵⁹

4.1.9. Κίνδυνος σύγχυσης

Η Οδηγία 1989/104 αντικατέστησε τις έννοιες της παραποίησης και της απομίμησης, με τον κίνδυνο σύγχυσης. Άλλαξαν, δηλαδή, τα κριτήρια προσβολής του σήματος. Δεν ήταν πια κριτήριο η παραποίηση και η απομίμηση, οι οποίες σχετίζονταν μόνο με την ταυτότητα ή ομοιότητα των προϊόντων, αλλά ο κίνδυνος σύγχυσης. Συγκεκριμένα, για την προσβολή του σήματος δεν αρκεί πλέον η ομοιότητα των εκατέρωθεν σημάτων, αλλά πρέπει να αποδεικνύεται και κίνδυνος σύγχυσης. Η ομοιότητα των προϊόντων από μόνη της δεν θεμελιώνει κίνδυνο σύγχυσης. Είναι αναγκαία προϋπόθεση, αλλά όχι ικανή για τη θεμελίωση κινδύνου σύγχυσης. Είναι αμφισβητούμενο αν η απόλυτη ταυτότητα των εκατέρωθεν σημάτων και προϊόντων (διπλή ταύτιση) αρκεί για τη θεμελίωση κινδύνου σύγχυσης.

Παράλληλα, μετά την κύρωση της παραπάνω Οδηγίας, η έννοια της προσβολής του σήματος επικεντρώνεται και σχετίζεται ιδιαίτερα με τις λειτουργίες του σήματος. Δεν υφίσταται προσβολή όταν απλά υπάρχει ταυτότητα ή ομοιότητα σημάτων, αλλά όταν διαταράσσονται οι λειτουργίες του σήματος, καθώς τότε θεμελιώνεται κίνδυνος σύγχυσης.

Η εκτίμηση του κινδύνου σύγχυσης αποτελείται από τέσσερα στάδια, τα οποία ακολουθεί στις αποφάσεις του το Ευρωπαϊκό Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας, το ΓΔΕΕ, το ΔΕΕ, αλλά και τα εθνικά δικαστήρια. Η παράλειψη οποιουδήποτε από αυτά, ή η μη εμπεριστατωμένη αιτιολογία η για οποιοδήποτε στάδιο συνιστά ανααιρετική

⁵⁸ ΔΕΕ υποθ. C-62/08, C-48/05, “Adam Opel”, ΕΕμπΔ 2007,150, ΕΕμπΔ 2010, 978

⁵⁹ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §27 II Προστασία σήματος, σελ. 144, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

πλημμέλεια. Κατά την εξέταση των τεσσάρων σταδίων, συνεκτιμώνται πολλοί παράγοντες, όχι μόνο η ομοιότητα σημάτων και προϊόντων. Οι παράγοντες αυτοί καταγράφονται ενδεικτικά και όχι αποκλειστικά, και σταθμίζονται μεταξύ τους. (συνολική/σφαιρική εκτίμηση).

4.1.10. Τα στάδια για τη θεμελίωση του κινδύνου σύγχυσης

1^ο στάδιο

Προσδιορισμός του κοινού στο οποίο απευθύνονται τα προϊόντα και του βαθμού προσοχής του μέσου καταναλωτή που προέρχεται από το κοινό αυτό. Αναλόγως τα προϊόντα, ο βαθμός παρατηρητικότητας του κοινού μπορεί να είναι υψηλός ή συνήθης, δηλαδή χαμηλός. Για τα περισσότερα προϊόντα χαμηλής αξίας και ευρείας κατανάλωσης (τρόφιμα, αναψυκτικά κτλ.) ο βαθμός προσοχής του κοινού είναι χαμηλός και οι αγορές αυθόρμητες, χωρίς ιδιαίτερη σκέψη. Είναι υψηλός ο βαθμός προσοχής όταν πρόκειται για φαρμακευτικά προϊόντα, διαρκή καταναλωτικά αγαθά (π.χ. οικιακές συσκευές), προϊόντα μεγάλης οικονομικής αξίας και προϊόντα απευθυνόμενα σε επαγγελματίες/επιχειρηματίες και όχι σε καταναλωτές. Ο βαθμός προσοχής του μέσου καταναλωτή επηρεάζεται από τις συνθήκες αγοράς υπό τις οποίες προσφέρονται τα προϊόντα, και οι οποίες συχνά ευνοούν την πρόκληση κινδύνου σύγχυσης. (π.χ. συναλλαγές στο διαδίκτυο). Ο «μέσος καταναλωτής» δεν έχει υψηλό βαθμό προσεκτικότητας, διότι είναι «ευλόγως» ενημερωμένος και προσεκτικός, δηλαδή περιορισμένα. Ωστόσο, όπως προαναφέραμε, κάποια προϊόντα δεν απευθύνονται στο γενικό κοινό, αλλά σε ειδικό κοινό, σε επαγγελματίες, δηλαδή σε πελάτες. Αυτοί διαθέτουν αυξημένη προσοχή και ενημέρωση.

2^ο στάδιο

Η σύγκριση των εκατέρωθεν ενδείξεων (οπτικά, ηχητικά, νοηματικά). Η σύγκριση αυτή γίνεται με βάση τη θεωρία της «συνολικής εντύπωσης» (overall impression). Η σύγκριση των νοηματικών ενδείξεων έχει μεγαλύτερη βαρύτητα από την οπτική και την ηχητική, καθώς το καταναλωτικό κοινό αναγνωρίζει τους λεκτικούς όρους σύμφωνα με το νοηματικό τους περιεχόμενο. Ανάμεσα στην οπτική και την ηχητική σύγκριση, το ποια έχει μεγαλύτερη βαρύτητα εξαρτάται από τις συνθήκες προσφοράς του προϊόντος στην αγορά, δηλαδή από το αν ο καταναλωτής το επιλέγει από τα ράφια του καταστήματος ή αν το ζητά με το όνομά του από τον πωλητή.

3^ο στάδιο

Η σύγκριση των εκατέρωθεν προϊόντων με βάση όλα τα κριτήρια που αναφέρθηκαν παραπάνω, δηλαδή ανάλογα με το αν παράγονται από τις ίδιες πρώτες ύλες, αν απευθύνονται στο ίδιο καταναλωτικό κοινό και αν εξυπηρετούν τις ίδιες καταναλωτικές ανάγκες. Ωστόσο, από μόνη της η

σύγκριση των εκατέρωθεν σημάτων και προϊόντων μπορεί να αποκλείσει τον κίνδυνο σύγχυσης χωρίς να συντρέχει ανάγκη σφαιρικής εκτίμησης όλων των σταδίων της μεθοδολογίας για τη διάγνωση του κινδύνου σύγχυσης. Πιο συγκεκριμένα, αν το δικαστήριο συμπεράνει ότι τα εκατέρωθεν σήματα είναι διαφορετικά και δεν υπάρχει ούτε καν χαμηλός βαθμός ομοιότητας μεταξύ τους, και ότι είναι διαφορετικά αντίστοιχα και τα εκατέρωθεν προϊόντα,, τότε τα υπόλοιπα στάδια δεν χρειάζεται να διερευνηθούν και η τυχόν διερεύνησή τους δεν θεμελιώνει αναίρετική πλημμέλεια. Ωστόσο, η κρίση του δικαστηρίου για το αν υπάρχει ή όχι ομοιότητα μεταξύ των εκατέρωθεν ενδείξεων και προϊόντων και αν η ομοιότητα αυτή είναι χαμηλή, συνήθης ή υψηλή υπόκειται σε αναίρετικό έλεγχο και δεν είναι πραγματική εκτίμηση. Οι δικαστικές αποφάσεις πρέπει να προχωρούν σε εκτίμηση του βαθμού προσοχής του κοινού και σε σφαιρική εκτίμηση όλων των παραγόντων, διαφορετικά είναι επίφοβες για αναίρετική πλημμέλεια, για πλημμελή εφαρμογή του νόμου και ανεπαρκή αιτιολογία.

4^ο στάδιο

Η σφαιρική εκτίμηση, δηλαδή η συνεκτίμηση όλων των προαναφερθέντων παραγόντων, λαμβάνοντας υπόψιν και πρόσθετους παράγοντες, όπως π.χ. τα δίκτυα διανομής μέσα στα οποία διακινούνται τα προϊόντα, η διακριτική ικανότητα του προγενέστερου σήματος, κτλ. Είναι αξιοσημείωτο ότι ο διακριτικός χαρακτήρας του προγενέστερου σήματος, λόγω μακράς και εντατικής χρήσης και διαφήμισης, εξετάζεται στο τέταρτο στάδιο της «σφαιρικής εκτίμησης» όχι στο δεύτερο στάδιο της σύγκρισης των εκατέρωθεν ενδείξεων.

Ο κίνδυνος σύγχυσης μπορεί να έχει δύο μορφές.

- 1) **«Κίνδυνος σύγχυσης» (σε στενή έννοια).** Συντρέχει όταν υφίσταται πιθανότητα ο μέσος καταναλωτής να πιστέψει ότι τα προϊόντα που φέρουν τη μεταγενέστερη ένδειξη προέρχονται από την επιχείρηση που είναι φορέας του προγενέστερου σήματος. Η σύγχυση αφορά την προέλευση του προϊόντος από συγκεκριμένη επιχείρηση που αξιολογείται βάσει της λειτουργίας προέλευσης του σήματος.
- 2) **«Κίνδυνος Συσχέτισης».** Συντρέχει όταν υπάρχει πιθανότητα ο μέσος καταναλωτής, λόγω της ομοιότητας της μεταγενέστερης ένδειξης και του προγενέστερου σήματος, να πιστέψει ότι πρόκειται μεν για δυο διαφορετικές επιχειρήσεις, που όμως έχουν οικονομικούς δεσμούς μεταξύ τους. Σύμφωνα με τα αρ. 5 εδαφ. β' και 7 παρ. 3 εδαφ. β', ο κίνδυνος συσχέτισης δεν είναι κάτι διαφορετικό από τον κίνδυνο σύγχυσης, αλλά είναι απλώς ειδικότερη μορφή του (*«ο κίνδυνος σύγχυσης περιλαμβάνει τον κίνδυνο συσχέτισης»*).

4.1.11. Παραδείγματα κινδύνου σύγχυσης

A. Υποθέσεις όπου κρίθηκε ότι συντρέχει κίνδυνος σύγχυσης

Κρίθηκε ότι συντρέχει κίνδυνος σύγχυσης στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- Ανάμεσα στη σειρά σημάτων «Eva», «Eva Cream», «Eva Restore», «Eva Lactic», για φαρμακευτικά προϊόντα και καλλυντικά και στα σήματα «Eva/qu» και «Evacol» για καθαρτικά για τη δυσκοιλιότητα.
- Ανάμεσα στα σήματα «Redbull και απεικόνιση δύο ταύρων» και «Crazy Bull και απεικόνιση ενός ταύρου», αμφότερα για μη αλκοολούχα ενεργειακά ποτά.
- Ανάμεσα στο σήμα της Adidas που αποτελείται από τρεις παράλληλες γραμμές και το σήμα άλλης εταιρίας αθλητικών ειδών και αποτελείτο από δύο παράλληλες γραμμές, αν και οι παράλληλες γραμμές είχαν διαφορετική φορά και προσανατολισμό σε κάθε περίπτωση.
- Κρίθηκε ότι συντρέχει κίνδυνος σύγχυσης επίσης όταν ένας ανεξάρτητος επιχειρηματίας διέθετε υποδήματα σε κόκκινες συσκευασίες που έμοιαζαν ως προς το κόκκινο χρώμα με τις συσκευασίες υποδημάτων Camper.

B. Υποθέσεις όπου κρίθηκε ότι δεν συντρέχει κίνδυνος σύγχυσης

Κρίθηκε ότι δεν συντρέχει κίνδυνος σύγχυσης στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- Ανάμεσα στα σήματα «Pepsi» ως σήμα φήμης καταχωρημένο σε πολλές κλάσεις προϊόντων και στα σήματα «Pepsiflat» και «Pepsi Soda» για φαρμακευτικά και διαιτητικά προϊόντα για πεπτικές διαταραχές, δεδομένου ότι ο όρος «Pepsi» προέρχεται από την ελληνική λέξη «πέψις», «πέψη». Κρίθηκε, επίσης, ότι δεν συντρέχει ούτε προσβολή φήμης, γιατί δεν υπήρχε αθέμιτο όφελος.
- Ανάμεσα στα σήματα «Coffee Time» για υπηρεσίες εστίασης και καφετέριας και στο διαφημιστικό σύνθημα «Ώρα για ένα coffee time. Λουμίδης» για προϊόντα καφέ.
- Ανάμεσα στο σήμα «Nikas» και «Νίκας» της γνωστής αλλαντοβιομηχανίας και διαφημιστικό σύνθημα «Με συνταγή και φροντίδα Παναγιώτη Νίκα» που χρησιμοποίησε σε αλλαντικά μια νεότερη εταιρία του ομώνυμου επιχειρηματία. Κρίθηκε ότι δεν υπάρχει ούτε προσβολή φήμης.
- Κρίθηκε ότι δεν είναι συναφείς σε βαθμό κινδύνου σύγχυσης οι υπηρεσίες μεσιτείας ακινήτων με τις τραπεζικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες όμως στην ίδια υπόθεση κρίθηκε ότι είναι συναφείς οι υπηρεσίες εκτίμησης και αποτίμησης ακινήτων με τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Επίσης, κρίθηκε ότι δεν είναι συναφείς οι υπηρεσίες μεσιτείας ακινήτων με τις υπηρεσίες διανομής προϊόντων, τα ρολόγια και κοσμήματα αφενός με τα ενδύματα αφετέρου, μολονότι μπορεί να διακινούνται μέσα από τα ίδια κανάλια διανομής και καταστήματα, οι κομπόστες με τα γαλακτοκομικά. Αντίθετα,

κρίθηκε ότι είναι συναφείς οι υπηρεσίες εστίασης με τα τρόφιμα και αναψυκτικά.⁶⁰

4.1.12. Η προσβολή και η προστασία της φήμης

Η Αιτιολογική Έκθεση του νέου νόμου αναφέρεται συνοπτικά στην προστασία της φήμης υπό το άρθρο 5. Φήμη είναι η υψηλή αναγνωρισιμότητα του σήματος όπως προαναφέραμε. Ένα σήμα είναι σήμα φήμης, όταν έχει καταστεί πολύ οικείο και γνωστό στο κοινό, έτσι ώστε οι καταναλωτές να το αναγνωρίζουν και άμεσα, εύκολα και αυθόρμητα.

Η έννοια της προσβολής της φήμης είναι εντελώς διαφορετική από τον κίνδυνο σύγχυσης. Στην περίπτωση της προσβολής της φήμης, δεν υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης, καθώς ο καταναλωτής έχει αντίληψη του γεγονότος ότι πρόκειται για διαφορετικά προϊόντα και διαφορετικές επιχειρήσεις. Η προσβολή της φήμης σχετίζεται με την εκμετάλλευση ή την αποδυνάμωση της αναγνωρισιμότητας του σήματος. Ωστόσο, αυτό δε σημαίνει ότι οι δύο νομικές βάσεις είναι ασυμβίβαστες μεταξύ τους. Η νομική βάση του κινδύνου σύγχυσης μπορεί να σωρευτεί με αυτή της προσβολής της φήμης. Προσβολή της φήμης υπάρχει όταν συντρέχουν σωρευτικά οι ακόλουθες προϋποθέσεις: α) Προγενέστερο σήμα που διαθέτει φήμη, β) ομοιότητα (οπτική/ηχητική/ενοιολογική) μεταξύ του προγενέστερου σήματος και της μεταγενέστερης ένδειξης, γ) κίνδυνος σύνδεσης ανάμεσα στο προγενέστερο και τη μεταγενέστερη ένδειξη, δ1) η πιθανότητα η μεταγενέστερη ένδειξη να αντλήσει αθέμιτο όφελος από τη φήμη του προγενέστερου σήματος, δ2) η πιθανότητα να επέλθει βλάβη στη φήμη ή αποδυνάμωση στο διακριτικό χαρακτήρα του προγενέστερου σήματος από τη χρήση της μεταγενέστερης ένδειξης, και ε) να μην υφίσταται εύλογη αιτία που να δικαιολογεί τη χρήση της μεταγενέστερης ένδειξης.

4.1.13. Προϋποθέσεις προσβολής της φήμης

α) Αναγνωρισιμότητα

Φήμη είναι η υψηλή αναγνωρισιμότητα του σήματος. Κρίσιμη είναι η αναγνωρισιμότητα ενός προγενέστερου σήματος, ειδικά αν αυτό διαθέτει υψηλή αναγνωρισιμότητα στο καταναλωτικό κοινό στο οποίο απευθύνεται. Υψηλή αναγνωρισιμότητα υπάρχει όταν **ο καταναλωτής αναγνωρίζει άμεσα, αυθόρμητα και με ευχέρεια** το σήμα ως κάτι που του είναι ήδη πολύ γνωστό και οικείο και το συνδέει με ένα συγκεκριμένο προϊόν που ήδη γνωρίζει. Για την ύπαρξη ή μη της φήμης σταθμίζονται πολλοί παράγοντες, όπως π.χ. η μακρά χρήση του σήματος, η γεωγραφική έκταση της χρήσης, το μερίδιο αγοράς, η μακροχρόνια διαφήμιση και το ύψος της διαφημιστικής δαπάνης. Σημαντικό ρόλο ωστόσο διαδραματίζει και η αποτελεσματικότητα και η απήχηση της διαφήμισης στο καταναλωτικό κοινό. Όλα αυτά δε χρειάζεται να συντρέχουν σωρευτικά. Η ιδιοτυπία και η μοναδικότητα του

⁶⁰ ΑΠ 1030/2008, ΕΕμπΔ 2008, 891, με παρατ. Χρ. Κολιάτση, ΔΕΕ 2009, 186 με παρατ. Χ. Αποστολόπουλου, ΑΠ 575/2017, ΕΕμπΔ 2017, 685, ΑΠ 249/2014, ΑΠ 1423/2013

σήματος (με την έννοια το σήμα να μην έχει φθαρεί από τη χρήση του από πολλούς στις συναλλαγές) δεν είναι απαραίτητες για την ύπαρξη φήμης. Αν υπάρχει ιδιοτυπία και μοναδικότητα διευκολύνουν την οικοδόμηση φήμης.

β) Ομοιότητα

Η **ομοιότητα (οπτική, ηχητική ή νοηματική)** δεν απαιτείται να είναι τόσο έντονη όσο στον κίνδυνο σύγχυσης. Αρκεί ο βαθμός ομοιότητας να μπορεί να οδηγήσει σε «κίνδυνο σύνδεσης». Μπορεί ωστόσο να μην υπάρχει και καθόλου ομοιότητα. Στο στάδιο αυτό, όπου διερευνάται ο βαθμός ομοιότητας, δεν λαμβάνεται υπόψη ο ισχυρός διακριτικός χαρακτήρας και η φήμη του προγενέστερου σήματος. Αυτό λαμβάνεται υπόψιν μόνο στο επόμενο στάδιο, που είναι η εκτίμηση του κινδύνου σύνδεσης. Αν ωστόσο αποδειχθεί ότι δεν συντρέχει ομοιότητα, η διερεύνηση σταματά εκεί και δεν χρειάζεται να ακολουθήσει διερεύνηση για τον κίνδυνο σύνδεσης. Μόνο αν συντρέχει ένας έστω ελάχιστος βαθμός ομοιότητας, υπάρχει ενδεχόμενο κινδύνου σύνδεσης. Η ομοιότητα των εκατέρωθεν ενδείξεων αξιολογείται με σύγκριση οπτική, ηχητική και νοηματική και με τα ίδια κριτήρια, όπως συμβαίνει και στην περίπτωση του κινδύνου σύγχυσης.

γ) Κίνδυνος σύνδεσης

Πρέπει να συντρέχει **κίνδυνος σύνδεσης ανάμεσα στο προγενέστερο σήμα και τη μεταγενέστερη ένδειξη**. Αυτό συμβαίνει όταν το καταναλωτικό κοινό, βλέποντας τη μεταγενέστερη ένδειξη ανακαλεί στη μνήμη του άμεσα και αυθόρμητα το προγενέστερο σήμα φήμης. Η υποσυνείδητη και αυθόρμητη αυτή σύνδεση είναι η αιτία που προκαλεί το «αθέμιτο όφελος». Ο κίνδυνος σύνδεσης είναι ηπιότερος και ποιοτικά διαφορετικός από τον κίνδυνο σύγχυσης. Ο πρώτος εκτιμάται με βάση τη συνολική εντύπωση κάθε μιας από τις εκατέρωθεν ενδείξεις και με βάση τη σφαιρική εκτίμηση όλων των παραγόντων που μπορεί να έχουν επιρροή. Προσβολή της φήμης μπορεί να υπάρξει τόσο όταν τα εκατέρωθεν προϊόντα είναι όμοια, όσο και ανόμοια.⁶¹ Η εγγύτητα μεταξύ των προϊόντων (ενδύματα, κοσμήματα, αρώματα) καθιστά πιθανότερο τον κίνδυνο σύνδεσης, ενώ η απόσταση μεταξύ των προϊόντων τον καθιστά απίθανο.⁶² Στα αρ. 5 παρ. 1 εδαφ. γ' και 7 παρ. 3 εδαφ. γ' του νόμου δεν υπάρχει ρητή αναφορά του κινδύνου σύνδεσης ως προϋπόθεση για τη θεμελίωσης προσβολής της φήμης. Ωστόσο, συνάγεται ερμηνευτικά μέσα από τη ρητή αναφορά της προϋπόθεσης άντλησης αθέμιτου οφέλους ή της βλάβης στη φήμη ή της φθοράς της διακριτικής ικανότητας. Ο κίνδυνος σύνδεσης είναι αυτός που προκαλεί τα παραπάνω.

δ) Εναλλακτικές μορφές προσβολής της φήμης

Ο κίνδυνος σύνδεσης δεν αρκεί για να θεμελιωθεί προσβολή. Πρέπει να συντρέχει μια από τις παρακάτω τρεις εναλλακτικές μορφές προσβολής της φήμης. Η

⁶¹ ΔΕΕ C-292/00, Davidoff/Gofkid

⁶² ΔΕΕ C-584/14, όπου κρίθηκε ότι δεν συντρέχει προσβολή της φήμης όταν το σήμα “Grazia” χρησιμοποιείται αφενός για συμβουλευτικές υπηρεσίες σε επιχειρήσεις και αφετέρου για αρώματα, ενδύματα και δερμάτινα είδη.

συνδρομή κάθε μιας από αυτές αξιολογείται και πάλι με σφαιρική εκτίμηση των παραγόντων που δύνανται να ασκήσουν επιρροή. Οι τρεις μορφές προσβολής είναι οι εξής:

δ.1.) Παρασιτισμός εις βάρος της φήμης

Αν η μεταγενέστερη ένδειξη εκμεταλλεύεται αθέμιτα τη φήμη του προγενέστερου σήματος (άντληση αθέμιτου οφέλους), ήτοι γίνεται εύκολα και γρήγορα αναγνωρίσιμη από το καταναλωτικό κοινό. Αυτό συμβαίνει όταν ο καταναλωτής βλέποντας τη μεταγενέστερη ένδειξη, ανακαλεί άμεσα και αυθόρμητα στη μνήμη του το προγενέστερο σήμα φήμης. Στην περίπτωση αυτή κάνουμε λόγο για **παρασιτισμό** σε βάρος της φήμης του προγενέστερου σήματος. Παράλληλα, σημαντικό για το καταναλωτικό κοινό είναι τα προϊόντα να τους είναι οικεία, καθώς έτσι τα αγοράζουν ευκολότερα. Η οικειότητα αυτή καλλιεργείται μέσω της διαφήμισης. Όσο μεγαλύτερη η εξοικείωση του καταναλωτή με το προϊόν, τόσο υψηλότερες και οι πωλήσεις του.

δ.2.α) Βλάβη στη φήμη του προγενέστερου σήματος

Αν η μεταγενέστερη ένδειξη προκαλεί βλάβη στη φήμη του προγενέστερου σήματος με τη μορφή **αρνητικής δημοσιότητας ή αρνητικών εντυπώσεων** για το προγενέστερο σήμα φήμης. (π.χ. όταν η μεταγενέστερη ένδειξη χρησιμοποιείται σε προϊόντα κατώτερης ποιότητας). Το αν συντρέχει αυτός ο κίνδυνος εκτιμάται με βάση το κοινό στο οποίο απευθύνεται το προγενέστερο σήμα φήμης. Χαρακτηριστική περίπτωση αρνητικών εντυπώσεων είναι όταν γνωστά σήματα χρησιμοποιούνται για προϊόντα σεξουαλικού προσανατολισμού ή σε προϊόντα εταιριών που έχουν ιστορικό ελαττωματικών προϊόντων ή ιστορικό παραβιάσεων της αγορανομικής νομοθεσίας κτλ. Επιπλέον, όταν σήματα προϊόντων γοήτρου χρησιμοποιούνται σε προϊόντα χαμηλής ποιότητας από φθηνά υλικά. Γενικότερα, για τη θεμελίωση αυτής της μορφής προσβολής πρέπει το νεότερο προϊόν να έχει χαρακτηριστικά που θα μπορούσαν να αμαυρώσουν τη φήμη του προγενέστερου σήματος ή η μεταγενέστερη ένδειξη να χρησιμοποιείται στη διαφήμιση με τρόπο που μπορεί να αμαυρώσει τη φήμη του προγενέστερου σήματος. Η αρνητική δημοσιότητα αρκεί να είναι απλώς λογικά πιθανή και όχι κατ' ανάγκη υφιστάμενη. Στην περίπτωση αυτή το ενδιαφέρον προσανατολίζεται στη βλάβη που μπορεί να υποστεί η φήμη του σήματος, χωρίς να ενδιαφέρει αν το νεότερο προϊόν αντλεί αθέμιτο όφελος.

δ.2.β) Βλάβη στο διακριτικό χαρακτήρα του προγενέστερου σήματος

Αν η χρήση της μεταγενέστερης ένδειξης έχει ως αποτέλεσμα να **εξασθενεί η διακριτική δύναμη και η διαφημιστική απήχηση** του προγενέστερου σήματος φήμης. Συνήθως η συνύπαρξη με ένα δεύτερο νεότερο σήμα έχει ως αποτέλεσμα να πλήττεται η μοναδικότητα του προγενέστερου σήματος φήμης. Από τη στιγμή που το σήμα φήμης έχει δίπλα του κάτι που του μοιάζει, μειώνεται η μοναδικότητά του. Αυτό, όμως, από μόνο του δεν αρκεί για τη θεμελίωση αυτής της μορφής προσβολής. Χρειάζεται να προκύπτει κίνδυνος μεταβολής της οικονομικής συμπεριφοράς του

κοινού απέναντι στο προγενέστερο σήμα φήμης. Χωρίς μια κάποια διαφαινόμενη μεταβολή της οικονομικής συμπεριφοράς του κοινού η προκείμενη μορφή προσβολής δεν θεμελιώνεται. Η μεταβολή της οικονομικής συμπεριφοράς δεν αρκεί να είναι απλώς υποθετική ή ενδεχόμενη αλλά πρέπει να παρίσταται ως λογικά πιθανή με βάση την εμπειρία και τις συνήθειες συνθήκες της αγοράς. Πάντως, αν πλήττεται η μοναδικότητα, είναι γεγονός ότι αποδυναμώνεται προοδευτικά η διαφημιστική δύναμη και αυτό μπορεί να έχει τέτοια ένταση, ώστε να οδηγήσει σε μεταβολή της οικονομικής συμπεριφοράς του κοινού.

4.1.14. Ένσταση εύλογης αιτίας

Ακόμα και όταν συντρέχουν όλες οι παραπάνω προϋποθέσεις, ο εναγόμενος μπορεί να προτείνει την **ένσταση ότι συντρέχει εύλογη αιτία για τη χρήση της μεταγενέστερης ένδειξης** από μέρους του. Η εύλογη αιτία είναι ένσταση που πρέπει να προβάλει και να αποδείξει ο εναγόμενος. Ο ενάγων δεν βαρύνεται να επικαλεστεί και να αποδείξει ότι δεν συντρέχει εύλογη αιτία για τη χρήση του σήματος φήμης από τρίτο. Η ένσταση της «εύλογης αιτίας» επιτρέπει τη στάθμιση συμφερόντων, λαμβάνοντας υπόψιν την ανάγκη προστασίας της φήμης, αλλά και την ανάγκη προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού. Η εύλογη αιτία δεν είναι η μοναδική ένσταση που μπορεί να προβάλει ο εναγόμενος. Μπορούν να προβληθούν και ενστάσεις για τον περιορισμό του δικαιώματος στο σήμα ή την απώλεια δικαιώματος λόγω ανοχής ή την ένσταση της απόκτησης ενδιάμεσου δικαιώματος.^{63 64}

4.1.15. Παραδείγματα προσβολής φήμης

Α. Υποθέσεις όπου κρίθηκε ότι υπάρχει προσβολή φήμης

- Κρίθηκε ότι προσβάλλεται η φήμη των σημάτων «McDonald's», «McNuggets», «McFlurry» και «McChicken» από το σήμα «McCoffee»⁶⁵.

- Κρίθηκε ότι προσβάλλεται η φήμη του σήματος «Adidas» που αποτελείται από τρεις παράλληλες πλάγιες ρίγες από σήμα αποτελούμενο από τέσσερις παράλληλες πλάγιες ρίγες, αμφότερα για αθλητικά υποδήματα, καθώς και από σήμα αποτελούμενο από δύο παράλληλες πλάγιες ρίγες, μολονότι οι ρίγες στην περίπτωση αυτή είχαν αντίθετη φορά.⁶⁶

⁶³ Βλ. Ελ. Αλεξανδρίδου, Η προστασία του σήματος πέρα από τα όρια του ομοειδούς των προϊόντων, αφιέρωμα εις Κ. Ρόκα, σελ. 421

⁶⁴ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 17. Η προστασία της φήμης, σελ. 63, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

⁶⁵ ΓΔΕΕ, T-518/13

⁶⁶ ΔΕΕ C-396/15, GDEE T-85, 629/16, T-145/14

- Κρίθηκε ότι διαθέτει φήμη το σήμα «Element και απεικόνιση δένδρου» για ενδύματα, την οποία προσβάλλει έμπορος που διαθέτει ενδύματα με παρόμοιο σήμα που προέρχονται από διαφορετικούς παραγωγούς.⁶⁷

-Κρίθηκε ότι διαθέτει φήμη το σήμα «Caterpillar και απεικόνιση κίτρινου και μαύρου χρώματος», μολονότι το κίτρινο χρώμα χρησιμοποιείται ευρύτατα στον τομέα των βιομηχανικών μηχανημάτων.⁶⁸

B. Υποθέσεις όπου κρίθηκε ότι δεν υπάρχει προσβολή φήμης

-Κρίθηκε ότι τα σήματα «Volvo» και «Lovo» δεν ομοιάζουν σε βαθμό που να θεμελιώνεται κίνδυνος σύνδεσης και προσβολή φήμης.⁶⁹

-Κρίθηκε ότι δεν διαθέτει φήμη το εικαστικό σήμα της Lufthansa που αποτελείται από απεικόνιση πελαργού με μπλε και κίτρινο χρώμα, όμως κρίθηκε ότι συνέτρεχε κίνδυνος σύγχυσης όταν μια άλλη αεροπορική εταιρία χρησιμοποιούσε παρόμοια απεικόνιση με διαφορετική επωνυμία.⁷⁰

-Κρίθηκε ότι δεν προκύπτει προσβολή της φήμης ούτε κίνδυνος σύγχυσης όταν η συσκευασία του αναλγητικού Salospir χρησιμοποιούσε το πράσινο και άσπρο χρώμα ως βασικές χρωματικές αποχρώσεις, όπως η συσκευασία της Ασπιρίνης, με το σκεπτικό ότι το πράσινο χρώμα έχει συμβολική σημασία στα φαρμακευτικά προϊόντα και είναι κοινότυπο.⁷¹

-Κρίθηκε ότι το σήμα «Zytel» της Du Pont που έχει καταχωρηθεί για πλαστικά προϊόντα έχει μεν φήμη, όμως αυτή δεν προσβάλλεται από το σήμα «Zytel και απεικόνιση» άλλης εταιρίας σε σχέση με μηχανήματα, επιστημονικά όργανα, οχήματα και υπηρεσίες επισκευών και κατασκευών, γιατί τα προϊόντα αυτά απευθύνονται σε εξειδικευμένο κοινό (επαγγελματίες) που έχει αυξημένο βαθμό προσοχής και παρατηρητικότητας.⁷²

4.2. Τριπλή προστασία στην ελληνική νομοθεσία

Σε περίπτωση προσβολής λοιπόν ενός σήματος η ελληνική νομοθεσία παρέχει μια **τριπλή προστασία** στους δικαιούχους των σημάτων, **σε διοικητικό, αστικό και ποινικό επίπεδο**, η οποία σε γενικές γραμμές κρίνεται επαρκής.

4.2.1. Διοικητική προστασία

⁶⁷ Εφαθ 840/2012, ΔΕΕΕ 2012,457, ΕΕμπΔ 2012,697

⁶⁸ ΜΠΑ (Ασφαλιστικά) 9476/2012, ΕΕμπΔ 2013,477

⁶⁹ ΓΔΕΕ, T-524/11/12

⁷⁰ Τρεφαθ 1702/2016, ΔΕΕ 2013, 123, ΕΕμπΔ 2013, 468

⁷¹ Τρεφαθ 1702/2016, ΔΕΕ 2016, 664

⁷² ΓΔΕΕ, T-288/12 09.04.14

Η διοικητική προστασία του σήματος σχετίζεται με τη διαδικασία καταχώρισης αυτού στη Διεύθυνση Σημάτων και ασκείται μέσω των ενδίκων μέσων της μη έγκρισης ενός σήματος ή διαγραφής ταυτόσημου ή παρόμοιου σήματος ή της άσκησης από τρίτους ανακοπής ή της προσφυγής στα διοικητικά δικαστήρια. Η Διεύθυνση Σημάτων βέβαια εξετάζει σε πρώτη φάση αυτεπαγγέλτως τους απόλυτους λόγους απαραδέκτου και δεν εγκρίνει ως σήμα ένα σημείο εφόσον προσκρούει σε προγενέστερο κατατεθειμένο ή καταχωρημένο σήμα. Ο έλεγχος εκτείνεται τόσο σε προγενέστερα κοινοτικά σήματα, αφού αυτά έχουν ισχύ ως κοινοτικά και στην ελληνική επικράτεια, όσο και σε εθνικά. Οι λόγοι απόρριψης ή διαγραφής ενός σήματος μπορούν να προβληθούν δια μέσου άσκησης ανακοπής και από τους δικαιούχους τους. Οι απορριπτικές αποφάσεις της Διεύθυνσης Σημάτων επί ανακοπών προσβάλλονται από τους θιγόμενους στο Διοικητικό Πρωτοδικείο.

4.2.2. Αστικές Κυρώσεις

Σύμφωνα με το αρ. 38 του νόμου, όποιος χρησιμοποιεί ή κατά οποιονδήποτε άλλο τρόπο προσβάλλει σήμα που ανήκει σε άλλον μπορεί να εναχθεί για άρση της προσβολής και παράλειψή της στο μέλλον. Με την αξίωση για την άρση της προσβολής ο δικαιούχος μπορεί να ζητήσει ιδίως:

α) την απόσυρση από το εμπόριο ή την κατάσχεση των εμπορευμάτων που κρίθηκε ότι προσβάλλουν το δικαίωμα επί του σήματος και, εφόσον απαιτείται, των υλικών που κυρίως χρησίμευσαν στη δημιουργία ή την κατασκευή των εν λόγω εμπορευμάτων,

β) την αφαίρεση του προσβάλλοντος σημείου ή, εφόσον τούτο δεν είναι δυνατόν, την οριστική απομάκρυνση από το εμπόριο των εμπορευμάτων που φέρουν το προσβάλλον σημείο και

γ) την καταστροφή τους.

Το δικαστήριο διατάσσει την εκτέλεση των μέτρων αυτών με έξοδα του προσβάλλοντος το σήμα, εκτός αν συνηγορούν ειδικοί λόγοι για το αντίθετο.

Όποιος από δόλο ή βαρεία αμέλεια προσβάλλει ξένο σήμα υποχρεούται σε αποζημίωση και, αναλόγως με το είδος της προσβολής, μπορεί να εναχθεί και για τη χρηματική ικανοποίηση της ηθικής βλάβης του δικαιούχου αυτής. Η αποζημίωση μπορεί να υπολογιστεί ως κατ' αποκοπή ποσό το οποίο θα είχε καταβάλει ο προσβάλλων για δικαιώματα ή λοιπές αμοιβές, αν είχε ζητήσει την άδεια χρήσης από τον δικαιούχο. Το δικαστήριο κατά τον προσδιορισμό της αποζημίωσης λαμβάνει υπόψη του, ιδίως, τις αρνητικές οικονομικές συνέπειες, καθώς και την απώλεια κερδών που υφίσταται ο δικαιούχος και τα οφέλη που αποκόμισε ο προσβάλλων το σήμα. Αν δεν υπάρχει δόλος ή βαρεία αμέλεια του υπόχρεου, ο δικαιούχος μπορεί να αξιώσει είτε το ποσό, το οποίο ο υπόχρεος ωφελήθηκε από την εκμετάλλευση του σήματος χωρίς

τη συγκατάθεσή του είτε την απόδοση του κέρδους που ο υπόχρεος αποκόμισε από την εκμετάλλευση αυτή.

Η αστικής φύσεως προστασία που παρέχεται είναι δύο ειδών: η διαδικασία των ασφαλιστικών μέτρων και η διαδικασία της τακτικής αγωγής.

Α) Όσον αφορά τα ασφαλιστικά μέτρα (αρ. 42), το αίτημα επί αυτών μπορεί να είναι μόνο η άρση της προσβολής και η παράλειψη της για το μέλλον. Και αυτό γιατί τα ασφαλιστικά μέτρα δεν συνίστανται στη πλήρη ικανοποίηση του δικαιώματος, αλλά στη παροχή μιας προσωρινής προστασίας. Προϋπόθεση δε για τη λήψη τους, είναι η ύπαρξη επικείμενου κινδύνου και επείγουσας κατάστασης. Στην απόφασή του το δικαστήριο μπορεί να διατάζει κάθε πρόσφορο μέσο για να αποτραπεί ο κίνδυνος, όπως συντηρητική κατάσχεση των εμπορευμάτων με τα παραποιημένα σήματα, απαγόρευση παραπέρα κυκλοφορίας τους, αφαίρεση και καταστροφή των παραποιημένων κτλ., με ανοιχτό το ενδεχόμενο, σε περίπτωση μη συμμόρφωσης του εναγόμενου, επιβολής και χρηματικής ποινής εις βάρος του τελευταίου και προσωπικής κράτησης.

Β) Όσον αφορά την άσκηση τακτικής αγωγής, η αξίωση του δικαιούχου, του οποίου το σήμα έχει προσβληθεί, εδράζεται κυρίως στις διατάξεις περί αδικοπραξιών του αστικού κώδικα και συμπληρωματικά στις διατάξεις του Ν. 146/1914 περί αθέμιτου ανταγωνισμού, ιδίως όταν η προσβολή εκτελείται με σκοπό ανταγωνισμού και αντίκειται στα χρηστά ήθη. Με τη τακτική αγωγή ο δικαιούχος μπορεί να ζητήσει, εκτός από την άρση προσβολής και παράλειψή της στο μέλλον, πλήρη αποζημίωση για κάθε θετική ζημία και διαφυγόν κέρδος αλλά και αποκατάσταση της ηθικής του βλάβης. Βασικό πλεονέκτημα του σηματούχου στη διαδικασία ενώπιον των πολιτικών δικαστηρίων είναι η προσκόμιση του πιστοποιητικού καταχώρισης του σήματος του στο Υπουργείο Ανάπτυξης καθώς αυτό αποτελεί πλήρη απόδειξη για τη χρησιμοποίηση ή παραποίηση του σήματος του από τρίτο.

Διάκριση

Στο σημείο αυτό πρέπει να γίνει **μια σημαντική διάκριση. Το σήμα** προστατεύεται δικαστικά μόνο όταν τελεσιδικήσει η καταχώριση του στη Διεύθυνση Σημάτων. Αντίθετα, εάν «το σήμα» χρησιμοποιείται στις συναλλαγές, επιτελώντας ονοματική λειτουργία και έχοντας καθιερωθεί στο ευρύ κοινό, πλην όμως δεν έχει καταχωρηθεί τελεσίδικα ή τελεί στο μεσοδιάστημα από την κατάθεση της δήλωσης στη Διεύθυνση Σημάτων μέχρι την αμετάκλητη παραδοχή του, τότε προστατεύεται **ως διακριτικό γνώρισμα, ή άλλως ως διασχηματισμός**, βάσει των διατάξεων του αθέμιτου ανταγωνισμού (Ν. 146/1914) και των διατάξεων του αστικού κώδικα περί προσβολής δικαιώματος προσδοκίας. Σε περίπτωση δε σύγκρουσης ενός σήματος και ενός διακριτικού γνωρίσματος ισχύει και εδώ η αρχή της χρονικής προτεραιότητας, πλην όμως διαφέρει ο χρόνος έναρξης της προστασίας. Το μεν σήμα προστατεύεται κατά προτεραιότητα από την τυπική πράξη της κατάθεσης του, δηλαδή η αμετάκλητη παραδοχή του σήματος και η καταχώρισή του ενεργεί αναδρομικά από

τη δήλωσή του. Ο δε διασχηματισμός έχει προτεραιότητα από το ουσιαστικό γεγονός της καθιέρωσής του στις συναλλαγές. Επομένως, σε περίπτωση, κατά την οποία προηγήθηκε η χρησιμοποίηση στις συναλλαγές διακριτικού γνώρισματος, που έχει τα στοιχεία της ονοματικής λειτουργίας και της διακριτικής δύναμης, και στη συνέχεια ακολούθησε κατάθεση και αμετάκλητη παραδοχή σήματος, τότε, σύμφωνα με την προεκτεθείσα αρχή, υπερισχύει το διακριτικό γνώρισμα, οπότε ο δικαιούχος του τελευταίου, επικαλούμενος κατ' ένσταση την προτεραιότητα του, δικαιούται να αποκρούει την επί παραλείψει αγωγή του δικαιούχου του σήματος, ως κάτοχος υπέρτερου δικαιώματος (ΑΠ 371/2012).

4.2.3. Ποινικές Κυρώσεις

Τέλος, ποινική προστασία προβλέπεται στο άρθρο 45 του Ν. 4679/2020 περί σημάτων, στο οποίο στοιχειοθετείται το έγκλημα της προσβολής εμπορικού σήματος ως πλημμέλημα και προβλέπεται ποινή φυλάκισης και χρηματική ποινή, εφόσον τελέστηκε με δόλο και ο δικαιούχος του σήματος υποβάλλει έγκλιση. Πιθανόν σε κάποιες περιπτώσεις απομίμησης να συρρέει και το αδίκημα της απάτης, όπως επίσης και το έγκλημα της πλαστογραφίας (π.χ. πλαστογραφημένες ετικέτες που επικολλούνται στο προϊόν για να προσδιορίσουν τη γνησιότητά του).^{73 74 75}

4.2.4. Ένσταση απόδειξης χρήσης

Με το νέο νόμο επεκτείνεται η πολύ σημαντική για την προστασία του ανταγωνισμού *ένσταση απόδειξης χρήσης* (άρθρα 28, 40 και 54) και στην αστική αγωγή κατά προσβολής του σήματος. Η συγκεκριμένη ένσταση ίσχυε παλιότερα μόνο στην ανακοπή και την ακυρότητα του σήματος. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί εφεξής να απορριφθεί αγωγή κατά προσβολών σήματος το οποίο είναι μόνο καταχωρημένο αλλά δεν χρησιμοποιείται στις συναλλαγές. Αυτό που προστατεύεται πλέον με το νόμο είναι η χρήση του σήματος και όχι η καταχώρισή του. Σήμα που δεν χρησιμοποιείται δεν προστατεύεται, εκτός κι αν δεν έχουν ακόμα παρέλθει πέντε έτη από την ημερομηνία καταχώρισής του ή υπάρχει εύλογη αιτία για τη μη χρήση του.

4.2.5. Περιορισμός Προστασίας

Η Οδηγία επέφερε σημαντικές αλλαγές στη διάταξη για τον περιορισμό του δικαιώματος στο σήμα. Το αρ. 11 του νέου νόμου αποσκοπεί στην προστασία της ελευθερίας του ανταγωνισμού και στο μετριασμό παρενεργειών από τον αποκλειστικό χαρακτήρα του δικαιώματος στο σήμα, δηλαδή αποσκοπεί στην προστασία του γενικού συμφέροντος. Για αυτό δεν είναι βέβαιο ότι η διάταξη πρέπει να ερμηνεύεται στενά με το σκεπτικό ότι εισάγει εξαίρεση από τη γενική διάταξη του αρ. 7 για το δικαίωμα στο σήμα. Μπορεί να γίνει ερμηνευτικά δεκτό ότι το δικαίωμα στο σήμα προσδιορίζεται

⁷⁴ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 32. Η ποινική προστασία του σήματος, σελ. 63, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

⁷⁵ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα. §27 Π 5. Αστική και Ποινική προστασία του σήματος, σελ.155, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

από κοινού τόσο από το αρ. 7 όσο και από το αρ. 11 και ότι οι διατάξεις είναι ερμηνευτικά ισοδύναμες. Ο προστατευτικός σκοπός του αρ. 11 είναι υπέρτερος του προστατευτικού σκοπού του αρ. 7. Από την άποψη της οικονομικής ανάλυσης του δικαίου, τα όρια του δικαιώματος στο σήμα είναι εξ ορισμού ασαφή και συγκεχυμένα και για τον προσδιορισμό του δικαιώματος έχουν περισσότερη σημασία οι εξαιρέσεις του παρά το θετικό του περιεχόμενο.

Συνοπτικά, θεσπίζονται τρεις περιορισμοί που επιτρέπουν στους τρίτους να χρησιμοποιούν α) το όνομα ή τη διεύθυνσή τους β) ενδείξεις που στερούνται διακριτικής ικανότητας ή αναφέρονται σε χαρακτηριστικά των προϊόντων που διαθέτουν οι τρίτοι, γ) το ίδιο το σήμα για το σκοπό αναφοράς στα προϊόντα του σηματούχου. Υπόψιν ότι στην περίπτωση β' θα πρόκειται για αναφορά στα προϊόντα του ίδιου του σηματούχου. Σε όλες τις περιπτώσεις πρέπει να τηρούνται τα χρηστά ήθη. Η παρ. 3 επιτρέπει ακόμα σε έναν τρίτο να εξακολουθήσει να χρησιμοποιεί ένα προγενέστερο δικαίωμα τοπικής ισχύος με βάση τη χρονική προτεραιότητα που έχει αποκτήσει. Εξάλλου, το αρ. 7 παρ.1 και 3 προβλέπει ότι οι εξουσίες που απορρέουν από το σήμα τελούν υπό την επιφύλαξη τυχόν προγενέστερων δικαιωμάτων.

Το αρ. 11 αποτελεί κατά κάποιον τρόπο θεραπεία για τυχόν σφάλματα που εμφιλοχώρησαν κατά την απονομή του δικαιώματος στο σήμα σε σχέση με την εκτίμηση κάποιων απόλυτων λόγων απαραδέκτου. Τούτο ενισχύεται και από το ότι η διατύπωση του εδαφ. β' του αρ. 11 αντιστοιχεί στη διατύπωση του εδαφ. γ' της παρ. 1 του αρ. 4 που αναφέρεται στους απόλυτους λόγους απαραδέκτου. Σκοπός του εδαφ. β' είναι να καταστήσει δυνατή τη χρήση από τρίτους όρων που στερούνται διακριτικής ικανότητας, ιδίως όταν αποσκοπούν στην πληροφόρηση του κοινού για το είδος, την ποιότητα, κ.λπ. των διακρινόμενων προϊόντων του τρίτου.^{76 77 78}

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

5.1. Το σήμα ως περιουσιακό αγαθό

5.1.1. Μεταβίβαση σήματος

Σύμφωνα με το αρ. 16 του νέου νόμου, το δικαίωμα στο σήμα μπορεί να μεταβιβαστεί εν ζωή ή αιτία θανάτου, για το σύνολο ή μέρος των προϊόντων ή υπηρεσιών για τις οποίες έχει καταχωριστεί, ανεξάρτητα από τη μεταβίβαση της επιχείρησης (παρ. 1). Η εισαγωγή στο ελληνικό δίκαιο της αρχής της ελεύθερης

⁷⁶ Βλ. ΜΘ Μαρίνος, 201 επ., Ν.Κ. Ρόκας παρ. 24. II. 6.

⁷⁷ Αιτιολογική Έκθεση σκέψη 27 Οδηγίας 2015/2436 ΕΕ

^{78 78} Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 22.Περιορισμός προστασίας του σήματος, σελ. 84-91, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

μεταβίβασης του σήματος σημαίνει ότι δεν υπάρχει πλέον εξασφάλιση στον καταναλωτή ότι τα εμπορεύματα ή οι υπηρεσίες παρέχονται από την ίδια πάντα επιχείρηση, η οποία έτσι «ανωνυμοποιείται». (αρχή της απεξάρτησης του σήματος από την επιχείρηση. Η μεταβίβαση της επιχείρησης στο σύνολό της συνεπάγεται και τη μεταβίβαση του σήματος, εκτός εάν υπάρχει αντίθετη συμφωνία ή αν αυτό προκύπτει σαφώς από τις περιστάσεις (παρ. 2). Αιτία της μεταβίβασης μπορεί να είναι οποιαδήποτε νόμιμη αιτία, όπως πώληση, δωρεά, εισφορά σε εταιρία. Το τίμημα για την αγορά του σήματος εξαρτάται κατά μεγάλο μέρος από την αποτίμηση της αξίας της μεταβιβάζουσας επιχείρησης. Ο νόμος προβλέπει έγγραφο τύπο για τη συμφωνία μεταβίβασης (παρ. 3) ο οποίος όμως σύμφωνα με την ορθή γνώμη δεν είναι συστατικός, αφού παρά την έλλειψή του, παράγονται αποτελέσματα στις μεταξύ των συμβαλλόμενων σχέσεις. (ΔΕΕ 4653/05). Όταν πρόκειται για δήλωση κατάθεσης σήματος που η εξέτασή της εκκρεμεί, επιτρέπεται η μεταβολή του προσώπου του αιτούντος την κατάθεση με έγγραφη συμφωνία (παρ. 4). Όταν μεταβιβάζεται δήλωση κατάθεσης σήματος, η άσκηση παρέμβασης είναι δυνατή από τον ειδικό ή καθολικό διάδοχο κατά το διάστημα που η υπόθεση είναι εκκρεμής ενώπιον της Διεύθυνσης Σημάτων ή της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων ή των Διοικητικών Δικαστηρίων ή του ΣτΕ.

Προσφυγή κατά απορριπτικής απόφασης

Η παρ. 6 του αρ. 16 ρυθμίζει την περίπτωση όπου ένα προγενέστερο σήμα το οποίο εμποδίζει την καταχώριση μεταγενέστερης δήλωσης, μεταβιβάζεται στον δικαιούχο αυτής της μεταγενέστερης δήλωσης κατά το χρόνο που αυτή εκκρεμεί. Μια δήλωση σήματος μπορεί να απορριφθεί, επειδή υπάρχει ένα προγενέστερο όμοιο ή παρόμοιο σήμα άλλου δικαιούχου. Ο καταθέτης της κρινόμενης δήλωσης σήματος που απορρίφθηκε ασκεί προσφυγή κατά της απόφασης που την απέρριψε. Μέχρι την εκδίκαση της προσφυγής, ο καταθέτης της κρινόμενης δήλωσης έχει αποκτήσει μέσω της μεταβίβασης το προγενέστερο σήμα που αποτελούσε εμπόδιο στην καταχώριση της υπό κρίση δήλωσης. Αν συμβεί αυτό, τότε το προγενέστερο σήμα δεν αποτελεί πλέον πραγματικό και ουσιαστικό κώλυμα για την καταχώριση της κρινόμενης δήλωσης, διότι ανήκουν πλέον και τα δύο στον ίδιο δικαιούχο και ως εκ τούτου δεν συντρέχει πλέον κίνδυνος σύγχυσης. Το διοικητικό δικαστήριο που εκδικάζει την προσφυγή λαμβάνει υπόψη τη μεταβίβαση του σήματος που μεσολάβησε μετά την άσκηση της προσφυγής και να την κάνει δεκτή επειδή πλέον εξέλιπε ο κίνδυνος σύγχυσης. Έτσι, κρίσιμος χρόνος για την εκτίμηση της προσφυγής δεν είναι ο χρόνος κατάθεσης της κρινόμενης δήλωσης αλλά λαμβάνεται υπόψη και η μεταβίβαση του προγενέστερου σήματος που μεσολάβησε αργότερα.^{79 80}

5.1.2. Παραχώρηση άδειας χρήσης

⁷⁹ Αιτιολογική Έκθεση ν. 4679/2020 σελ 10-11 <<

<https://www.hellenicparliament.gr/UserFiles/2f026f42-950c-4efc-b950-340c4fb76a24/e-simata-eis-all.pdf> >>

⁸⁰ Βλ. Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Μέρος Δ' Κεφ. Β' Το Σήμα §28 Το σήμα ως αντικείμενο συναλλαγών, II Μεταβίβαση, σελ. 170-172, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

Στο αρ. 17 του ν. 4679/2020 προβλέπεται η παραχώρηση άδειας χρήσης σήματος (license), με την οποία καθίσταται δυνατή η μετά από συμφωνία χρησιμοποίηση του σήματος από τρίτη επιχείρηση. Τόσο η αίτηση του σήματος όσο και το καταχωρημένο σήμα μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο παραχώρησης άδειας χρήσης, σε αποκλειστική ή μη βάση, και για το σύνολο ή για ορισμένα μόνο προϊόντα και για ορισμένο ή αόριστο χρόνο και για το σύνολο ή μέρος της Ελληνικής επικράτειας. Όταν έχει χορηγηθεί αποκλειστική άδεια χρήσης, και εφόσον συντρέχουν οι όροι της παραγράφου 4, ο αδειούχος μπορεί να ασκήσει τις αξιώσεις για την προσβολή του σήματος, ως μη δικαιούχος διάδικος.

5.1.3. Η απώλεια του δικαιώματος στο σήμα

I. Λόγοι Απώλειας

Το δικαίωμα στο σήμα είναι χρονικά περιορισμένο. Σύμφωνα με το άρθρο 36 του Ν. 4679/2020, η καταχώριση του σήματος διαρκεί για μια δεκαετία (10 έτη) που αρχίζει από την ημερομηνία κατάθεσης της δήλωσης ή, κατά περίπτωση, την ημερομηνία της παραγράφου 3 του άρθρου 21 (συμπλήρωση δηλώσεως) και λήγει την αντίστοιχη ημερομηνία μετά την πάροδο των δέκα (10) ετών.

Η καταχώριση μπορεί να ανανεώνεται ανά δεκαετία με αίτηση του δικαιούχου και με την εμπρόθεσμη καταβολή του τέλους ανανέωσης. Η Διεύθυνση Σημάτων ενημερώνει τον δικαιούχο του σήματος σχετικά με τη λήξη ισχύος της καταχώρισης έξι (6) τουλάχιστον μήνες πριν από την επέλευσή της. Η καταβολή του τέλους ανανέωσης γίνεται μέσα στο τελευταίο εξάμηνο της προστασίας ωστόσο υπό τον όρο της καταβολής του τέλους ανανέωσης αυξημένου κατά το ήμισυ και χωρίς να ανατρέπονται δικαιώματα τρίτων που αποκτήθηκαν στο μεταξύ η καταβολή να γίνει μέσα σε πρόσθετη προθεσμία έξι (6) μηνών μετά τη λήξη της καταχώρισης. Σε περίπτωση μη ανανέωσης, παύει αυτοδικαίως η προστασία του σήματος ενώ αμφισβήτηση σχετικά με την παράταση της προστασίας λύεται από τη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων με αίτηση του ενδιαφερομένου.

5.1.4. Απώλεια δικαιώματος λόγω ανοχής

Σύμφωνα με το αρ. 12, 1. «ο δικαιούχος προγενέστερου σήματος, κατά την έννοια της παραγράφου 2 του άρθρου 5, ή άλλου προγενέστερου δικαιώματος, κατά την έννοια των περιπτώσεων α' και β' της παραγράφου 3 του άρθρου 5, δεν έχει το δικαίωμα να ζητήσει την ακύρωση ή να απαγορεύσει τη χρήση μεταγενέστερου καταχωρισμένου στην Ελλάδα σήματος για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες για τις οποίες

αυτό χρησιμοποιήθηκε, εφόσον ανέχτηκε εν γνώσει του τη χρήση του σήματος αυτού για περίοδο πέντε (5) συνεχών ετών, εκτός αν η κατάθεση του μεταγενέστερου σήματος έγινε με κακή πίστη».

Η διάταξη του αρ. 12 υπήρχε ήδη στο Ν 4072/2012 (αρ. 127) ως ένσταση σε αστική δίκη για την προσβολή του σήματος. Με τη μορφή αυτή διατηρήθηκε και στο νέο νόμο. Όμως ο νέος νόμος προβλέπει ότι η ανοχή της χρήσης καταχωρημένου σήματος αποτελεί ένσταση και στην αίτηση ακυρότητας κατά του σήματος και προφανώς και στην ανταγωγή ακυρότητας. Για την ερμηνεία του αρ. 12 χρήσιμη είναι η νομολογία του ΔΕΕ και του ΓΔΕΕ για το αρ. 9 της Οδηγίας 2008/95 ΕΚ. Σύμφωνα με τις αποφάσεις αυτές, για την εφαρμογή του αρ. 12 πρέπει να συντρέχουν οι εξής προϋποθέσεις: α) καταχώριση του σήματος, β) πάροδος πενταετίας από την καταχώριση, γ) χρήση του σήματος στις συναλλαγές, δ) γνώση της χρήσης του σήματος, ε) ανοχή της χρήσης του σήματος και στ) έλλειψη κακής πίστης κατά την κατάθεση του σήματος. Οι πέντε πρώτες προϋποθέσεις πρέπει να συντρέχουν σωρευτικά, ενώ η έκτη είναι αντένσταση που επικαλείται και αποδεικνύει όποιος αμφισβητεί την εφαρμογή του αρ. 12 και επιδιώκει την ακυρότητα του σήματος ή την απαγόρευση της χρήσης του. Η πρακτική σημασία του αρ. 12 στο νέο νόμο είναι μεγάλη. Το αρ. 12 θα είναι εφεξής η διάταξη που θα παρέχει ασφάλεια και προστασία στα παλιά και καθιερωμένα σήματα και θα συνιστά την άμυνά τους κατά αίτησης ακυρότητας ή ανταγωγής ακυρότητας.

5.1.5. Παραίτηση από το δικαίωμα στο σήμα

Σύμφωνα με το αρ. 49 του νόμου, το δικαίωμα στο σήμα αποσβένεται με δήλωση παραίτησης του δικαιούχου για το σύνολο ή μέρος των προϊόντων ή των υπηρεσιών για τις οποίες έχει καταχωριστεί. Η παραίτηση δηλώνεται εγγράφως στη Διεύθυνση Σημάτων από το δικαιούχο του σήματος. Παράγει αποτελέσματα μόνο μετά την εγγραφή της στο μητρώο σημάτων. Σε περίπτωση παραχώρησης άδειας χρήσης του σήματος, η παραίτηση εγγράφεται στο μητρώο, μόνο αν ο δικαιούχος του σήματος αποδείξει ότι, έχει γνωστοποιήσει στον αδειούχο την πρόθεσή του να παραιτηθεί από το σήμα.

5.1.6. Μεταφορά δικαιοδοσίας από τα διοικητικά δικαστήρια στα πολιτικά

Μία σημαντική καινοτομία του νέου νόμου είναι ότι κατά το αρ. 94 παρ. 3 του Συντάγματος, μεταφέρεται από τα διοικητικά δικαστήρια στα πολιτικά η δικαιοδοσία για την εκδίκαση αιτήσεων έκπτωσης από το δικαίωμα στο σήμα και αιτήσεων ακυρότητας, ενώ ταυτόχρονα δίνεται η δυνατότητα στα πολιτικά δικαστήρια να εξετάζουν ανταγωγές για την έκπτωση από το σήμα ή την ακυρότητα του σήματος στο πλαίσιο αγωγών για την προσβολή του σήματος. Οι μεταβολές αυτές γίνονται με τα άρθρα 38 παρ. 12 επ., 47 παρ. 4, 50 παρ. 1, και 52 παρ. 1. Οι αλλαγές αυτές επιβάλλονται από την ανάγκη σύγκλισης του εθνικού σήματος με τη ρύθμιση που ισχύει για το σήμα της ΕΕ με τον Κανονισμό 2017/1001 ΕΕ. Σήμερα τα εθνικά πολιτικά

δικαστήρια εξετάζουν ανταγωγές για την έκπτωση ή την ακύρωση Ευρωπαϊκού σήματος. Είναι λοιπόν αναγκαίο να έχουν την ίδια δυνατότητα και προκειμένου για εθνικά σήματα.⁸¹

5.1.7. Έκπτωση από το δικαίωμα στο σήμα

Με αίτηση κατά του δικαιούχου του σήματος που υποβάλλεται στη Διεύθυνση Σημάτων και εξετάζεται από τη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων μπορεί να ζητηθεί η έκπτωσή του από το δικαίωμα στο σήμα για τους λόγους της παραγράφου 2. Η απόφαση της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων προσβάλλεται στα πολιτικά δικαστήρια με ανακοπή του άρθρου 583 ΚΠολΔ για έλεγχο νόμου και ουσίας (αρ. 50).

Όπως προαναφέραμε, η δικαιοδοσία για διαφορές σχετικές με την έκπτωση από το δικαίωμα στο σήμα μεταφέρθηκε από τα διοικητικά δικαστήρια στα πολιτικά. Η έκπτωση από το δικαίωμα στο σήμα μπορεί να ασκηθεί με ανακοπή του άρθρου 583 ΚΠολΔ από τα πολιτικά δικαστήρια, ή με ανταγωγή έκπτωσης στο πλαίσιο αγωγής για την προσβολή του σήματος. Όταν η έκπτωση ζητείται με ανακοπή του άρθρου 983, πρέπει να τηρηθεί η προδικασία της προηγούμενης υποβολής αιτήματος για την έκπτωση στη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων. Τα ζητήματα αυτά αναλύονται και υπό τα άρθρα 38 και 47. Η έκπτωση επέρχεται, είτε λόγω μη χρήσης του σήματος, είτε επειδή το σήμα έχει καταστεί κοινόχρηστο, είτε επειδή χρησιμοποιείται με τρόπο που ενδέχεται να παραπλανήσει το κοινό. Τα αποτελέσματα της έκπτωσης επέρχονται όταν η σχετική απόφαση καταστεί τελεσίδικη. Όμως, ανάλογα με τον λόγο της έκπτωσης, το δικαστήριο μπορεί, κατ' αίτηση του ενδιαφερόμενου διαδίκου, να ορίσει ότι τα αποτελέσματα της έκπτωσης επέρχονται αναδρομικά, από προγενέστερη ημερομηνία που καθορίζει στην απόφασή του.

5.1.8. Κατάθεση και εξέταση αίτησης έκπτωσης

Η αίτηση έκπτωσης που κατατίθεται στη Διεύθυνση Σημάτων εξετάζεται από τη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων. Η αίτηση απευθύνεται μόνο κατά του δικαιούχου του σήματος. Η αίτηση μπορεί να αφορά μέρος ή το σύνολο των προϊόντων ή των υπηρεσιών σε σχέση με τις οποίες έχει καταχωριστεί το αμφισβητούμενο σήμα (αρ. 51 παρ. 1). Αίτηση για έκπτωση μπορεί να υποβληθεί από κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, καθώς και από κάθε οργάνωση ή φορέα εκπροσώπησης των συμφερόντων κατασκευαστών, παραγωγών, παρόχων υπηρεσιών, εμπόρων ή καταναλωτών, εφόσον μπορεί να ενάγει και να ενάγεται (παρ. 2)

5.1.9. Αποτελέσματα της έκπτωσης και της ακυρότητας

Τα άρθρα 50 παρ. 6 και 52 παρ. 7 ορίζουν τα αποτελέσματα της έκπτωσης και της ακυρότητας αντίστοιχα, καθώς και το χρόνο επέλευσής τους. Η ακυρότητα επέρχεται όταν η σχετική απόφαση καταστεί τελεσίδικη, όμως το σήμα που κηρύχθηκε άκυρο

⁸¹ Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 29. Μεταφορά δικαιοδοσίας από τα διοικητικά δικαστήρια στα πολιτικά, σελ.112, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

θεωρείται ότι ουδέποτε παρήγε αποτελέσματα. Συνεπώς, η ακυρότητα είναι αναδρομική από το χρόνο της καταχώρισης και της κατάθεσης του σήματος.

Η έκπτωση επέρχεται και αυτή όταν η σχετική απόφαση καταστεί τελεσίδικη. Όμως τα αποτελέσματα της επέρχονται και πάλι αναδρομικά από τότε που κατατέθηκε η σχετική αίτηση. Μάλιστα, μπορεί να ζητηθεί να οριστεί προγενέστερος χρόνος επέλευσης των αποτελεσμάτων της αίτησης, αν αποδεικνύεται ότι ο λόγος έκπτωσης συνέτρεχε από παλιότερα.⁸²

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

6.1. Ευρωπαϊκό Σήμα (EUTM)

Το EUTM είναι ένα εμπορικό σήμα το οποίο είναι ισχυρό στο σύνολο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και το οποίο καταχωρείται στο EUIPO σύμφωνα με τις διατάξεις των Κανονισμών για το EUTM.

6.1.1. Πεδίο εφαρμογής και ισχύ

Το EUTM είναι ισχυρό στην Ευρωπαϊκή Ένωση εκλαμβανομένης ως σύνολο. Δεν είναι δυνατός ο περιορισμός του γεωγραφικού πεδίου εφαρμογής σε ορισμένα Κράτη Μέλη μόνο. Επίσης, το EUTM είναι ισχυρό για 10 έτη και μπορεί να ανανεωθεί επ' αόριστον για περιόδους δέκα ετών. Παρέχει στον δικαιούχο του αφενός το αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης του σήματος και αποτροπής τρίτων μερών από τη χρήση, χωρίς τη συναίνεσή του, του ίδιου ή παρόμοιου σήματος για τα ίδια ή παρόμοια προϊόντα και/ή υπηρεσίες, όπως αυτές που προστατεύονται από το EUTM, και αφετέρου το αποκλειστικό δικαίωμα στα 28 Κράτη Μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης με ένα λογικό κόστος. Σε περίπτωση οποιασδήποτε μελλοντικής διεύρυνσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το καταχωρημένο ή αιτούμενο EUTM επεκτείνεται αυτόματα στα νέα Κράτη Μέλη χωρίς διατυπώσεις ή την καταβολή (πρόσθετων) τελών.

Το σύστημα EUTM προβλέπει μία ενιαία διαδικασία καταχώρισης, η οποία αποτελείται από:

- μία αίτηση,
- μία γλώσσα ως προς τη διαδικασία,
- ένα διοικητικό κέντρο και,
- τη διαχείριση ενός μόνο φακέλου.

6.1.2. Επιβολή

⁸² Βλ. Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία 28.Αποτελέσματα της έκπτωσης και της ακυρότητας, σελ.112, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη

Το EUTM παρέχει στον/στη δικαιούχο του το αποκλειστικό δικαίωμα να αποτρέπει τη μη εξουσιοδοτημένη χρήση του σήματος στο εμπόριο χωρίς τη συναίνεσή του/της. Πιο συγκεκριμένα, ο δικαιούχος έχει το δικαίωμα να αποτρέπει τη διενέργεια των ακόλουθων πράξεων από μη εξουσιοδοτημένα τρίτα μέρη, δηλαδή: **την τοποθέτηση του καταχωρημένου EUTM στα προϊόντα ή τη συσκευασία τους, την προσφορά αγαθών ή παροχή υπηρεσιών οι οποίες φέρουν το καταχωρημένο EUTM; Την εισαγωγή ή εξαγωγή αγαθών με αυτό το σήμα και, τη χρήση του σε επιχειρηματικά έγγραφα και στη διαφήμιση.** Αν ένα μη εξουσιοδοτημένο τρίτο μέρος προβεί σε κάποια από αυτές τις πρακτικές, έχει διαπράξει παράβαση του αποκλειστικού δικαιώματος του ιδιοκτήτη. Ο κάτοχος ενός EUTM μπορεί να δράσει κατά αυτών των παραβάσεων λαμβάνοντας μέτρα που προβλέπονται ρητά για τον σκοπό αυτό από τον σχετικό Κανονισμό σε σχέση με διαφορές που σχετίζονται με παραβάσεις και με την εγκυρότητα των Ευρωπαϊκών σημάτων, και ειδικότερα μέσω:

- Διαδικασιών ενώπιον των δικαστηρίων για τα Ευρωπαϊκά σήματα που θεσπίστηκαν από τον σχετικό Κανονισμό.
- Αιτήσεων για ανάληψη δράσης ενώπιον των τελωνειακών αρχών της ΕΕ. Αυτή η διοικητική διαδικασία επιτρέπει στους ιδιοκτήτες ενός EUTM να ζητήσουν από τις τελωνειακές αρχές της ΕΕ να παρακρατήσουν ύποπτα παραποιημένα προϊόντα υπό τον έλεγχό τους.

6.1.3. Διατήρηση Δικαιωμάτων

Τα Ευρωπαϊκά Σήματα θα πρέπει να τεθούν για ουσιαστική χρήση εντός της ΕΕ μέσα σε χρονικό διάστημα πέντε ετών μετά την καταχώριση (Άρθρο 15 του Κανονισμού περί Σημάτων (EUTMR)). Ουσιαστική χρήση μπορεί να υπάρξει όταν έγινε χρήση του σήματος μόνο σε ένα τμήμα της Ένωσης, όπως σε ένα μόνο Κράτος Μέλος ή σε κάποιο μέρος του. Κάθε πρόσωπο (νομικό ή φυσικό) μπορεί να προστατεύσει το καταχωρημένο EUTM κατά της ανάκλησής του λόγω έλλειψης χρήσης, εφόσον έχει τεθεί για ουσιαστική χρήση στην Ευρωπαϊκή Ένωση μετά την αρχική περίοδο χάριτος των πέντε ετών που έπεται της καταχώρισης ή αν υπάρχουν επαρκείς λόγοι για την έλλειψη μιας τέτοιας χρήσης (π.χ. επιβολή εμπορικού εμπάργκο ή λόγοι ανωτέρας βίας: οι οικονομικές δυσκολίες δεν θεωρούνται λόγος ανωτέρας βίας).

6.1.4. Διεθνής Καταχώριση Σημάτων

Προκειμένου να αποφευχθεί η ανάγκη καταχώρισης χωριστά σε κάθε εθνικό ή περιφερειακό γραφείο, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Διανοητικής Ιδιοκτησίας διαχειρίζεται ένα σύστημα διεθνούς καταχώρισης σημάτων. Το σύστημα αυτό διέπουν δύο συνθήκες, τη Συμφωνία της Μαδρίτης που αφορά στη Διεθνή Καταχώριση Σημάτων και το Πρωτόκολλο της Μαδρίτης (*Το Πρωτόκολλο δεν αποτελεί Συνθήκη εναρμόνισης που περιέχει ουσιαστικό δίκαιο, αλλά Συνθήκη που αφορά την κατάθεση της αίτησης για την κατοχύρωση της προστασίας ενός σήματος*). Ένα πρόσωπο που συνδέεται (μέσω εθνικότητας, κατοικίας ή διαμονής) με μία χώρα

που αποτελεί συμβαλλόμενο μέρος της μίας ή και των δύο συνθηκών μπορεί, στη βάση της κατοχύρωσης ή της υποβολής αίτησης στο γραφείο σημάτων αυτής της χώρας, να αποκτήσει διεθνή κατοχύρωση της προστασίας του σήματος με ισχύ σε μερικές ή σε όλες τις υπόλοιπες χώρες της Ένωσης της Μαδρίτης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

7.1. Τα εμπορικά σήματα στη συμφωνία των Πρεσπών

7.1.1. Παραπομπή του ζητήματος σε ειδική συμφωνία

Η Συμφωνία των Πρεσπών, αφού επέλυσε το ζήτημα της συνταγματικής ονομασίας της γειτονικής μας χώρας, παραπέμπει σε περαιτέρω διάλογο και σε μια νέα ειδική συμφωνία για το ζήτημα της εμπορικής χρήσης του όρου Μακεδονία σε εμπορικά σήματα, επωνυμίες επιχειρήσεων, γεωγραφικές ενδείξεις, κλπ. Ο διάλογος αυτός απαιτεί εγρήγορση, διορατικότητα και βεβαίως πνεύμα κατανόησης και συνεργασίας. Τα εμπορικά σήματα, οι εταιρικές επωνυμίες και οι γεωγραφικές ενδείξεις αποσκοπούν στην ενίσχυση του ανταγωνισμού και στην ανάπτυξη. Δυστυχώς, όμως, πολύ συχνά στην πράξη χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις ως «νομικά μονοπώλια» που περιορίζουν αδικαιολόγητα την ελεύθερη πρόσβαση στις αγορές των άλλων ανταγωνιστών. Αυτός είναι και ο λόγος που ο διάλογος και η νέα συμφωνία που θα ακολουθήσουν θα έχουν σημαντικό και άμεσα ορατό αντίκτυπο στις επιχειρήσεις, στους καταναλωτές και στην πρόσβαση και παρουσία των προϊόντων των δύο χωρών στις αγορές του εξωτερικού.⁸³

7.1.2. Η χρήση του όρου «Μακεδονία» στα εμπορικά σήματα

Στη Συμφωνία των Πρεσπών προβλέπεται ότι στις σχέσεις μεταξύ των δύο συμβαλλομένων κρατών η επίσημη συνταγματική επωνυμία της μέχρι σήμερα FYROM θα είναι «Δημοκρατία της Βόρειας Μακεδονίας» και εν συντομία «Βόρεια Μακεδονία» (Άρθρο 1παρ. 3 εδαφ. α'). Η Συμφωνία προβλέπει ότι η επωνυμία αυτή θα χρησιμοποιείται **erga omnes**. Η FYROM δηλαδή, θα κάνει χρήση των όρων «Δημοκρατία της Βόρειας Μακεδονίας» και «Βόρεια Μακεδονία» ως ονομασία της έναντι όλων. Από νομική άποψη η διακρατική συμφωνία μεταξύ των δύο χωρών δεν δεσμευτική για τρίτες χώρες όσον αφορά στο το πώς θα αποκαλούν στο μέλλον τη

⁸³ Νομικά ζητήματα για τα εμπορικά σήματα, τις επωνυμίες και τις γεωγραφικές ενδείξεις από τη συμφωνία των Πρεσπών, Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης

<<[>>](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjA1b-NjLj9AhWecPEDHRWYCFMQFnoECAkQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.mfa.gr%2Fimages%2Fdocs%2Feidikathemata%2Fchristos_chrysanthis.doc&usq=AOvVaw2REgaStHFvzV-zMyszY1PW)

FYROM (Βόρεια Μακεδονία). Ωστόσο, από τη στιγμή που η ίδια η FYROM (Βόρεια Μακεδονία) θα χρησιμοποιεί ως ονομασία της τον όρο «Βόρεια Μακεδονία», το πιθανότερο είναι ότι τον ίδιο όρο θα υιοθετήσουν και τα υπόλοιπα κράτη και οι διεθνείς οργανισμοί, καθώς και οι καταναλωτές που αγοράζουν τα προϊόντα της χώρας αυτής. Την ίδια επωνυμία δεσμεύεται να χρησιμοποιεί η FYROM και απέναντι στις επιχειρήσεις των οποίων η έδρα είναι σε αυτήν. Κατά συνέπεια, στα διάφορα εταιρικά πιστοποιητικά ή τα πιστοποιητικά καταχώρησης εμπορικών σημάτων που θα χορηγεί το εν λόγω κράτος, θα πρέπει να αυτοπροσδιορίζεται ως «Δημοκρατία της Βόρειας Μακεδονίας». Λογικά, τούτο αναπόφευκτα πρέπει να έχει κάποιο αντίκτυπο και στο πως θα μπορούν να αυτοπροσδιορίζονται οι επιχειρήσεις που είναι εγκατεστημένες στη χώρα αυτή.

7.1.3. Αμοιβαία κατανόηση μεταξύ των συμβαλλόμενων

Παράλληλα, το άρθρο 1 παρ. 3 εδαφ. δ' της Συμφωνίας προβλέπει ότι ο όρος «Μακεδονία» έχει την έννοια που αναφέρεται στο άρθρο 7 της Συμφωνίας. Εκεί αναφέρεται ότι κάθε ένα από τα δύο συμβαλλόμενα κράτη μπορεί να χρησιμοποιεί τον όρο «Μακεδονία» σύμφωνα με τη δική του αντίληψη. *«Θεσπίζεται δηλαδή μια μορφή ανοχής και αμοιβαίας κατανόησης ως προς τη χρήση του όρου «Μακεδονία».* Επιπλέον, υπάρχει ρητή πρόβλεψη για το γεγονός ότι η Συμφωνία των Πρεσπών για το συνταγματικό όνομα δεν επηρεάζει τη χρήση του όρου «Μακεδονία» από τους πολίτες των δύο κρατών. *«Έτσι, η συμφωνία των Πρεσπών περιορίζει τα άμεσα αποτελέσματά της μόνο στις σχέσεις μεταξύ των δύο κρατών (όχι και στις σχέσεις μεταξύ των επιχειρήσεων των δύο κρατών) και δεν προδικάζει άλλα ζητήματα που δεν σχετίζονται με το κρατικό όνομα, όπως π.χ. ζητήματα σχετικά με εμπορικά σήματα, τις επωνυμίες, τις γεωγραφικές ενδείξεις για εμπορική χρήση, κλπ.»*

Το άρθρο 1 παρ. 3 εδαφ. ζ' της Συμφωνίας προβλέπει ότι ο επιθετικός προσδιορισμός για το κράτος και τις κρατικές οντότητες της FYROM (Βόρειας Μακεδονίας) θα ταυτίζεται με την επίσημη ονομασία της ως «Βόρεια Μακεδονία», και αυτό δεν θα επηρεάζει τις μη κρατικές οντότητες, οι οποίες δύνανται να κάνουν χρήση του όρου «Μακεδονία», όπως προβλέπεται στο άρθρο 7. *«Διευκρινίζεται, όμως, ότι όλα αυτά δεν επηρεάζουν τη διαδικασία που προβλέπει το άρθρο 1 παρ. 3 εδαφ. θ' σχετικά με τις εμπορικές επωνυμίες, τα εμπορικά σήματα και τα συναφή ζητήματα».*

«Το άρθρο 1 παρ. 3 εδαφ. θ' είναι η πιο κεντρική διάταξη της Συμφωνίας σε σχέση με τα εμπορικά ζητήματα, δηλαδή ζητήματα που συνδέονται με τη χρήση του όρου «Μακεδονία» ή «Βόρεια Μακεδονία» σε εμπορικές επωνυμίες, εμπορικά σήματα, γεωγραφικές ενδείξεις προϊόντων, κλπ.» Προβλέπεται ότι για την υλοποίηση των προαναφερόμενων διατάξεων θα δημιουργηθεί μια διεθνής ομάδα ειδικών από εκπροσώπους των δύο κρατών στο πλαίσιο της ΕΕ με την κατάλληλη συνεισφορά των Ηνωμένων Εθνών και του ΔΟΤ (Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης). Στόχος αυτής της ομάδας θα είναι η εύρεση αμοιβαία αποδεκτών λύσεων για τα ζητήματα των εμπορικών επωνυμιών, των εμπορικών σημάτων και άλλων τέτοιων ζητημάτων που προκύπτουν από την εμπορική χρήση του όρου Μακεδονία, όπως π.χ. τα ζητήματα των

γεωγραφικών ενδείξεων, των ονομασιών προέλευσης, κλπ. «Οι λύσεις αυτές θα αναζητηθούν μέσα από διάλογο στον οποίο θα συμμετέχουν και οι επιχειρηματικές κοινότητες των δύο χωρών». Αυτή η ομάδα ειδικών προβλεπόταν να συγκροτηθεί εντός του 2019 έπρεπε να ολοκληρώσει τις εργασίες της εντός τριών ετών. Προβλέπεται, τέλος, ότι μέχρι να εξευρεθεί μια αμοιβαία αποδεκτή συμφωνία δεν θα επηρεαστεί η παρούσα εμπορική χρήση. Η παρούσα εμπορική χρήση έχει διάσταση τόσο χρονική όσο και γεωγραφική. Δηλαδή, δεν περιλαμβάνει την επέκταση σε νέες αγορές με βάση εμπορική επωνυμία, σήμα, ή γεωγραφική ένδειξη που χρησιμοποιείται σήμερα σε άλλες αγορές. Ομοίως, δεν περιλαμβάνει την κατάθεση νέων εμπορικών σημάτων, ή νέων επωνυμιών, ή γεωγραφικών ενδείξεων.

7.1.4. Αμφισβητήσεις σχετικά με την καταχώριση εμπορικών σημάτων

Ανεξάρτητα από το περιεχόμενο της Συμφωνίας των Πρεσπών, «όταν υπάρχουν αμφισβητήσεις σχετικά με την καταχώριση, ή τη χρήση εμπορικών σημάτων, εμπορικών επωνυμιών, ή γεωγραφικών ενδείξεων, αυτές επιλύονται από τα δικαστήρια ή τις Αρχές των χωρών όπου κυκλοφορούν τα οικεία προϊόντα, ή όπου ζητείται η καταχώριση εμπορικού σήματος. Τα δικαστήρια και οι Αρχές τρίτων χωρών δεν δεσμεύονται από τη Συμφωνία των Πρεσπών, ούτε μπορούν να την εφαρμόσουν. Σε αυτό συντείνει το γεγονός ότι οι περισσότερες χώρες του κόσμου (μεταξύ αυτών και η Ελλάδα και η σημερινή FYROM) έχουν κυρώσει τη Διεθνή Σύμβαση Παρισίων (1883) για την προστασία της βιομηχανικής ιδιοκτησίας.» Τα άρθρα 10 και 10 δις της Σύμβασης αυτής προβλέπουν την απαγόρευση του αθέμιτου ανταγωνισμού και της χρήσης παραπλανητικών ενδείξεων ως προς την προέλευση των προϊόντων. Έτσι, αν π.χ. αν μια ελληνική επιχείρηση θίγεται, επειδή μια επιχείρηση της σημερινής FYROM (μελλοντικά Βόρειας Μακεδονίας) εξάγει προϊόντα οίνου με τον όρο Μακεδονία ή Μακεδονικός στην Αγγλία, αρμόδια να κρίνουν το ζήτημα είναι τα Αγγλικά δικαστήρια. Τα δικαστήρια της Αγγλίας θα αποφασίσουν με βάση το εσωτερικό τους δίκαιο, κυρίως με βάση τις εθνικές διατάξεις για την απαγόρευση του αθέμιτου ανταγωνισμού και ιδίως με τη μορφή της παραπλάνησης των καταναλωτών σε σχέση με τη γεωγραφική προέλευση των προϊόντων. Κριτήριο για μια τέτοια δικανική κρίση θα είναι η αντίληψη των καταναλωτών στην Αγγλία σχετικά με την ορθή χρήση του όρου Μακεδονία, δηλαδή το ποια γεωγραφική περιοχή πιστεύουν οι Άγγλοι καταναλωτές ότι προσδιορίζει ο όρος Μακεδονία.

7.1.5. Δέσμευση δικαστηρίων άλλων χωρών από τη Συμφωνία

Η Συμφωνία των Πρεσπών δεν δεσμεύει τα δικαστήρια άλλων χωρών, αλλά δεν είναι και παντελώς αδιάφορη. Το αποτέλεσμα της οποιασδήποτε αμοιβαίας (από τα δύο μέρη) αποδεκτής συμφωνίας από την ομάδα ειδικών του άρθρου 1 παρ. 3 εδαφ. θ', επίσης, δεν θα δεσμεύει τα δικαστήρια τρίτων χωρών, χωρίς αυτό να σημαίνει και ότι θα είναι παντελώς αδιάφορη νομικά. «Τα εθνικά δικαστήρια κάθε χώρας, εφαρμόζοντας το εσωτερικό τους δίκαιο, κρίνουν με βάση την αντίληψη των εγχώριων καταναλωτών

σε σχέση με τη χρήση του όρου *Μακεδονία*. Σημαντικό είναι αν η χρήση του όρου *Μακεδονία* από μια επιχείρηση προκαλεί παραπλάνηση στους καταναλωτές του κράτους αυτού. Στο πλαίσιο αυτό, η επίσημη κρατική ονομασία μιας χώρας, και η οποιαδήποτε διμερής συμφωνία δεν είναι καθοριστική, αλλά δεν είναι και παντελώς αδιάφορη. Λογικά, σε συνθήκες συνθήκες, η επίσημη ονομασία μιας χώρας και το πώς αυτή αυτοπροσδιορίζεται επηρεάζει την αντίληψη των καταναλωτών και των άλλων χωρών για το πώς ονομάζεται η χώρα αυτή. Επίσης, με τον ίδιο τρόπο, υπό συνθήκες και ομαλές συνθήκες, επηρεάζει την αντίληψη των καταναλωτών των άλλων χωρών μια διμερής συμφωνία για τη χρήση γεωγραφικών όρων σε σήματα ή επωνυμίες, κλπ., ιδίως αν πρόκειται για μια συμφωνία που θα τύχει ευρείας αποδοχής από τις επιχειρήσεις των δύο χωρών». Δεν είναι όμως δυνατό να έχει τέτοιο αντίκτυπο μια συμφωνία που ενθαρρύνει ή επιτρέπει τη σύγχυση του καταναλωτικού κοινού σε άλλες χώρες. Το πιο πιθανό είναι ότι τα δικαστήρια τρίτων χωρών θα αντιμετώπιζαν με επιφύλαξη μια συμφωνία που ενθαρρύνει αυτή την παραπλάνηση. Και η καταναλωτική αντίληψη όμως, δεν θα επηρεαζόταν από μια διμερή συμφωνία που δεν επιφέρει με αποτελεσματικό τρόπο διαφοροποίηση σχετικά με την προέλευση των προϊόντων και των επιχειρήσεων κάθε χώρας. «Από την άποψη αυτή, το άρθρο 7 της Συμφωνίας των Πρεσπών μάλλον δεν αποτελεί τον καλύτερο οδηγό για την οριστική επίλυση των ζητημάτων που σχετίζονται με τα σήματα, τις επωνυμίες, τις γεωγραφικές ενδείξεις κλπ., και λειτουργεί μόνο ως μια αναγκαία προσωρινή λύση».

7.1.6. Στόχοι της συμφωνίας

Στον τομέα της βιομηχανικής ιδιοκτησίας, **στόχος είναι η αποτροπή της παραπλάνησης του κοινού** και η σαφής διαφοροποίηση των επιχειρήσεων και των προϊόντων. Οι στόχοι αυτοί που αποτελούν βάσεις για τις νομοθεσίες όλων των χωρών, αλλά και όλες τις διεθνείς συμβάσεις για τη βιομηχανική ιδιοκτησία, δεν εξυπηρετούνται από μια λύση του τύπου του άρθρου 7, σύμφωνα με την οποία κάθε συμβαλλόμενο μέρος μπορεί να κάνει χρήση του όρου *Μακεδονία* κατά τις δικές του αντιλήψεις. Η ορθότερη ερμηνεία του άρθρου 7 της Συμφωνίας των Πρεσπών είναι ότι «εισάγει μια προσωρινή λύση, μέχρις ότου τα ζητήματα αυτά ρυθμιστούν οριστικά με μια νέα συμφωνία που να σχετίζεται ειδικά με τα ζητήματα της βιομηχανικής ιδιοκτησίας. Αυτό εξυπηρετεί και τα πραγματικά συμφέροντα των επιχειρηματικών κοινοτήτων στις δύο χώρες. Στο πεδίο της βιομηχανικής ιδιοκτησίας αυτό που εξυπηρετεί τα υγιή συμφέροντα των επιχειρήσεων είναι η διαφοροποίηση και όχι η από κοινού χρήση των ίδιων ενδείξεων, η οποία απλώς παράγει σύγχυση και παραπλάνηση για το καταναλωτικό κοινό. Η συνύπαρξη στη χρήση των ίδιων ενδείξεων συνήθως οδηγεί σε μακροχρόνιους δικαστικούς αγώνες που κινούνται παράλληλα σε πολλές χώρες, καθώς και σε αυξημένες διαφημιστικές δαπάνες για να ενισχυθεί η πεποίθηση του κοινού για το ποιο από τα δύο μέρη κάνει γνήσια και αυθεντική χρήση της αμφισβητούμενης ένδειξης. Όλα αυτά αυξάνουν τα κόστη παραγωγής, διαιωνίζουν τη σύγχυση και την παραπλάνηση του κοινού και αποβαίνουν σε βάρος των καταναλωτών αλλά και των ίδιων των επιχειρήσεων, που αντί να αναπτύσσουν την παραγωγική τους ικανότητα εξαντλούνται σε χρόνιες δικαστικές αντιπαραθέσεις για τη διάσωση της εταιρικής τους ταυτότητας και γίνονται πιο ευάλωτες

απέναντι σε τρίτους ανταγωνιστές. Ιστορικά παραδείγματα υπάρχουν αρκετά και είναι παραδείγματα προς αποφυγή και όχι προς μίμηση (π.χ. το σήμα της μπίρας BUD, ή το σήμα της vodka Stolichnaya)».

7.1.7. Η κρίση των δικαστηρίων

Άλλη μια παράμετρος που επηρεάζει την κρίση των δικαστηρίων τρίτων χωρών είναι αν υπάρχουν κατοχυρωμένα εμπορικά σήματα ή γεωγραφικές ενδείξεις. Αν υπάρχουν, παρέχουν και δικαίωμα χρήσης. Είναι πιθανό, η χρήση ενός εμπορικού σήματος, μια εταιρικής επωνυμίας, ή μιας γεωγραφικής ένδειξης να έχει γίνει παράτυπα ή κακή τη πίστει, να είναι εξ αρχής παραπλανητική, ή να καταστεί παραπλανητική ύστερα από την καταχώρησή της. Σε όλες αυτές τις περιπτώσεις συνήθως προβλέπονται διαδικασίες για την ακύρωση των εν λόγω εμπορικών σημάτων, επωνυμιών, ή γεωγραφικών ενδείξεων. Όμως, οι διαδικασίες αυτές πολλές φορές είναι χρονοβόρες, αμφίρροπες ως προς την τελική τους έκβαση, ενώ στο χρονικό διάστημα που μεσολαβεί μέχρι την έκδοση τελεσίδικης δικαστικής απόφασης για την ακύρωση σήματος ή γεωγραφικής ένδειξης οι καταχωρήσεις που έχουν ήδη γίνει παράγουν αποτελέσματα και χορηγούν δικαίωμα χρήσης. Έτσι, είναι αναγκαίο να υπάρξει μέριμνα ώστε να μη γίνουν βεβιασμένα από οποιαδήποτε πλευρά καταχωρήσεις σημάτων με τον όρο Μακεδονία, οι οποίες θα είναι παράτυπες και θα προκαλέσουν την ανάγκη κίνησης δικαστικών διαδικασιών στο μέλλον για την ακύρωσή τους. Ένα τέτοιο ενδεχόμενο μπορεί να υποβάλει σε αδικαιολόγητη ταλαιπωρία επιχειρήσεις από τις δύο χώρες και μπορεί να οδηγήσει σε αποκλεισμούς από τις αγορές. Ιδιαίτερα χρήσιμο θα είναι αν ένας κρατικός ή και ιδιωτικός φορέας αναλάβει άμεσα να παρακολουθεί συστηματικά τις αιτήσεις που κατατίθενται στο Ευρωπαϊκό Μητρώο Σημάτων, στο Διεθνές Μητρώο Σημάτων που τηρείται στον WIPO, στα διεθνή μητρώα για τις γεωγραφικές ενδείξεις, κλπ., και ασκεί τις ανακοπές που προβλέπονται, ώστε να αποτραπεί η τυχόν παράτυπη κατοχύρωση σημάτων ή γεωγραφικών ενδείξεων με τον όρο Μακεδονία.

7.1.8. Πρακτικά ζητήματα που μπορεί να ανακύψουν

Δεν είναι δυνατό να προβλέψουμε όλα τα πρακτικά προβλήματα που μπορεί να ανακύψουν σε σχέση με τη χρήση του όρου Μακεδονία, μπορούμε όμως να αναφέρουμε κάποια ενδεικτικά ζητήματα:

α) Το ενδεχόμενο μελλοντικής ένταξης της Βόρειας Μακεδονίας στην ΕΕ

«Πολλά από τα πρακτικά ζητήματα που μπορεί να ανακύψουν σχετίζονται με την ενδεχόμενη μελλοντική ένταξη της σημερινής FYROM στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Όπως προκύπτει από μια πρόχειρη έρευνα στη διεθνή διαδικτυακή βάση δεδομένων TM-VIEW (<https://www.tmdn.org/tmview/welcome>), σήμερα υπάρχουν περίπου 75 εθνικά εμπορικά σήματα που έχουν κατοχυρωθεί στο εθνικό μητρώο σημάτων της FYROM (Βόρεια Μακεδονία), ή εκκρεμούν ως αιτήσεις για κατοχύρωση σήματος, και περιέχουν τον όρο MACEDONIA (στην Αγγλική). Σύμφωνα με τη νομοθεσία για

το Ευρωπαϊκό Σήμα (Κανονισμός 2017/1001 ΕΕ), αν μελλοντικά η FYROM (Βόρεια Μακεδονία) ενταχθεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση, τότε τα εθνικά της σήματα που περιέχουν τον όρο Macedonia, Μακεδονία, κλπ., θα μπορούν να αποτρέψουν την κατοχύρωση (ή να προκαλέσουν την ακύρωση) νέων Ευρωπαϊκών Σημάτων με τους όρους Μακεδονία, Macedonia, κλπ. Θα υπάρξουν ελληνικές επιχειρήσεις που θα επιθυμούν να αποκτήσουν Ευρωπαϊκό Σήμα που να περιέχει τον όρο Μακεδονία». Θα χρειαστεί να αναζητηθεί μια λύση για το πρόβλημα αυτό. Η λύση αυτή όμως θα χρειαστεί να έχει τη συναίνεση και της ΕΕ, γιατί μια διμερής συμφωνία των δύο χωρών δεν μπορεί να τροποποιήσει την Ευρωπαϊκή νομοθεσία για το Ευρωπαϊκό Σήμα. Αντίστοιχο ζήτημα θα ανακύψει και σε σχέση με σήματα που έχουν κατατεθεί στο Ελληνικό μητρώο σημάτων και περιέχουν τον όρο Μακεδονία.

β) Τα ήδη καταχωρημένα σήματα

Σήμερα υπάρχουν ήδη καταχωρημένα, ή εκκρεμούν ως αιτήσεις για καταχώρηση, Ευρωπαϊκά Σήματα (στο μητρώο σημάτων της ΕΕ που τηρείται από τον EUIPO) με τον όρο Μακεδονία, Macedonia, κλπ. Από πρόχειρη έρευνα στο οικείο μητρώο προκύπτει ότι τα σήματα αυτά είναι περίπου 16 και προέρχονται κυρίως από Ελληνικές επιχειρήσεις. «Γεννάται το ερώτημα αν τα Ευρωπαϊκά αυτά Σήματα που έχουν ήδη καταχωρηθεί επηρεάζονται (και πώς) από τη Συμφωνία των Πρεσπών, ή αν θα επηρεαστούν από την ειδική συμφωνία που προβλέπει το άρθρο 1(3)θ της Συμφωνίας Πρεσπών; Ιδίως γεννάται το ερώτημα αν το Ευρωπαϊκό Σήμα μιας Ελληνικής επιχείρηση που έχει κατοχυρωθεί από παλαιότερα στο Ευρωπαϊκό μητρώο και περιέχει τον όρο Μακεδονία καθίσταται παραπλανητικό, και άρα δεκτικό ακύρωσης, μετά τη Συμφωνία των Πρεσπών; Το ίδιο ζήτημα μπορεί να τεθεί και για παρόμοια Ευρωπαϊκά Σήματα με τον όρο Μακεδονία / Macedonia από επιχειρήσεις που έχουν εγκατάσταση στη FYROM (Βόρεια Μακεδονία), αν και τέτοια Ευρωπαϊκά Σήματα μάλλον δεν φαίνεται να υπάρχουν».

Σε σχέση με τα δυο παραπάνω ζητήματα συνηθίζεται να αναγνωρίζεται η λεγόμενη «**παρούσα εμπορική χρήση**» και να **τηρείται η αρχή της χρονικής προτεραιότητας**». Δηλαδή, οι όποιες τυχόν νέες συμφωνίες ή νέες καταστάσεις να μην ανατρέπουν δικαιώματα που έχουν ήδη αποκτηθεί. Αυτό, όμως, συμβαίνει όταν η παρούσα εμπορική χρήση δεν έχει προκαλέσει (και δεν προβλέπεται να προκαλέσει και στο μέλλον) προβλήματα σύγχυσης ή παραπλάνησης του κοινού, ή προβλήματα αδικαιολόγητου περιορισμού του ελεύθερου ανταγωνισμού και αποκλεισμού από τις αγορές. Αν π.χ. υπάρχει ένα κατοχυρωμένο ήδη σήμα και δεν έχει προκαλέσει προβλήματα, γιατί το δικαίωμα αυτό να ανατραπεί; Η λύση της αναγνώρισης της παρούσας εμπορικής χρήσης μπορεί να είναι πρόσφορη για την επίλυση του πιο πάνω ζητήματος για τα Ευρωπαϊκά Σήματα που έχουν ήδη καταχωρηθεί στο Ευρωπαϊκό Μητρώο. Είναι, όμως, αμφίβολο αν οδηγεί σε ικανοποιητικά αποτελέσματα στην περίπτωση του ζητήματος για τα εθνικά σήματα που έχουν ήδη καταχωρηθεί στη FYROM (Βόρεια Μακεδονία) και που μετά την μελλοντική ένταξή της στην Ευρωπαϊκή Ένωση θα μπορούν να εμποδίσουν

Ελληνικές επιχειρήσεις να αποκτήσουν Ευρωπαϊκό Σήμα με τον όρο Μακεδονία. Αυτή, όμως, είναι μια παράμετρος που πρέπει να αναδειχθεί έγκαιρα στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, γιατί την Ευρωπαϊκή Ένωση δεν την έχει απασχολήσει στο παρελθόν κάποιο παρόμοιο ή αντίστοιχο πρόβλημα, όπως αυτό που θα ανακύψει με την Ελλάδα και τη μελλοντική ένταξη της FYROM (Βόρειας Μακεδονίας). Μέχρι τώρα, σε περιπτώσεις ένταξης άλλων χωρών, η Ευρωπαϊκή Ένωση αναγνώρισε αυτόματα τα εθνικά σήματα των νέων χωρών που εντάχθηκαν.

γ) Γεωγραφικές ενδείξεις και ονομασίες προέλευσης

«Θα υπάρξουν περιπτώσεις όπου οι δύο χώρες θα θέλουν να προχωρήσουν, η κάθε μια για λογαριασμό της, στην κατοχύρωση γεωγραφικών ενδείξεων, ονομασιών προέλευσης, κλπ. Καλό θα είναι να συμφωνηθεί ότι στην έκταση που οι εν λόγω γεωγραφικές ενδείξεις, ή ονομασίες προέλευσης περιλαμβάνουν τον όρο Μακεδονία θα προχωρήσουν μόνο με την αμοιβαία συγκατάθεση και των δύο χωρών και με προσανατολισμό προς την επαρκή διαφοροποίηση στη χρήση του όρου Μακεδονία, έτσι ώστε να αποτρέπεται η σύγχυση και η παραπλάνηση του κοινού σε άλλες χώρες. Μέχρι σήμερα η FYROM (Βόρεια Μακεδονία) έχει κατοχυρώσει 5 ονομασίες προέλευσης κατά το διεθνές σύστημα της Λισαβόνας. Από αυτές μια περιέχει τον όρο Μακεδονικός. Είναι η ονομασία Macedonia Ajvar και πρόκειται για παραδοσιακή μορφή ορεκτικού (σαλάτας) με πάπρικα που παρασκευάζεται από κόκκινες πιπεριές και σκόρδο. Στο σύστημα της Ευρωπαϊκής Ένωσης η FYROM (Βόρεια Μακεδονία) δεν φαίνεται να έχει κατοχυρώσει γεωγραφικές ενδείξεις ή ονομασίες προέλευσης. Όμως, καθώς επίκειται η προσχώρηση της ΕΕ στη Σύμβαση της Λισαβόνας, μόλις ολοκληρωθεί η προσχώρηση αυτή, η πιο πάνω προστατευόμενη ονομασία προέλευσης θα αναγνωριστεί και θα προστατεύεται τόσο από την ΕΕ όσο και από κάθε κράτος – μέλος, άρα και από την Ελλάδα, εκτός αν υπάρξει κάποια αντίθετη διπλωματική πρωτοβουλία της Ελλάδας στο πλαίσιο της ΕΕ. Η Ελλάδα από την πλευρά της έχει κατοχυρώσει στο μητρώο της Ευρωπαϊκής Ένωσης τις γεωγραφικές ενδείξεις Ούζο Μακεδονίας και Τσίπουρο Μακεδονίας».

δ) Εκατέρωθεν απαγόρευση κυκλοφορίας προϊόντων

Μπορεί να υπάρξουν περιπτώσεις όπου ελληνικές επιχειρήσεις θα θέλουν να προσφύγουν στα δικαστήρια Ευρωπαϊκών ή άλλων χωρών για να απαγορεύσουν την κυκλοφορία προϊόντων που προέρχονται από τη FYROM (Βόρεια Μακεδονία) και προσδιορίζονται ως Μακεδονικά. Μπορεί να υπάρξουν και οι αντίστροφες περιπτώσεις όπου επιχειρήσεις από τη FYROM (Βόρεια Μακεδονία) θα θέλουν να απαγορεύσουν δικαστικά την κυκλοφορία Ελληνικών προϊόντων που φέρουν τον όρο Μακεδονία ή Μακεδονικό σε αγορές του εξωτερικού. «Όπως πιο πάνω ειπώθηκε, τα ζητήματα αυτά κρίνονται κατά βάση με την αντίληψη των καταναλωτών των τρίτων χωρών για την ορθή χρήση του όρου Μακεδονία και για το ποια γεωγραφική περιοχή προσδιορίζει ο όρος αυτός. Σε ένα αρχικό στάδιο η Συμφωνία

των Πρεσπών διασφαλίζει τη διατήρηση της «παρούσας εμπορικής χρήσης». Όμως, αυτή η «παρούσα εμπορική χρήση» περιορίζεται μόνο σε αγορές όπου κυκλοφορούν ήδη προϊόντα και δεν περιλαμβάνει την είσοδο και την επέκταση σε νέες αγορές. Επίσης, η Συμφωνία των Πρεσπών δεν αποτελεί ισχύον δίκαιο για τα δικαστήρια τρίτων χωρών. Την οριστική επίλυση των ζητημάτων αυτών η Συμφωνία των Πρεσπών έχει παραπέμψει στην επιτροπή ειδικών του άρθρου 1(3)θ. Διεξοδική αναφορά έγινε και παραπάνω. Για τα ζητήματα αυτά ευκταίο είναι να αναζητηθεί μια ισόρροπη και δίκαιη λύση που να προσανατολίζεται στην επαρκή διαφοροποίηση και όχι στη συνύπαρξη στη χρήση του όρου Μακεδονία, γιατί η συνύπαρξη αυτή αναπαράγει τη σύγχυση και την παραπλάνηση του κοινού, δημιουργεί πρόσθετα κόστη και ζημιώνει τόσο βραχυπρόθεσμα, όσο και μακροπρόθεσμα τα επιχειρηματικά συμφέροντα και στις δύο χώρες».

7.1.9. Συμπέρασμα

Η Συμφωνία των Πρεσπών επιλύει το ζήτημα της συνταγματικής ονομασίας της γειτονικής χώρας. Για το ζήτημα της εμπορικής χρήσης του όρου Μακεδονία παραπέμπει σε διμερή διάλογο και σε μια νέα συμφωνία. Ένας άμεσος και εποικοδομητικός διάλογος, με πνεύμα κατανόησης και συνεργασίας, και με τη συμμετοχή και υποστήριξη των επιχειρηματικών κοινοτήτων των δύο χωρών μπορεί να οδηγήσει σε μια συμφωνία που θα τύχει της αποδοχής και της υποστήριξης και των επιχειρηματικών κοινοτήτων των δύο χωρών, καθώς και της Ευρωπαϊκής Ένωσης, των άλλων Διεθνών Οργανισμών (π.χ. WIPO, WTO), αλλά και των δικαστικών Αρχών των τρίτων χωρών. Η ποιότητα και η αποτελεσματικότητα της συμφωνίας αυτής θα καθορίσει και το βαθμό της επιρροής της στις επιχειρήσεις, στους διεθνείς οργανισμούς και στα λοιπά κράτη. Η συμφωνία αυτή δεν μπορεί να επιβάλει λύσεις, αλλά να προτείνει λύσεις που με την ποιότητα και την αποτελεσματικότητά τους να έχουν υψηλή επιρροή σε διεθνές επίπεδο. Η συμφωνία αυτή πρέπει να προσανατολίζεται στην αποτελεσματική διαφοροποίηση των επιχειρήσεων και των προϊόντων των δύο χωρών, στην αποτροπή της σύγχυσης και της παραπλάνησης του καταναλωτικού κοινού σε τρίτες χώρες. Ταυτόχρονα πρέπει να μη δημιουργεί αδικαιολόγητους περιορισμούς στην ελεύθερη πρόσβαση των επιχειρήσεων στις αγορές.

Το πώς μπορεί να γίνεται η διαφοροποίηση με τρόπο αποτελεσματικό, αλλά και χωρίς αδικαιολόγητους περιορισμούς απαιτεί μια πολύπλευρη διερεύνηση από άποψη όχι μόνο νομική, αλλά και διαφημιστική, marketing, κλπ. Ωστόσο, η κατ' αρχήν αίσθηση φαίνεται να είναι πως ο τρόπος που διευθετήθηκε το ζήτημα της συνταγματικής ονομασίας της γειτονικής χώρας, δηλαδή η χρήση του γεωγραφικού προσδιορισμού Βόρεια Μακεδονία, ίσως είναι ένας καλός οδηγός και για το πώς πρέπει να γίνεται η διαφοροποίηση και στην εμπορική χρήση του όρου Μακεδονία. Μέχρι την ολοκλήρωση της πιο πάνω συμφωνίας, χρήσιμο θα είναι να υπάρχει ένας εθνικός μηχανισμός παρακολούθησης των καταθέσεων σε διεθνή μητρώα σημάτων

και γεωγραφικών ενδείξεων, ώστε να μη γίνουν βεβιασμένα καταχωρήσεις που μελλοντικά θα υπονομεύσουν μια δίκαιη συμφωνία.^{84 85 86 87 88}

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Κατά την παρουσίαση και ανάλυση της βιβλιογραφίας αναφορικά με την επιχειρηματικότητα, τη δημιουργία και ανάπτυξη της, και το σήμα, τους τρόπους καταχώρισης και προστασίας του, μελετήθηκε η δυναμική σχέση μεταξύ των δύο αυτών εννοιών. Κύριο συστατικό δημιουργίας επιχειρηματικής δράσης είναι η παραγωγή νέων ανταγωνιστικών προϊόντων τα οποία θα απολαμβάνουν της εμπιστοσύνης των καταναλωτών. Για τη διατήρηση μίας πιστής πελατείας η επιχείρηση πρέπει να δημιουργήσει ένα ισχυρό σήμα, σύμβολο της ποιότητας των προϊόντων της και της φιλοσοφίας της εταιρίας. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μίας επιχείρησης, είτε αυτό αφορά την ποιότητα είτε την τιμή, εξωτερικεύεται μέσω του brand name του, το οποίο και τη διαφοροποιεί από τους ανταγωνιστές της.

Όπως παρατηρήθηκε και ανωτέρω, μέσω του μίγματος μάρκετινγκ (προϊόν, τιμή διανομή και προώθηση), η επιχείρηση μελετά τις ανάγκες των καταναλωτών και αναπτύσσει αντίστοιχα προϊόντα και υπηρεσίες, τα οποία θα ανταποκρίνονται στη ζήτηση της αγοράς. Ταυτόχρονα, μέσω του branding, στοχεύει στη δημιουργία συναισθηματικού δεσμού μεταξύ του καταναλωτικού κοινού, του σήματος και του προϊόντος.

Η σύγχρονη ανταγωνιστική αγορά ωθεί τις επιχειρήσεις να υιοθετούν τεχνολογικά καινοτομικές τεχνικές ανάπτυξης προϊόντων. Στην ψηφιακή εποχή, όλες οι νέες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα οφέλη της τεχνολογίας είτε στο στάδιο της κατασκευής ενός προϊόντος, είτε στον τρόπο διαφήμισης και διανομής του. Τα εμπορικά σήματα προστατεύουν και ενθαρρύνουν την καινοτομία, προστατεύουν τον επιχειρηματία από τον αθέμιτο ανταγωνισμό και προσθέτουν αξία στις επιχειρηματικές δραστηριότητες της εταιρίας. Αυτό αποδεικνύεται από τη δύναμη και την αξία των σημάτων γνωστών τεχνολογικών επιχειρήσεων-κολοσσών.

⁸⁴ Νομικά ζητήματα για τα εμπορικά σήματα, τις επωνυμίες και τις γεωγραφικές ενδείξεις από τη συμφωνία των Πρεσπών, Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης

<<[>>](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjA1b-NjLj9AhWecPEDHRWYCFMQFnoECAkQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.mfa.gr%2Fimages%2Fdocs%2Feidikathemata%2Fchristos_chrysanthis.doc&usq=AOvVaw2REgaStHFvzV-zMyszY1PW)

⁸⁵ <<[>>](https://www.makthes.gr/179443)

⁸⁶ <<[>>](https://www.taxheaven.gr/news/41368/sxetika-me-tis-emporikes-epwnymies-kai-ta-emporika-shmata-meta-th-symfwnia-twn-prespwn)

⁸⁷ Συμφωνία των Πρεσπών <<[>>](https://government.gov.gr/wp-content/uploads/2019/01/prespes_26.6X35.5_5.pdf)

⁸⁸ <<<https://www.kathimerini.gr/opinion/readers/5004202/emporika-simata-amp-nbsp-kai-symfonia-prespon/>>>

Οι καταναλωτές είναι εκείνοι που με την ζήτηση τους καταξιώνουν τα προϊόντα και τους επιχειρηματίες. Η καταξίωση αυτή εκφράζεται με τη δημιουργία ενός ισχυρού brand name που αποτελεί την επιβράβευση του επιχειρηματία. Η επιτυχία του brand name οδηγεί τελικώς στον στόχο του επιχειρηματία, δηλαδή στο κέρδος. Από τις ως άνω διαπιστώσεις προκύπτει ότι η δημιουργία ενός αναγνωρίσιμου σήματος, μπορεί να συντελέσει στην οικονομική ανάπτυξη, στην αύξηση της απασχόλησης και του εισοδήματος των συντελεστών της παραγωγής και στην προσωπική αναγνώριση και φήμη των δημιουργών του.

Αναγνωρίζοντας τη σημασία των σημάτων στην επιχειρηματική δραστηριότητα, τα κράτη και οι διεθνείς θεσμοί έχουν δημιουργήσει ένα αποδεκτό θεσμικό πλαίσιο προστασίας του σήματος με σκοπό την πρόληψη και καταστολή της απομίμησης και αθέμιτης χρησιμοποίησης επιτυχημένων brand name. Απώτερος στόχος αυτών των προσπαθειών αποτελεί η προστασία του καταναλωτή από τον αποπροσανατολισμό και τη σύγχυση που προκαλούν οι απομιμήσεις. Τα νομολογιακά παραδείγματα που παρουσιάστηκαν αποδεικνύουν την ανάγκη συνεχούς εξέλιξης της νομοθεσίας για τη διαφύλαξη των δικαιωμάτων ιδιοκτησίας, προστασίας της οικονομικής αξίας του σήματος και διασφάλισης της διαφάνειας στην αγορά.

Συμπερασματικά, η κατοχύρωση ενός εμπορικού σήματος είναι υψίστης σημασίας για τη γέννηση και την κερδοφορία μίας επιχείρησης, αφού αποτελεί το όχημα για τη διαφήμισή της στο καταναλωτικό κοινό, προσδίδοντας σε αυτή προστιθέμενη αξία, αφού σιωπηρά υπόσχεται ποιότητα και εγγύηση. Γι' αυτό και είναι πολύ σημαντική η νομική κατοχύρωση ενός εμπορικού σήματος, καθώς και η μελλοντική του περιφρούρηση.

Η παρούσα μελέτη ανέδειξε επίσης την ανάγκη περαιτέρω ενίσχυσης των κινήτρων δημιουργίας νέων επιχειρήσεων με σκοπό την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης. Από την ανάλυση των στοιχείων προέκυψε ότι κατά την περίοδο 2010-2017 παρατηρήθηκε αύξηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας στους τομείς τουρισμού και μεταποίησης, ενώ παράλληλα εμφανίστηκαν προσπάθειες δημιουργία επιχειρήσεων ως αποτέλεσμα εφευρέσεων στηριγμένων στη σύγχρονη τεχνολογία (start ups).

Παρά το κλίμα στενότητας και δυσπραγίας που κυριαρχούσε τα χρόνια της κρίσης, δημιουργήθηκαν επιτυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις και αναγνωρίσιμα brands που έδωσαν πνοή αισιοδοξίας στην ελληνική αγορά. Όπως αποδείχθηκε, η έλλειψη χρηματοδότησης μπορεί να αντικατασταθεί από καινοτόμες και οικονομικές λύσεις, ευρηματικότητα, εξωστρέφεια και έξυπνους τρόπους μάρκετινγκ. Το ηλεκτρονικό εμπόριο, η έντονη επιθυμία δραστηριοποίησης γυναικών και νέων στον τομέα της επιχείρησης και οι σύγχρονες δυνατότητες design και διαφήμισης σηματοδοτούν την αρχή μίας νέας εποχής στον τομέα των εμπορικών σημάτων. Κρίνεται απαραίτητο όπως η πολιτεία εκσυγχρονίσει το θεσμικό πλαίσιο δημιουργίας

νέων επιχειρήσεων και παράσχει οικονομικά κίνητρα προσέλκυσης νέων επενδυτών, ιδιαίτερα στον τομέα της τεχνολογίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Νικόλαος Κ. Ρόκας, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 3^η έκδοση, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη (2016)

Αναστασόπουλος Γ. (2008), *Δίκαιο Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας*, 4^η Έκδοση.

Αντωνόπουλος Β. (1981), Άδεια καταθέσεως ή χρήσεως σήματος.

Αντωνόπουλος Β. (2005), *Βιομηχανική Ιδιοκτησία*, Β Έκδοση, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα-Θεσσαλονίκη.

Αυλωνίτης Γ., *Η αποτίμηση της αξίας του brand της επιχείρησης*, δημοσιευμένο στο <http://www.capital.gr/me-apopsi/3274919/i-apotimisi-tis-axias-tou-brand-tis-epixeirisis>

Γεωργιάδης Α. (2004), *Ενοχικό δίκαιο, Ειδικό μέρος*, Τόμος Ι, Π.Ν Σάκκουλας.

Γιαννόπουλος Κ., *Οι Περιορισμοί στην Προστασία του Σήματος, υπό το Πρίσμα του Νέου Ν.4072/2012 για τα Σήματα*, δημοσιευμένο στο <http://www.academia.edu/>

Γρηγοράκος Θ. (1994), *Συμπλήρωμα στο Πρακτικό Βοήθημα Εφαρμογής Ε.Γ.Λ.Σ.*, Εκδόσεις Α. Σάκκουλα.

Κωνσταντέλλος Α., *Τεχνολογία, Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα*, https://mke.aegean.gr/files/2014/09/thematika_9F.pdf

Μαρίνος Μ., Η «ένσταση αχρησίας» στο δίκαιο των σημάτων – Συμβολή στην συστηματική ερμηνεία των αρ. 143 και 162 ¶5 ν. 4072/2012 περί σημάτων, ΔΕΕ 2015, 97

Περάκης Ε. & Ρόκας Ν. (2011), *Εισαγωγή στο Εμπορικό Δίκαιο*, Νομική Βιβλιοθήκη.

Χρήστος Σπ. Χρυσάνθης, Το νέο δίκαιο των εμπορικών σημάτων (Ν. 4679/2020), Ερμηνεία, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη (2020)

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

<https://www.lawspot.gr/nomikes-plirofories/nomothesia/n-4679-2020/arthro-65-nomos-4679-2020-arthra-30-kai-33-tis-odigias>

<https://www.taxheaven.gr/circulars/32359/aitiologikh-ekoesh-sxedio-nomoy>

https://www.dsanet.gr/Epikairothta/Nomothesia/n4679_fek71.htm

<http://www.opengov.gr/ypoian/?p=9903>

<https://www.franchise.gr/νομικα-franchise/5829-ποιες-αλλαγες-επιφερει-ο-νεος-νομος-για-τα-σηματα.html>

https://www.dsanet.gr/Epikairothta/Nomothesia/n4679_fek71.htm

<https://sarri.gr/2022/07/28/simapistopoiisis/>

<https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/trade-marks-examples>

https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-and-quality-schemes-explained_el

<https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

<< <https://www.mcaounilaw.gr/%CE%BD%CE%B5%CE%B1/15-%CE%B1%CF%81%CE%B8%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AF%CE%B1-%CF%83%CF%87%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CE%B1%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82/410-%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%87%CF%8D%CF%81%CF%89%CF%83%CE%B7-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%83%CF%84%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B1-%CE%B5%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D-%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%82> >>

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjA1b-NjLj9AhWecPEDHRWYCFMQFnoECAkQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.mfa.gr%2Fimages%2Fdocs%2Feidikathemata%2Fchristos_chrysanthis.doc&usg=AOvVaw2REgaStHFvzV-zMyszY1PW

<https://www.makthes.gr/179443>

<https://www.taxheaven.gr/news/41368/sxetika-me-tis-emporikes-epwnymies-kai-ta-emporika-shmata-meta-th-symfwnia-twn-prespwn>

Συμφωνία των Πρεσπών << https://government.gov.gr/wp-content/uploads/2019/01/prespes_26.6X35.5_5.pdf

<https://www.kathimerini.gr/opinion/readers/5004202/emporika-simata-amp-nbsp-kai-symfonia-prespon/>

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1.1.

Το σύμβολο **Woolmark** είναι το καταχωρημένο εμπορικό σήμα (πιστοποίησης) της εταιρείας Woolmark. Το Woolmark αποτελεί σύμβολο διασφάλισης ποιότητας, το οποίο υποδηλώνει ότι τα προϊόντα στα οποία εφαρμόζεται έχουν κατασκευασθεί από 100% νέο μαλλί και ότι συμμορφώνονται με τις αυστηρές προδιαγραφές επιδόσεων που έχουν τεθεί από τη Woolmark. Έχει καταχωρηθεί σε περισσότερες από 140 χώρες, ενώ έχει αδειοδοτηθεί σε κατασκευαστές που πληρούν αυτά τα πρότυπα ποιότητας σε 65 χώρες



Εικόνα 1.2.

Τιρκουάζ κουτί για κοσμήματα...
Είναι από την **Tiffany & Co.**



Εικόνα 1.3.

Όταν βλέπετε ένα γλύκισμα σοκολάτας σε μωβ περιτύλιγμα, τότε ξέρετε πως είναι **Cadbury**: Ωστόσο, το μωβ χρώμα της Cadbury προστατεύεται ως σήμα μόνο για προϊόντα σοκολάτας. Οποιοσδήποτε άλλος μπορεί να κάνει χρήση του μωβ χρώματος. Για παράδειγμα, η Royal Motor Oil και η Nexium (χάπια) χρησιμοποιούν το μωβ χρώμα στο εμπορικό τους σήμα.

