ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ
ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

§1. Έννοια και ιδιαιτερότητες

Ι. Αντικείμενο της βιομηχανικής ιδιοκτησίας: Είναι δύο μεγάλοι κλάδοι, ***α) το δίκαιο των άυλων αγαθών,*** τα οποία προστατεύονται με ειδικούς νόμους. Ο κλάδος αυτός περιλαμβάνει ειδικότερα το δίκαιο των τεχνικών επινοήσεων (βλ. ευρεσιτεχνία), το δίκαιο των αισθητικών δημιουργιών (βλ. βιομηχανικά σχέδια και υποδείγματα) και το δίκαιο των διακριτικών γνωρισμάτων (π.χ. όνομα, επωνυμία, σήμα) / ***β) το δίκαιο του (αθέμιτου) ανταγωνισμού.***
Από ευρύτερη σκοπιά, η βιομηχανική ιδιοκτησία είναι ο κλάδος του δικαίου που προστατεύει {χάριν ιδιωτικών συμφερόντων, αλλά και της ολότητας} την ανταγωνιστική και δημιουργική ελευθερία κατά αυθαίρετης εκμετάλλευσης των επιτευγμάτων των ανταγωνιζομένων.

ΙΙ. Ορισμός: Βιομηχανική ιδιοκτησία είναι το σύνολο κανόνων (ιδιωτικού) δικαίου που αφενός εξασφαλίζουν τις προϋποθέσεις (υγιούς) ανάπτυξης της οικονομικής δραστηριότητας, ιδίως στο πεδίο του εμπορίου και της βιομηχανίας, και αφετέρου προστατεύουν τεχνικά επινοήματα και αισθητικές δημιουργίες που είναι οικονομικά εκμεταλλεύσιμες => ***προστασία α) κατά αθέμιτης συμπεριφοράς στον ανταγωνισμό / β) των προϊόντων της δημιουργικής δραστηριότητας στις συναλλαγές / γ) των διακριτικών γνωρισμάτων*** (π.χ. επωνυμία, διακριτικός τίτλος, σήμα), ώστε να εξασφαλίζεται το δικαίωμα της αποκλειστικής τους χρησιμοποίησης και να διευκολύνεται η διάθεση των προϊόντων και υπηρεσιών στην αγορά.

ΙΙΙ. Νομική φύση. Λόγοι προστασίας: Τα δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας είναι απόλυτα, αν και δεν προϋποθέτουν εμπράγματη εξουσίαση σε ενσώματο αντικείμενο, αφού αφορούν σε άυλα περιουσιακά αγαθά. Αντικείμενο του δικαιώματος είναι η 'ιδέα', έστω κι αν αυτή εκφράζεται (υλοποιείται) σε υλικό αντικείμενο (π.χ. σε μια μηχανή). Διαφορετική είναι η έννοια του υλικού φορέα, στον οποίο εκφράζεται η δημιουργική ιδέα και στον οποίο μπορεί μεν να υπάρξει εμπράγματη εξουσίαση, όχι –όμως- ως αναγκαία συνέπεια του δικαιώματος βιομηχανικής ιδιοκτησίας.
Δύο είναι οι λόγοι, για τους οποίους θα μπορούσαν να υπάρξουν αντιρρήσεις σχετικά με τον αν θα πρέπει να παρασχεθεί προστασία σε δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας → ***παρεμποδίζεται α) η ανάπτυξη της ανταγωνιστικής ελευθερίας των άλλων.*** Πράγματι, η αναγνώριση απόλυτων δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας δημιουργεί μονοπωλιακά δικαιώματα, τα οποία εμποδίζουν τον ελεύθερο ανταγωνισμό· είναι, εντούτοις, φανερό ότι η 'κοινωνικοποίηση' των μονοπωλιακών αυτών δικαιωμάτων και η απαγόρευση της εκμετάλλευσής τους θα επέφερε τον μαρασμό κάθε δημιουργικής προσπάθειας, με αποτέλεσμα της επέλευση μεγαλύτερου κακού από εκείνο που επιφέρει ο περιορισμός των λοιπών ανταγωνιστών. Ούτε είναι, εξάλλου, ακριβές ότι τα άυλα αγαθά δημιουργούν μονοπωλιακά δικαιώματα, διότι το αποκλειστικό δικαίωμα σε άυλο αγαθό δεν μπορεί να ταυτιστεί με την οικονομική έννοια του μονοπωλίου· θα μπορούσε να γίνει δεκτό μόνο με την έννοια ότι παρέχουν αποκλειστικό δικαίωμα εκμετάλλευσής τους υπέρ ορισμένου προσώπου. Βέβαια, και οι ανταγωνιστές πρέπει να προστατευτούν, γι' αυτό και ο νομοθέτης αναγνωρίζει προστασία μόνο στα άυλα αγαθά που είναι άξια προστασίας· άλλωστε, η άσκηση της ανταγωνιστικής ελευθερίας περιορίζεται μόνο όταν συντρέχουν ειδικά επιβαρυντικά περιστατικά. / ***β) η πρόοδος του κοινωνικού συνόλου,*** δεδομένου ότι απαγορεύουν σε τρίτους την περαιτέρω εξέλιξη των επιτευγμάτων, χωρίς τη συγκατάθεση του δικαιούχου. Εντούτοις, αν τα τεχνικά και αισθητικά επιτεύγματα δεν απολάμβαναν προστασίας, δεν θα παρείχετο κανένα κίνητρο για δημιουργία, γεγονός που τελικά θα είχε αρνητικές επιπτώσεις στο ίδιο το κοινωνικό σύνολο. Από την άλλη μεριά,

όμως, η πρόοδος της ανθρωπότητας απαιτεί τη δυνατότητα χρήσης και περαιτέρω εξέλιξης των επιτευγμάτων της ανθρώπινης διάνοιας => έτσι, ο νόμος αφενός δυτικοποιεί την προστασία των δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας και αφετέρου περιορίζει χρονικά τη διάρκειά τους.
Ανάλογα ισχύουν και για την ανάγκη προστασίας των διακριτικών γνωρισμάτων. Αν και αυτά δεν παρουσιάζουν 'δημιουργικό ύψος', καθιστούν ευκολότερη τη διάκριση των ανταγωνιζόμενων επιχειρήσεων, καθώς και τη διάθεση/αποδοχή των προϊόντων-υπηρεσιών στην αγορά· γι' αυτό η μη προστασία τους θα κατέληγε σε βάρος των καταναλωτών, οι οποίοι θα κινδύνευαν να παραπλανηθούν.
Τέλος, τα δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας έχουν δυναμικό χαρακτήρα, προστατεύονται στη χώρα κτήσης τους και δεν ισχύει σε αυτά η αρχή της καλόπιστης κτήσης.

§2. Οικονομική σημασία, διεθνής εξέλιξη, ένταξη στο σύστημα του δικαίου

I. Οικονομική σημασία και χαρακτηριστικά: Η εξέλιξη της βιομηχανικής ιδιοκτησίας είναι άρρηκτα δεμένη με την τεχνολογική πρόοδο και την οικονομική ανάπτυξη. Ιδίως στη σημερινή εποχή είναι αναγκαία η ύπαρξη θεσμικού πλαισίου που θα παρέχει αποτελεσματική προστασία στις τεχνικές καινοτομίες, την τεχνογνωσία, τα εμπορικά απόρρητα κλπ.

II. Διεθνής εξέλιξη: Στην ηπειρωτική Ευρώπη μεγάλη απήχηση είχε η γαλλική διδασκαλία για τη βιομηχανική ιδιοκτησία, η οποία αναγνώριζε ως απόλυτα δικαιώματα τα οικονομικά εκμεταλλεύσιμα δημιουργήματα· η διδασκαλία αυτή είχε επίδραση τόσο για τη σύνταξη των διαφόρων νόμων των ευρωπαϊκών κρατών όσο και της Διεθνούς Σύμβασης των Παρισίων για την προστασία της βιομηχανικής ιδιοκτησίας του 1893. Πάντως, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια μετατόπιση ως προς τον σκοπό προστασίας των δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας, ο οποίος εξελίσσεται σε προστασία των επενδύσεων και των καινοτομιών.

III. Ένταξη στο δικαιικό σύστημα

- ***Συνταγματικό δίκαιο*** → Η συνταγματική προστασία της βιομηχανικής ιδιοκτησίας εξασφαλίζει τόσο την ελευθερία άσκησης της οικονομικής δραστηριότητας όσο και την προστασία άσκησης των δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας κατά κρατικών προσβολών (Σ17).
- ***Αστικό δίκαιο*** → Αναγνωρίζει απόλυτο δικαίωμα στο όνομα και στην επωνυμία, καθώς και στα προϊόντα της διάνοιας· αλλά και η αθέμιτη ανταγωνιστική συμπεριφορά αποτελεί μορφή αδικοπραξίας, όπως άλλωστε και η προσβολή δικαιώματος βιομηχανικής ιδιοκτησίας (βλ. και ΑΚ 57-58, 60, 281, 914).
- ***Δίκαιο κατά των περιορισμών του ανταγωνισμού*** → Έχει ως στόχο την οικονομική ανάπτυξη

μέσω της προστασίας του ανταγωνισμού, δηλ. στοχεύει στη δημιουργία συνθηκών υγιούς και ελεύθερου ανταγωνισμού. Πάντως, το δίκαιο της προστασίας του ανταγωνισμού θεωρείται ως υπαγόμενο περισσότερο στο οικονομικό/ιδιωτικό δίκαιο, ενώ –αντίθετα- η βιομηχανική ιδιοκτησία έχει έντονη χροιά δημοσίου συμφέροντος.

§3. Βιομηχανική ιδιοκτησία και πνευματική ιδιοκτησία: Η μεν πρώτη έχει ως αντικείμενο την προστασία αισθητικών και τεχνικών επιτευγμάτων που είναι οικονομικά εκμεταλλεύσιμα, η δε άλλη την προστασία έργων λόγου, τέχνης ή επιστήμης. Η σημαντικότερη διαφορά τους είναι ότι η δυνατότητα οικονομικής εκμετάλλευσης δεν αποτελεί προϋπόθεση προστασίας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας· μάλιστα, τα τελευταία δεν προστατεύον μόνο τα περιουσιακά δικαιώματα του δημιουργού, αλλά και το δικαίωμα της προσωπικότητάς του (ηθικό συμφέρον).

Τελευταία έχει αναζωπυρωθεί διεθνώς η τάση συγχώνευσης των δύο κλάδων δικαίου υπό τον ενιαίο τίτλο 'διανοητική ιδιοκτησία'.

§4. Διεθνικότητα: Η ανάγκη προστασίας των δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας δεν περιορίζεται σε ορισμένη εδαφική περιοχή (δηλ. στη χώρα κτήσης τους), αλλά επεκτείνεται σε όσες χώρες υπάρχει ο κίνδυνος παράνομης εκμετάλλευσής τους. Η ανάγκη ύπαρξης συστήματος διεθνούς προστασίας των δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας επιτάθηκε τα τελευταία χρόνια με την απελευθέρωση των αγορών, την παγκοσμιοποίηση του εμπορίου και τη χρήση του διαδικτύου· εντούτοις, αν θέλει ο δικαιούχος να προστατεύσει το δικαίωμά του σε περισσότερες χώρες, θα πρέπει να τηρήσει τη διαδικασία κτήσης του σύμφωνα με το δίκαιο κάθε χώρας, δηλ. να αποκτήσει χωριστό δικαίωμα σε κάθε χώρα.
Σε πολλά δίκαια, πάντως, συναντάται ένας περαιτέρω περιορισμός όσον αφορά τη δυνατότητα κτήσης δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας από αλλοδαπό· η προστασία των δικαιωμάτων αυτών επιφυλάσσεται μόνο σε ημεδαπούς ή εξαρτάται από τον όρο της αμοιβαιότητας (ότι δηλ. η πολιτεία του αλλοδαπού παρέχει προστασία στους ημεδαπούς δικαιούχους).

Ι. Ιδιωτικό διεθνές δίκαιο

1. Διακριτικά γνωρίσματα: Ισχύει η αρχή της εδαφικότητας => η ισχύς της ελληνικής νομοθεσίας που αναφέρεται σε δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας περιορίζεται στα όρια της ελληνικής επικράτειας. Η κτήση, το περιεχόμενο και η απόσβεση των δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας, καθώς και η χρονική προτεραιότητα κρίνεται κατά το δίκαιο της χώρας, στην οποία ζητείται προστασία. Σε περίπτωση προσβολής αλλοδαπών δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας εφαρμόζεται το δίκαιο του τόπου τέλεσης της πράξης. Σημαντική διάσπαση στην αρχή της εδαφικότητας επέφερε ο Κανονισμός για τα κοινοτικά σήματα -> αλλοδαπά και ημεδαπά φυσικά και νομικά πρόσωπα μπορούν να αποκτήσουν κοινοτικό σήμα που θα ισχύει και στην Ελλάδα με τις προϋποθέσεις του Κανονισμού αυτού.

2. Αθέμιτος ανταγωνισμός: Δεδομένου ότι οι πράξεις αθέμιτου ανταγωνισμού είναι αδικοπραξίες, δεν εφαρμόζεται σε αυτές η αρχή της εδαφικότητας, αλλά το δίκαιο τέλεσης της πράξης (δηλ. τόσο ο τόπος στον οποίο τελέστηκε –εν όλω ή εν μέρει- η πράξη, όσο και ο τόπος επέλευσης του αποτελέσματος). Πάντως, σήμερα τείνει να επικρατήσει διεθνώς η άποψη ότι τόπος τέλεσης είναι κατά κανόνα ο τόπος σύγκρουσης των συμφερόντων των ανταγωνιστών, δηλ. ο τόπος της αγοράς, στην οποία αυτοί συναντώνται.

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ
ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΠΙΝΟΗΣΕΙΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ
ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑ

§5. Εισαγωγικά

Ι. Αντικείμενο και σκοπός προστασίας: Αντικείμενο του δικαίου της ευρεσιτεχνίας είναι η προστασία των εφευρέσεων, δηλ. των τεχνικών εκείνων επινοημάτων που πληρούν τις προϋποθέσεις του νόμου· η προστασία αυτή συνίσταται στην απαγόρευση ανάληψης ή απομίμησης της εφευρετικής ιδέας, αλλά και στην εξασφάλιση αποκλειστικής εκμετάλλευσης των εφευρέσεων. Έτσι, η αναγνώριση των εφευρετικών δικαιωμάτων αποτελεί κίνητρο για έρευνα, ανάπτυξη και εξέλιξη νέων τεχνολογιών και –συγχρόνως- προϋπόθεση για τεχνολογική, οικονομική και κοινωνική πρόοδο.
Από την άλλη μεριά, βέβαια, ο αποκλεισμός των άλλων εφευρετών από τη χρήση και την περαιτέρω βελτίωση της προστατευόμενης εφεύρεσης παρεμποδίζει την τεχνολογική και οικονομική εξέλιξη· γι' αυτό προστατεύονται μόνο οι εφευρετικές ιδέες που είναι νέες, εμπεριέχουν εφευρετική δραστηριότητα και είναι επιδεκτικές βιομηχανικής εφαρμογής (≠ π.χ. μαθηματικές μέθοδοι).

ΙΙ. Δικαίωμα ευρεσιτεχνίας και δικαίωμα στην εφεύρεση: Στην προστασία του ν. 1733/1987 (όπως αυτός τροποποιήθηκε με τον ν. 3966/2011) υπάγονται εφευρέσεις για τις οποίες έχει χορηγηθεί δίπλωμα ευρεσιτεχνίας -> αποτελεί διοικητική πράξη, με την οποία αναγνωρίζεται η εφεύρεση ως προστατευόμενο αγαθό που παρέχει στον εφευρέτη αποκλειστικό δικαίωμα.
Από την άλλη, και το δικαίωμα στην εφεύρεση είναι άυλο αγαθό· εντούτοις, αποτελεί αντικείμενο προστασίας ως προϊόν της διανοίας (ΑΚ 60) και ως εκδήλωση της προσωπικότητας (ΑΚ 57).
Τόσο το δικαίωμα ευρεσιτεχνίας όσο και το δικαίωμα στην εφεύρεση είναι διφυή δικαιώματα, διότι συγκεντρώνουν προσωπικά (=προστασία των προσωπικών συμφερόντων του δικαιούχου, μη αμφισβήτηση της πατρότητας της εφευρετικής ιδέας, μη τροποποίηση της χωρίς τη συγκατάθεση του εφευρέτη) και περιουσιακά στοιχεία (=εξουσία οικονομικής εκμετάλλευσης).

§6. Προϋποθέσεις προστασίας

Ι. Γενικά: Το δικαίωμα ευρεσιτεχνίας αποκτάται με πολιτειακή πράξη ύστερα από κατάθεση σχετικής αίτησης στον ΟΒΙ, η οποία χορηγείται, εφόσον συντρέχουν οι (τυπικές) προϋποθέσεις που ορίζει ο νόμος => ***πρέπει να πρόκειται για εφεύρεση νέα, η οποία να εμπεριέχει εφευρετική δραστηριότητα και να είναι επιδεκτική βιομηχανικής εφαρμογής***.

ΙΙ. Εφεύρεση: Είναι τεκμηριωμένη και πρακτικά εφαρμόσιμη υπόδειξη (διδασκαλία, κανόνας) τρόπου επίλυσης {μπορεί να αναφέρεται είτε στην παραγωγή προϊόντος είτε στην υπόδειξη μεθόδου παραγωγής προϊόντος είτε σε βιομηχανική εφαρμογή} άλυτου μέχρι σήμερα τεχνικού προβλήματος ή η υπόδειξη επίλυσής του κατά τρόπο άγνωστο μέχρι σήμερα με την εφαρμογή των φυσικών νόμων {η υπόδειξη πρέπει να επαληθεύεται στην πράξη => δυνατότητα εφαρμογής της εφευρετικής ιδέας}.
Αντικείμενο της εφεύρεσης είναι η εφευρετική ιδέα και όχι το συγκεκριμένο ενσώματο αντικείμενο που παράγεται με βάση αυτή. Μάλιστα, η εφεύρεση αναφέρεται αποκλειστικά στον τομέα της τεχνικής (=εξουσίαση των δυνάμεων της φύσης, με τη βοήθεια της φυσικής, της χημείας και της βιολογίας- χωρίς ανθρώπινη παρεμβολή) ≠οι αισθητικές δημιουργίες, οι επιστημονικές θεωρίες τα σχέδια, οι κανόνες και οι μέθοδοι για την άσκηση πνευματικών δραστηριοτήτων.

III. Το 'νέο' της εφεύρεσης – άρθρο 5 §3 του ν. 1733/1987: Η εφεύρεση δεν πρέπει να ανήκει στη στάθμη της τεχνικής· στην τελευταία ανήκουν όλες οι γνώσεις, στις οποίες υπάρχει δυνατότητα πρόσβασης των ενδιαφερομένων από γραπτή ή προφορική περιγραφή ή με οποιονδήποτε άλλον τρόπο (π.χ. μέσω internet) πριν την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης για χορήγηση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας ή την ημερομηνία προτεραιότητας (+ άρθρο 5 §9).
Ειδικότερα, η δυνατότητα πρόσβασης αναφέρεται σε τεχνικές διδασκαλίες που επεκτείνονται σε όλο τον κόσμο. Επίσης, δεν έχει σημασία ο χρόνος που έγινε γνωστή μία τεχνική μέθοδος· γι' αυτό η αξιοποίηση μιας ξεχασμένης, ακόμη και μη εκτελεσθείσας μεθόδου, δεν είναι νέα. Αντίθετα, δεν βλάπτεται το νέο της εφεύρεσης, αν η εφευρετική ιδέα στην οποία βασίζεται δεν έχει λάβει δημοσιότητα. Κρίσιμος χρόνος για να κριθεί το νέο της εφεύρεσης είναι η ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης.

IV. Εφευρετική δραστηριότητα: Η υποδειχθείσα με την εφεύρεση λύση πρέπει να έχει εφευρετικό ύψος = να αποτελεί ένα βήμα προόδου σε σχέση με τη μέχρι σήμερα στάθμη της τεχνικής, ο δε μέσος ειδικός να μην είναι σε θέση να βρει τη δοθείσα λύση (+ άρθρο 19 §2).

V. Επιδεκτικότητα βιομηχανικής εφαρμογής: Σημαίνει ότι το αντικείμενο της εφεύρεσης μπορεί να παραχθεί ή να χρησιμοποιηθεί σε οποιονδήποτε τομέα της παραγωγικής διαδικασίας. ≠μέθοδοι χειρουργικής και θεραπευτικής αγωγής του ανθρώπινου σώματος.

§7. Δικαιούχοι

I. Προστασία του εφευρέτη: Η αρχή του πραγματικού εφευρέτη (άρθρο 6 §1) μπορεί να ανατραπεί, αν δεν ανταποκρίνεται στην αλήθεια => ο εφευρέτης μπορεί να ζητήσει δικαστικά την ακυρότητα του διπλώματος ευρεσιτεχνίας (άρθρο 15 §1 στοιχ. α') + αγωγή για διεκδίκηση της ευρεσιτεχνίας (άρθρο 6 §9-11). Η αγωγή μπορεί να ασκηθεί ήδη κατά το στάδιο που εκκρεμεί η αίτηση του τρίτου για χορήγηση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας, χωρίς –όμως- να έχει ανασταλτικά της διαδικασίας αποτελέσματα, αφού οι έννομες συνέπειες επέρχονται, όταν η απόφαση καταστεί αμετάκλητη και καταχωριστεί στο μητρώο των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας. Στην περίπτωση που η υπέρ του εφευρέτη δικαστική απόφαση καταστεί αμετάκλητη πριν ολοκληρωθεί η διαδικασία χορήγησης του διπλώματος, η διαδικασία μπορεί να συνεχιστεί στο όνομα του αληθινού εφευρέτη. Αν έχει ήδη χορηγηθεί δίπλωμα ευρεσιτεχνίας στον τρίτο, υποκαθίσταται στη θέση του ο πραγματικός εφευρέτης

II. Ένας ή περισσότεροι εφευρέτες: Εφευρέτης μπορεί να είναι μόνο το φυσικό πρόσωπο, αφού η εφεύρεση αποτελεί πνευματικό επίτευγμα. Η εφεύρεση είναι κοινή, όταν αποτελεί προϊόν συλλογικής δραστηριότητας περισσοτέρων (άρθρο 6 §2· κατά τα λοιπά εφαρμόζονται οι διατάξεις για την κοινωνία του ΑΚ). Η κατάθεση αίτησης στον ΟΒΙ για χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας γίνεται από όλους τους εφευρέτες, το δε δικαίωμα ευρεσιτεχνίας τους ανήκει από κοινού.
Διαφορετική είναι η περίπτωση, κατά την οποία η ίδια εφεύρεση επινοήθηκε από δύο ή περισσότερα άτομα, τα οποία εργάστηκαν ανεξάρτητα το ένα από το άλλο (παράλληλη εφεύρεση -> άρθρο 6 §3)· δικαίωμα ευρεσιτεχνίας αποκτά αυτός που καταθέτει πρώτος την αίτηση στον ΟΒΙ.

III. Εφευρέσεις εργαζομένων στα πλαίσια επιχειρήσεων ή εργαστηρίων (άρθρο 6 §4-8): Η εφεύρεση που επινοεί ο εργαζόμενος εκτός του πλαισίου της σχέσης εργασίας που έχει με τον εργοδότη ανήκει εξ ολοκλήρου στον ίδιο ***(ελεύθερη εφεύρεση)***. ***Υπηρεσιακή εφεύρεση*** είναι εκείνη που ο επινοεί ο εργαζόμενος κατά τη διάρκεια της εργασιακής σχέσης σε εκπλήρωση υποχρέωσής του για την ανάπτυξη εφευρετικής δράσης => ανήκει εξ ολοκλήρου στον εργοδότη. ***Εξαρτημένη***

εφεύρεση είναι εκείνη που, αν και δεν είναι υπηρεσιακή (διότι δεν επινοήθηκε κατ' εντολή του εργοδότη), πραγματοποιείται από τον εργαζόμενο κατά τη διάρκεια της εργασιακής σχέσης με τη χρήση υλικών, μέσων ή πληροφοριών της επιχείρησης, στην οποία εργάζεται.

§8. Η διαδικασία χορήγησης διπλώματος ευρεσιτεχνίας: Εξαρτάται από την εκπλήρωση ορισμένων τυπικών προϋποθέσεων, οι οποίες διαπιστώνονται ύστερα από εξέταση της αρμόδιας αρχής που λαμβάνει χώρα είτε αυτεπαγγέλτως ***(απόλυτο εξεταστικό σύστημα)*** είτε ύστερα από αίτηση του ενδιαφερομένου ***(σχετικό εξεταστικό σύστημα)***.

Ι. Κατάθεση αίτησης, παραδεκτό, δημοσιότητα (άρθρο 7 §1): Με τον όρο 'αξίωση' της εφεύρεσης νοείται η έκταση και το περιεχόμενο της αιτούμενης προστασίας που ζητείται με την αίτηση. Στην αξίωση ο εφευρέτης οριοθετεί την προστασία που δικαιούται και προσδιορίζει το χώρο που μπορούν να κινούνται οι τρίτοι χωρίς να προσβάλλουν την εφεύρεσή του => συνάγεται το αντικείμενο της εφεύρεσης και το περιεχόμενο της προστασίας. Δεν προστατεύεται ό,τι δεν συμπεριλήφθηκε στις αξιώσεις, ακόμη κι αν περιγράφεται στο υπόλοιπο κείμενο του διπλώματος. Με την αίτηση ο εφευρέτης δηλώνει τη βούλησή του για παροχή έννομης προστασίας στην εφεύρεσή του και συγχρόνως αξιώνει προς τον ΟΒΙ την έναρξη της διαδικασίας χορήγησης του διπλώματος. Ειδικότερα, στην αίτηση επισυνάπτονται σχέδια, στα οποία αναφέρονται οι αξιώσεις ή η περιγραφή, καθώς και η περίληψη της εφεύρεσης και επεξηγήσεις για την κατανόηση της περιγραφής· η τελευταία πρέπει να συντάσσεται κατά τρόπο, ώστε να είναι δυνατή η πρακτική εφαρμογή της εφεύρεσης από μη ειδικό (άρθρα 7 §12-13, 8 §15). Η αίτηση μπορεί να αναφέρεται είτε σε μία μόνο εφεύρεση είτε σε περισσότερες που συνδέονται μεταξύ τους, ώστε να αποτελεί ενιαίο σύνολο· μπορεί να αφορά και σε περισσότερες αυτοτελείς εφευρέσεις (=σύνθετη αίτηση). Η αίτηση γίνεται δεκτή, αν περιέχει τα προαναφερθέντα και επισυνάπτονται οι αποδείξεις των τελών κατάθεσης του πρώτου έτους προστασίας. Εφόσον συντρέχουν αυτά, η αίτηση θεωρείται έγκυρη, αλλά όχι αναγκαστικά και πλήρης· πλήρης είναι όταν μέσα σε 4 μήνες από την κατάθεσή της, ο καταθέτης συμπληρώσει τυχόν ελλείψεις και διορθώσει τυχόν λάθη (+ άρθρα 7 §8-10, 8 §1). Η αίτηση, τέλος, δημοσιεύεται 18 μήνες μετά την ημερομηνία κατάθεσης ή την ημερομηνία προτεραιότητας, ενώ οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ζητήσουν πληροφορίες και αντίγραφα αυτής (+ άρθρο 7 §12-14).

ΙΙ. Προτεραιότητα: Για την ίδια εφεύρεση δεν μπορεί να κατατεθεί αργότερα αίτηση από τρίτο, διότι δεν θα είναι νέα (άρθρα 5 §2, 6 §3) + άρθρο 9 (διεθνής προτεραιότητα).

ΙΙΙ. Χορήγηση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας: Ο ΟΒΙ (άρθρο 1) αρκείται μόνο σε τυπικό έλεγχο της αίτησης, ο οποίος συνοδεύεται από έναν prima facie έλεγχο ως προς τυχόν ουσιαστικές ελλείψεις, χωρίς να εξετάζει αν συντρέχουν οι ουσιαστικές προϋποθέσεις (π.χ. το νέο της εφεύρεσης)· ελέγχει, πάντως, αν η εφεύρεση δεν είναι επιδεκτικής εφαρμογής ή αν πρόκειται για εφεύρεση, για την οποία δεν χορηγείται δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Για να προχωρήσει ο ΟΒΙ στο παρακάτω στάδιο, δηλ. στη σύνταξη έκθεσης έρευνας (αναφέρονται όλα τα σχετικά με την εφεύρεση στοιχεία), πρέπει ο καταθέτης να έχει καταβάλει τα απαιτούμενα τέλη, διαφορετικά η αίτηση μετατρέπεται σε αίτηση χορήγησης πιστοποιητικού υποδείγματος χρησιμότητας (+ άρθρο 8 §3-9). Η χορήγηση του διπλώματος έχει συστατική ενέργεια, αφού με αυτή δημιουργείται το δικαίωμα ευρεσιτεχνίας. Επειδή η χορήγηση του διπλώματος δεν αποτελεί εγγύηση ότι η εφεύρεση συγκεντρώνει πράγματι τις προϋποθέσεις του νόμου, το δίπλωμα μπορεί να ακυρωθεί με δικαστική απόφαση· πάντως, μέχρι την ακύρωσή του θεωρείται έγκυρο {το βάρος της απόδειξης για την τυχόν ακυρότητα του διπλώματος βαρύνει τον τρίτο}.

Η απόφαση του ΟΒΙ σχετικά με την κατατεθείσα αίτηση αποτελεί εκτελεστή διοικητική πράξη => ο καταθέτης, εφόσον συντρέχουν οι αναγκαίες προϋποθέσεις, έχει κατά του ΟΒΙ αξίωση για χορήγηση του διπλώματος· αν ο ΟΒΙ απορρίψει παρανόμως την αίτηση, χωρεί προσφυγή ενώπιον του ΣτΕ.
Η προβλεπόμενη (μη συστατική) δημοσιότητα συνίσταται στην ***α) καταχώριση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας στο μητρώο διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας / β) δημοσίευση περίληψης στο Ειδικό Δελτίο Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας*** (άρθρο 8 §13).

IV. Κατηγορίες διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας:

- ✓ ***Δίπλωμα προϊόντος*** → Αναφέρεται σε νέο πράγμα ή νέα ουσία με ορισμένες ιδιότητες ή/και αποτελέσματα, η δε παρεχόμενη σ' αυτό προστασία καλύπτει όλους τους τρόπους παραγωγής ή χρήσης του, ακόμη κι αν δεν ήταν γνωστοί στον εφευρέτη κατά το χρόνο κατάθεσης.
- ✓ ***Δίπλωμα μεθόδου*** → Δεν προστατεύει μόνο τη μέθοδο για την παραγωγή προϊόντος ή για την επίτευξη άλλου αποτελέσματος, αλλά και τα παραχθέντα με τη μέθοδο αυτή προϊόντα (άρθρο 10 §1 στοιχ. β'-γ'). Υπέρ του δικαιούχου της μεθόδου ισχύει το τεκμήριο του άρθρου 17 §6.
- ✓ ***Δίπλωμα τροποποίησης*** → Ο ίδιος ευρεσιτέχνης μπορεί να επινοήσει νέα εφεύρεση που να έχει σχέση με την πρώτη, δηλ. να αποτελεί βελτίωση ή επέκτασή της. Για τη νέα αυτή εφεύρεση μπορεί να ζητήσει ή τη χορήγηση νέου αυτοτελούς διπλώματος ή τη χορήγηση διπλώματος τροποποίησης (ή πρόσθετου διπλώματος- άρθρο 18 §1-5).
- ✓ ***Εξαρτημένο δίπλωμα*** → Είναι δυνατόν νεότερη εφεύρεση να μην ταυτίζεται μεν με παλαιότερη που προστατεύεται ήδη με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, αλλά να σχετίζεται άμεσα με αυτή (π.χ. διότι αποτελεί εξελιγμένη μορφή της). Εφόσον στην περίπτωση αυτή η εκμετάλλευση της νεότερης εφεύρεσης δεν είναι δυνατή χωρίς να θιγούν τα δικαιώματα του προγενέστερου εφευρέτη, παρέχεται η δυνατότητα στον νεότερο εφευρέτη να ζητήσει δικαστικά την παροχή μη συμβατικής (=υποχρεωτικής) άδειας εκμετάλλευσης του προγενέστερου διπλώματος + άρθρο 13 §4.

§9. Οι εξουσίες που απορρέουν από το δικαίωμα ευρεσιτεχνίας: Το δικαίωμα ευρεσιτεχνίας συμβάλλει στην ενίσχυση της θέσης του ευρεσιτέχνη, ως δίκαια ανταμοιβή για την αποκάλυψη της εφευρετικής του ιδέας· ωστόσο, θεσπίζονται ισχυρές κοινωνικές δεσμεύσεις σε βάρος του δικαιώματος αυτού, ώστε να προστατεύεται το κοινωνικό σύνολο.
Το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας παρέχει στον κάτοχό του το αποκλειστικό δικαίωμα να εκμεταλλεύεται παραγωγικά την εφεύρεση (άρθρο 10 §1)· πρόκειται για απόλυτο δικαίωμα (=χωρίς συναίνεση του δικαιούχου αποκλεισμός τρίτων από την εκμετάλλευσή της) με αντικείμενο την εφευρετική ιδέα και τα αντικείμενα, των οποίων η οικονομική εκμετάλλευση βασίζεται στην αξιοποίηση της εφευρετικής ιδέας. Επίσης, η προστασία του δικαιούχου επεκτείνεται καθ' όλη τη διαδρομή των προϊόντων, στα οποία υλοποιείται η εφευρετική ιδέα, δηλ. από την παραγωγή μέχρι τη διοχέτευση στην αγορά.
Η έκταση προστασίας του δικαιώματος ευρεσιτεχνίας προσδιορίζεται βασικά από το περιεχόμενο των αξιώσεων, λαμβανομένων υπόψη των επισυναπτόμενων σχεδίων και των επεξηγήσεων· το αν η προστασία επεκτείνεται και σε διαμορφώσεις, οι οποίες –αν και δεν καλύπτονται από το περιεχόμενο των αξιώσεων, διότι ο εφευρέτης δεν είχε προβλέψει όλες τις δυνατές μορφές υλοποίησης της εφεύρεσής του- στην ουσία βασίζονται στον επινοηθέντα κανόνα, λύνεται ύστερα από στάθμιση συμφερόντων.
+ άρθρο 10 §2-3 > Ο πρώτος χρησιμοποιήσας την εφεύρεση δικαιούται να συνεχίσει να τη χρησιμοποιεί για την επιχείρησή του και τις ανάγκες της, χωρίς ο κάτοχος του διπλώματος να μπορεί να στραφεί εναντίον του = σε περίπτωση σύγκρουσης μη αναγγελθείσας αλλά χρησιμοποιούμενης εφεύρεσης με μετέπειτα αποκτηθέν δικαίωμα ευρεσιτεχνίας υποχωρεί το δεύτερο.
Οι εξουσίες του δικαιούχου δεν πρέπει να οδηγούν σε δυσχέρανση των συναλλαγών. Γι' αυτό γίνεται δεκτό ότι, εφόσον τα αντικείμενα της εφεύρεσης τέθηκαν νόμιμα σε κυκλοφορία (είτε από τον ίδιο τον δικαιούχο είτε από εξουσιοδοτημένα από αυτόν πρόσωπα), δεν δικαιούται ο δικαιούχος να

απαγορεύει την πώληση ή τη χρήση των αντικειμένων της εφεύρεσης σε περαιτέρω τρίτους, οι οποίοι καταβάλουν την αμοιβή του (=ανάλωση των εξουσιών του δικαιούχου)· βέβαια, η ανάλωση δεν καταλαμβάνει την ίδια την εφευρετική ιδέα ούτε την εξουσία παραγωγής.
Ζήτημα γεννιέται, αν επέρχεται ανάλωση σε περίπτωση που ο δικαιούχος καταθέσει το ίδιο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας σε διαφορετικές χώρες και έχει θέσει το αντικείμενο της εφεύρεσης σε κυκλοφορία μόνο σε μια χώρα => πρέπει να γίνει δεκτό ότι η ανάλωση έχει συντελεστεί μόνο στη χώρα κυκλοφορίας και, άρα, ο δικαιούχος μπορεί να απαγορεύσει την εισαγωγή του αντικειμένου σε άλλη χώρα.
Το δικαίωμα ευρεσιτεχνίας είναι κατασχετό και υπάγεται στην πτωχευτική περιουσία (=μπορεί να εκποιηθεί από τον σύνδικο της ένωσης).

§10. Η αξιοποίηση του δικαιώματος ευρεσιτεχνίας

- **Μεταβίβαση (εν ζωή ή αιτία θανάτου)** → Συμβαίνει συνήθως όταν ο εφευρέτης δεν είναι επιχειρηματίας και δεν έχει τη δυνατότητα να θέσει ο ίδιος σε παραγωγή το αντικείμενο της εφεύρεσης, οπότε πωλεί το δικαίωμά του σε τρίτον, ακόμη κι ως εταιρική εισφορά, ή στον εργοδότη του στην περίπτωση των ελεύθερων εφευρέσεων. Αιτία (επαχθής) της υποσχετικής δικαιοπραξίας είναι η πώληση, ενώ ως προς την εκποιητική εφαρμόζονται οι διατάξεις για την εκχώρηση. Ο μεταβιβάζων ευθύνεται για την ύπαρξη του δικαιώματος, αλλά όχι για την αποδοτικότητα της εκμετάλλευσης του δικαιώματος ούτε για νομικά ελαττώματα που προκύπτουν μετά τη σύναψη της σύμβασης {πάντως, η μεταγενέστερη δικαστική αναγνώριση της ακυρότητας αποτελεί προϋπάρχον ελάττωμα}. Ευθύνη του μεταβιβάζοντος υπάρχει, επίσης, σε περίπτωση που η εφεύρεση δε μπορεί να τύχει εφαρμογής και δεν έχει τις υποσχεθείσες ιδιότητες. Εντούτοις, με τη μεταβίβαση δεν μεταβιβάζονται όλες οι ηθικές εξουσίες του δικαιούχου, αλλά μόνο εκείνες που είναι αναγκαίες για την άσκηση του δικαιώματος· έτσι, το δικαίωμα του εφευρέτη να αναφέρεται το όνομά του δεν μεταβιβάζεται.

Σημειώνεται ότι δεν μεταβιβάζεται μόνο το δικαίωμα ευρεσιτεχνίας, αλλά και η αξίωση για χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας (άρθρο 12 §1), ακόμη και το δικαίωμα σε υπάρχουσα ή μελλοντική εφεύρεση. Ο νόμος απαιτεί κατάρτιση της σύμβασης της μεταβίβασης και καταχώρισή της {έχει μόνο νομιμοποιητικό χαρακτήρα} στο μητρώο διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας. Η επιβαλλόμενη δημοσίευση στο ειδικό βιβλίο βιομηχανικής ιδιοκτησίας έχει συστατικό και όχι δηλωτικό χαρακτήρα.

- **Άδειες εκμετάλλευσης.**

Συμβατικές > Με τη σύμβαση (τυπική) παραχώρησης άδειας εκμετάλλευσης δικαιώματος ευρεσιτεχνίας, ο δικαιούχος (παραχωρών) παραχωρεί σε τρίτο (αδειούχος) το δικαίωμα εκμετάλλευσης του διπλώματός του. Η άδεια εκμετάλλευσης είναι προσωποπαγής, δηλ. δεν μεταβιβάζεται και δεν κληρονομείται· αν ο αδειούχος μπορεί να μεταβιβάσει σε τρίτο την άδεια, τότε γίνεται λόγος για υποάδεια.
Οι συμβαλλόμενοι μπορούν ελεύθερα να συμφωνούν την έκταση της άδειας → ***α) αποκλειστική*** {=μόνο ο αδειούχος αποκτά το δικαίωμα εκμετάλλευσης του δικαιώματος, δηλ. αποκλείεται να δοθεί άδεια εκμετάλλευσης σε άλλους. Ο αδειούχος μπορεί να στραφεί εξ ιδίου δικαιώματος κατά του προσβολέα.} // ***β) απλή*** {= ο δικαιούχος μπορεί να εκμεταλλεύεται και ο ίδιος το δικαίωμά του, αλλά και να το παραχωρήσει σε περισσότερους αδειούχους}. Γενικότερα, ο δικαιούχος του διπλώματος ευρεσιτεχνίας μπορεί να δηλώσει στον ΟΒΙ ότι συναινεί στην παραχώρηση απλής ή αποκλειστικής άδειας σε οποιονδήποτε, με αποτέλεσμα να έχει την εξουσία κάθε τρίτος να κάνει χρήση της εφεύρεσης έναντι αποζημίωσης.
Οι σχέσεις των συμβαλλόμενων διέπονται από την καλή πίστη. Ο παραχωρών υποχρεούται να παραχωρήσει την εκμετάλλευση του δικαιώματος στη συμφωνηθείσα έκταση· από την άλλη, βασική υποχρέωση του αδειούχου είναι η καταβολή του συμφωνηθέντος ανταλλάγματος. Ο αδειούχος δεν

υποχρεούται να χρησιμοποιήσει το δίπλωμα ούτε να παραγάγει ορισμένο αριθμό αντικειμένων της εφεύρεσης.

Υποχρεωτικές (άρθρο 13-14) > Είναι δυνατόν να παρασχεθεί με δικαστική απόφαση η άδεια εκμετάλλευσης ευρεσιτεχνίας ύστερα από αίτηση τρίτου, χωρίς τη συναίνεση του δικαιούχου, εφόσον ο τελευταίος δεν εκπληρώνει ή δεν εκπληρώνει επαρκώς το σκοπό, για τον οποίο του παρεσχέθη το δίπλωμα. Θα πρέπει αφενός ο δικαιούχος αδικαιολόγητα να μην εκμεταλλεύεται παραγωγικά την εφεύρεσή του και αφετέρου ο τρίτος (αιτών) να είναι σε θέση να εκμεταλλευτεί παραγωγικά την εφεύρεση {πάντως, θα πρέπει να έχει παρέλθει τριετία από τη χορήγηση του διπλώματος ή τετραετία από την κατάθεση της αίτησης, καθώς και να έχει γνωστοποιήσει στον δικαιούχο την πρόθεσή του να ζητήσει δικαστικά την παραχώρηση της άδειας ένα μήνα πριν την έναρξη της δικαστικής διαδικασίας· η αίτηση του τρίτου πρέπει να συνοδεύεται από γνωμοδότηση του ΟΒΙ}.

§12. Απώλεια του δικαιώματος

- ✓ **Απόσβεση** → Η διάρκεια του δικαιώματος ανέρχεται σε 20 χρόνια και αρχίζει από την ημέρα της κατάθεσης της αίτησης για χορήγηση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας (άρθρο 11)· μετά την πάροδο του χρονικού διαστήματος αυτού επέρχεται απόσβεση του δικαιώματος και ο οποιοσδήποτε μπορεί να κάνει χρήση της εφεύρεσης.
- ✓ **Έκπτωση** → Επέρχεται πριν την πάροδο του χρόνου διάρκειας. Ο δικαιούχος εκπίπτει από το δικαίωμά του είτε ***όταν δηλώσει προς τον ΟΒΙ ότι παραιτείται*** από αυτό είτε ***όταν δεν καταβάλλει τα*** (κατά το άρθρο 24) ***τέλη προστασίας*** (άρθρο 16). Και στις δύο περιπτώσεις ο ΟΒΙ εκδίδει πράξη για την έκπτωση, η οποία δημοσιεύεται στο ειδικό δελτίο βιομηχανικής ιδιοκτησίας· η έκπτωση ισχύει από τη δημοσίευση και όχι αναδρομικά.
- ✓ **Ακυρότητα (άρθρο 15)** → Η αγωγή ακύρωσης ασκείται ύστερα από αγωγή στα πολιτικά δικαστήρια από οποιονδήποτε έχει έννομο συμφέρον. Η ακυρότητα μπορεί να προβληθεί και κατ' ένσταση, ακόμα και στη διαδικασία των ασφαλιστικών μέτρων. Ειδικότερα, λόγοι ακύρωσης είναι > ***η εφεύρεση δεν είναι επιδεκτική διπλώματος ευρεσιτεχνίας*** // ***η περιγραφή που επισυνάπτεται δεν αρκεί για την εφαρμογή της εφεύρεσης από ειδικό*** // ***το αντικείμενο του χορηγηθέντος διπλώματος επεκτείνεται πέρα από το περιεχόμενο της αιτούμενης προστασίας*** // ***το δίπλωμα δεν χορηγήθηκε στον αληθή δικαιούχο*** {την αγωγή μπορεί να ασκήσει μόνο ο αληθής δικαιούχος ή ο εκδοχέας του}**.** Συνέπεια της ακυρότητας είναι ότι το δίπλωμα ουδέποτε υπήρξε.

§12. Προστασία: Προσβολή υπάρχει όταν ο τρίτος, χωρίς τη συναίνεση του δικαιούχου, ασκεί μία από τις εξουσίες που συνιστούν περιεχόμενο του δικαιώματος (σύμφωνα με το άρθρο 10)· προσβολή νοείται όχι μόνο όταν γίνεται πιστή αντιγραφή του προϊόντος ή της μεθόδου που κατοχυρώθηκε με το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, αλλά και όταν –παρά τις επιμέρους διαφορές (=με την ενσωμάτωση παραλλαγών στον τεχνικό κανόνα)- η κατασκευή του προϊόντος του τρίτου έχει ως αφετηρία την αποκαλυπτόμενη εφευρετική ιδέα και τον υποδεικνυόμενο τρόπο κατασκευής προϊόντων. Σε μια τέτοια περίπτωση δε γίνεται λόγος για πιστή αντιγραφή, αλλά για τεχνικά ισοδύναμο κανόνα που εμπίπτει στο πεδίο προστασίας της ευρεσιτεχνίας· για να διαπιστωθεί αν ισχύει κάτι τέτοιο λαμβάνεται υπόψη ο μέσος τεχνικός, δηλ. πρόσωπο που είναι εξειδικευμένο στον συγκεκριμένο χώρο της τεχνικής. Σε περίπτωση προσβολής του δικαιώματος ευρεσιτεχνίας παρέχονται οι εξής αξιώσεις >

- ✓ ***Άρση της προσβολής***, η οποία παρέχεται όσο διαρκεί η προσβολή· ειδική έκφανση της αξίωσης αυτής είναι το αίτημα του δικαιούχου προς το δικαστήριο να διατάξει καταστροφή των προϊόντων που κατασκευάστηκαν σύμφωνα με την προστατευόμενη εφευρετική ιδέα (άρθρο 17 §5). Μπορεί να εμπεριέχεται και αίτημα απόσυρσης από το εμπόριο των προϊόντων που κρίθηκε ότι προσβάλλουν το σχετικό δικαίωμα· πάντως, για την εξέταση του αιτήματος αυτού λαμβάνονται

υπόψη η ανάγκη αναλογίας μεταξύ της σοβαρότητας της προσβολής και των μέτρων αποκατάστασης, καθώς και τα συμφέροντα τρίτων.

- ✓ ***Παράλειψη στο μέλλον*** → προϋποθέτει κίνδυνο επανάληψης προσβολής που τελέστηκε στο παρελθόν, αλλά μπορεί να ασκηθεί και προληπτικά, όταν φαίνεται πολύ πιθανό ότι θα τελεστεί (επαπειλούμενη προσβολή). Το αίτημα παράλειψης και άρσης της προσβολής ενισχύεται με την απειλή χρηματικής ποινής (άρθρο 17 §1).
- ✓ ***Αποζημίωση*** → Προϋποθέτει το στοιχείο του παρανόμου και υπαιτιότητα (άρθρο 17 §2).
- ✓ ***Με αναγνωριστική αγωγή***

Εκτός από το δικαιούχο, τις παραπάνω αξιώσεις νομιμοποιείται να ασκήσει ο αδειούχος αποκλειστικής άδειας εκμετάλλευσης, καθώς και εκείνος, ο οποίος έχει δικαίωμα στην ευρεσιτεχνία (όπως ο ενεχυρούχος), αλλά και εκείνος που έχει καταθέσει αίτηση χορήγησης διπλώματος και έχει απλό δικαίωμα προσδοκίας.
Εναγόμενος δεν είναι μόνο εκείνος που προέβη στην πράξη προσβολής, αλλά και όσοι διακινούν ή χρησιμοποιούν προϊόντα του προσβολέα.

§12. Ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας: Χορηγείται για εφευρέσεις νέες που εμπεριέχουν εφευρετική δραστηριότητα και έχουν βιομηχανική εφαρμογή (άρθρο 52 ν. 1607/86). Πρόκειται για μια δέσμη εθνικών διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας που δημιουργούνται με μία (μοναδική) δήλωση ευρεσιτεχνίας· η χορήγηση και προστασία εθνικών διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας δεν θίγεται. Η εδαφική ισχύς του ευρωπαϊκού διπλώματος περιορίζεται στις χώρες, για τις οποίες ζητείται από τον καταθέτη να χορηγηθεί το δίπλωμα. + άρθρα 90-105 (ν. 1607/1986). Η προστασία παρέχεται με βάση τις διατάξεις της εθνικής νομοθεσίας της χώρας μέλους όπου έγινε η προσβολή, η έκτασή της –όμως- καθορίζεται με βάση τις αξιώσεις, για την ερμηνεία των οποίων χρήσιμα είναι η περιγραφή και τα σχέδια που συνοδεύουν την αίτηση. Προκειμένου να έχει ισχύ στην Ελλάδα το Ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας πρέπει να κατατεθεί στον ΟΒΙ η αρμόδια βεβαιωμένη ελληνική μετάφραση του κειμένου, με βάση την οποία χορηγήθηκε το δίπλωμα· το χορηγούμενο ευρωπαϊκό δίπλωμα έχει στην Ελλάδα τα ίδια αποτελέσματα με το ελληνικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Οι λόγοι ακυρότητας του διπλώματος ευρεσιτεχνίας προβλέπονται στα άρθρα 138 και 52 επ. του ν. 1607/1986· τα αποτελέσματα της ακυρότητας ισχύουν μόνο για τη χώρα που προτάθηκε η ακυρότητα.

- **Το Ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας με ενιαία ισχύ:** Παρέχει ενιαία προστασία (=ενιαία αξίωση παράλειψης) και παράγει τα ίδια αποτελέσματα σε όλα τα συμμετέχοντα κράτη μέλη· μπορεί να περιοριστεί, να μεταβιβαστεί, να ανακληθεί ή να λήξει μόνο σε σχέση με όλα τα συμμετέχοντα κράτη μέλη. Το εφαρμοστέο δίκαιο σε περίπτωση προσβολής είναι αυτό του συμμετέχοντος κράτους μέλους στο οποίο ευρίσκεται η κατοικία, η έδρα ή εγκατάσταση του αιτούντος, διαφορετικά το δίκαιο του κράτους της έδρας του Ευρωπαϊκού Γραφείου Διπλωματικών Ευρεσιτεχνιών (δηλ. το γερμανικό). Προϋπόθεση για την καταχώριση της ενιαίας ισχύος είναι η προηγούμενη απονομή ενός ευρωπαϊκού διπλώματος. Το ενιαίο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας παράγει αποτελέσματα από την ημέρα της δημοσίευσης της ανακοίνωσης της χορήγησης του διπλώματος στο δελτίο ευρωπαϊκών διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ
ΑΛΛΕΣ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΠΙΝΟΗΣΕΙΣ

§13. Υπόδειγμα χρησιμότητας (άρθρο 19 ν. 1733/1987): Είναι αποκλειστικό δικαίωμα (άυλο αγαθό), με αντικείμενο τον κανόνα που ενσωματώνεται στο τρισδιάστατο αντικείμενο· παρέχει τις ίδιες εξουσίες με το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Χορηγείται μόνο για εφευρέσεις, ενώ προϋπόθεση για να δοθεί είναι ότι η εφευρετική ιδέα για την επίλυση τεχνικού προβλήματος θα πρέπει να μπορεί να εμφανιστεί σε υλική μορφή (δηλ. σε τρισδιάστατο αντικείμενο με καθορισμένο σχήμα και μορφή- π.χ. εργαλεία, όργανα, συσκευές ≠ άυλα αντικείμενα, ακίνητα, είδη διατροφής, φάρμακα).
Η αίτηση για τη χορήγηση πιστοποιητικού υποδείγματος χρησιμότητας υποβάλλεται στον ΟΒΙ, ο οποίος ελέγχει αν συντρέχουν οι τυπικές προϋποθέσεις και αν καταβλήθηκαν τα τέλη κατάθεσης + αν η αίτηση αφορά το τρισδιάστατο αντικείμενο (όχι, όμως, και το αν συντρέχουν οι ουσιαστικές προϋποθέσεις προστασίας της εφεύρεσης)

§14. Άλλες τεχνικές επινοήσεις: ***α) τεχνικός νεωτερισμός*** → δεν χρειάζεται καν να συγκεντρώνει τα στοιχεία της εφεύρεσης (άρθρο 20 ν. 1733/1987). // ***β) βιομηχανικά απόρρητα*** → δεν έχουν κατοχυρωθεί με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, γι' αυτό η προστασία τους δεν είναι χρονικά περιορισμένη. Η παρεχόμενη σ' αυτά προστασία είναι βασικά με τις διατάξεις για τον αθέμιτο ανταγωνισμό. // ***γ) τεχνογνωσία (know-how)*** → Τεχνογνωσία είναι το σύνολο τεχνικών γνώσεων σχετικά με οδηγίες, σχέδια ή μεθόδους παραγωγής προϊόντων, οι οποίες δεν είναι ευρύτερα γνωστές (άρθρο 21 ν. 1733/1987)· κατά τη νομολογία, η τεχνογνωσία περιλαμβάνει μεθόδους ή τεχνικές, με τη βοήθεια των οποίων ενεργοποιούνται, διαμορφώνονται και μετασχηματίζονται πρώτες ύλες, εργασία, επενδύσεις, πηγές ενέργειας, καθώς και management ή marketing σε προϊόντα ή υπηρεσίες. Οι συμβάσεις μεταφοράς τεχνογνωσίας έχουν ως περιεχόμενο τη μετάδοση επιχειρηματικών και τεχνικών κανόνων ή έργων, οι οποίες καλύπτουν κάθε τεχνολογικό τομέα και θεωρούνται ως πληροφορίες που ανήκουν στον φορέα τους.
Τα αποτελέσματα έρευνας και τεχνολογίας αποκτώνται είτε με αυτοδύναμη τεχνολογική έρευνα είτε με τη μετάδοσή τους. Η ανακοίνωση αυτή των τεχνικών πληροφοριών και γνώσεων αποδίδεται με τον όρο της 'μεταφοράς τεχνολογίας'· δεν είναι απαραίτητο να υπάρχει συμφωνία καταβολής αντιτίμου, ενώ είναι δυνατή η συμφωνία παροχής ανταλλάγματος σε είδος.

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ
ΑΙΣΘΗΤΙΚΕΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΕΣ (π.δ. 259/97)

<u>§15. Βιομηχανικά σχέδια και υποδείγματα</u>

Ι. Οικονομική σημασία, έννοια, αντικείμενο: Λόγω της θετικής επίδρασης των αισθητικών στοιχείων του προϊόντος στη συμπεριφορά των καταναλωτών υπάρχει ανάγκη προστασίας και αποκλειστικής εκμετάλλευσης των εξωτερικών διαμορφωτικών στοιχείων των βιομηχανικών προϊόντων· γι' αυτό τα σχέδια και υποδείγματα τυγχάνουν ειδικής προστασίας. Τα σχέδια και τα υποδείγματα είναι εξειδικευμένα δημιουργήματα που καθιστούν ελκυστικότερα στον καταναλωτή τα προϊόντα (=αύξηση της εμπορευσιμότητας) με την προσθήκη αισθητικών στοιχείων.

ΙΙ. Κοινοτικά σχέδια και υποδείγματα: Η καταχώριση, η μεταβίβαση, η απώλεια και η χρήση του κοινοτικού σχεδίου και υποδείγματος ισχύει για ολόκληρη την Κοινότητα· βέβαια, καθιερώνεται η αρχή της συνύπαρξης των κοινοτικών με τα εθνικά σχέδια και υποδείγματα. Σημειώνεται ότι για να τύχει προστασίας το μη καταχωρισμένο σχέδιο ή υπόδειγμα, θα πρέπει να έχει γίνει γνωστό στους

δραστηριοποιούμενους ειδικούς της Κοινότητας, με ισχύ για τρία το πολύ χρόνια· αντίθετα, για να αποκτηθεί το καταχωρισμένο σχέδιο ή υπόδειγμα, θα πρέπει να αναγγελθεί και να καταχωριστεί στο Γραφείο Εναρμόνισης για την εσωτερική αγορά (ΓΕΕΑ) ή στις κατ' ιδίαν αρμόδιες εθνικές αρχές, η δε προστασία του ισχύει για πέντε χρόνια με δυνατότητα παράτασης.

ΙΙΙ. Προϋποθέσεις προστασίας:

- ***Εξωτερική διαμόρφωση*** → Πρέπει να εμφανίζονται σε όλο το προϊόν ή έστω σε μέρος του είτε ως δισδιάστατες είτε ως τρισδιάστατες διαμορφώσεις. Οι διαμορφώσεις αυτές μπορεί να εξωτερικεύονται (=αντιληπτές με την όραση) με γραμμές, χρώματα ή συνδυασμούς χρωμάτων, με το σχήμα ή τα υλικά του προϊόντος ή της διακόσμησής του κλπ. Εξαίρεση αποτελούν τα γραφικά σύμβολα και τα τυπογραφικά στοιχεία, τα οποία προστατεύονται αυτοτελώς, δηλ. δεν αποτελούν στοιχείο προϊόντος.
- ***Βιομηχανική ή βιοτεχνική αξιοποίηση (άρθρο 3 §1 στοιχ. β' ν. 2417/96 και άρθρο 2 στοιχ. β' π.δ. 259/97)*** → Η ικανότητα βιομηχανικής αξιοποίησης προϋποθέτει δυνατότητα αναπαραγωγής των σχεδίων και υποδειγμάτων, χωρίς –εντούτοις- να είναι αναγκαίο η αναπαραγωγή να έχει πράγματι λάβει χώρα. Έτσι, προστατεύονται π.χ. μοντέλα οίκων μόδας που ράβονται για έναν μόνο πελάτη.
- ***Αισθητικός χαρακτήρας*** → Δεν απαιτείται να συντελείται 'αισθητική πρόοδος', πολύ δε λιγότερο να υπάρχει 'δημιουργικό ύψος'. Αρκεί το αισθητικό στοιχείο των σχεδίων και υποδειγμάτων να βρίσκει απήχηση στον μέσο καταναλωτή όχι οπωσδήποτε ως 'ωραίο', αλλά τουλάχιστον ως 'αισθητικά ενδιαφέρον'. Πάντως, διαμορφώσεις, οι οποίες έχουν αμιγώς τεχνικό ή χρηστικό χαρακτήρα, αλλά όχι και αισθητικό, δεν προστατεύονται, ακόμη κι αν σ' αυτές βρίσκει αισθητικό ενδιαφέρον ο μέσος καταναλωτής (π.χ. η αεροδυναμική γραμμή ενός οχήματος, η οποία αν και εντυπωσιάζει, υπαγορεύεται από τεχνικά κριτήρια).
- ***Το στοιχείο του νέου*** → Αντικειμενικά νέο είναι ένα σχέδιο ή υπόδειγμα, όταν δεν υπήρξε ποτέ και πουθενά ξανά στο παρελθόν, ενώ υποκειμενικά νέο είναι εκείνο που διαπλάστηκε από τον δημιουργό του χωρίς να έχει ως πρότυπο κάποια προηγούμενη σχετική διαμόρφωση (δηλ. έστω κι αν τούτο δεν αληθεύει) + άρθρο 13 §1 π.δ. 259/97 (σχετικοποιημένη έννοια του νέου). Συνάγεται ότι, για να κριθεί αν ένα σχέδιο ή υπόδειγμα είναι νέο, αρκεί να είναι άγνωστο στους ειδικούς του κλάδου που ασκούν δραστηριότητα μέσα στην Κοινότητα, έστω κι αν αντικειμενικά έχει προϋπάρξει στο παρελθόν ή σε απομακρυσμένο γεωγραφικό χώρο ή δεν έχει τύχει ευρύτερης διάδοσης ή με τα μέσα γνωστοποίησης που αναφέρονται στη διάταξη.
- ***Ατομικός χαρακτήρας*** → Πρέπει να έχει κάποιο βαθμό δημιουργικότητας, τον οποίο να μη μπορεί να επιτύχει ο οποιοσδήποτε μέσος άνθρωπος, ώστε να μην περνάει απαρατήρητη από τον αγοραστή του προϊόντος. + άρθρο 12 §4 π.δ. 259/97. Τα σχέδια και τα υποδείγματα δεν είναι ανάγκη να εκφράζουν την προσωπική αισθητική του δημιουργού τους· υπόψη λαμβάνεται το αισθητικό κριτήριο του 'ενημερωμένου χρήστη' (αγοραστή). Για να εκτιμηθεί ο ατομικός χαρακτήρας λαμβάνεται υπόψη ο βαθμός της ελευθερίας του δημιουργού κατά την εκπόνηση του σχεδίου ή υποδείγματος· ο βαθμός αυτός καθορίζεται ιδίως βάσει των περιορισμών που σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά, τα οποία επιβάλλει η τεχνική λειτουργία του προϊόντος ενός στοιχείου του προϊόντος ή επίσης με τις προδιαγραφές που επιβάλλονται εκ του νόμου και ισχύουν για το προϊόν. Όσο πιο περιορισμένη είναι η ελευθερία του δημιουργού κατά την εκπόνηση του προσβαλλόμενου σχεδίου ή υποδείγματος, τόσο πιθανότερο θα είναι διαφορές ελάσσονος σημασίας μεταξύ των επίμαχων σχεδίων ή υποδειγμάτων να αρκούν προκειμένου να δημιουργηθεί διαφορετική συνολική εντύπωση στον ενημερωμένο χρήστη.
- ***Συστατικά σύνθετων προϊόντων*** → Για να προστατευθούν πρέπει αφενός το συστατικό να παραμένει ορατό κατά τη συνήθη χρήση του προϊόντος και αφετέρου τα ορατά χαρακτηριστικά του συστατικού να πληρούν καθαυτά τις προϋποθέσεις ως προς τον νέο και ατομικό χαρακτήρα.

✓ ***Εξαιρέσεις*** → Δεν παρέχεται προστασία σε διαμορφώσεις: αντίθετες προς τη δημόσια τάξη ή τα χρηστά ήθη / υπαγορευμένες αποκλειστικά από την τεχνική λειτουργία του προϊόντος / που αποτελούν συνδετικά στοιχεία σύνθετου προϊόντος.

§16. Δικαιούχος: Η προστασία των σχεδίων και υποδειγμάτων παρέχεται στον δημιουργό τους (σχεδιαστή, ζωγράφο, γλύπτη κλπ). Αν συνέβαλαν περισσότεροι δημιουργοί, το σχέδιο ή υπόδειγμα ανήκει σε όλους εξ αδιαιρέτου κατά ίσα μέρη (άρθρο 17 §2, αλλά –προσοχή- και το 17 §4). Συνήθως τα σχέδια και τα υποδείγματα δεν δημιουργούνται από ανεξάρτητους δημιουργούς, αλλά από εργαζόμενους που εργάζονται κατ' εντολή και για λογαριασμό του εργοδότη, οπότε ισχύει το άρθρο 17 §3. Δικαίωμα καταχώρισης σχεδίου ή υποδείγματος έχει ο δημιουργός· όμως, όποιος καταθέσει την αίτηση για καταχώριση σχεδίου ή υποδείγματος θεωρείται δικαιούχος (=τεκμαιρόμενος δημιουργός). Το τεκμήριο αυτό μπορεί να ανατραπεί, αν δεν ανταποκρίνεται στην αλήθεια· ο πραγματικός δικαιούχος ή ο διάδοχός του μπορεί να ζητήσει δικαστικά την ακυρότητα {άρθρο 16 §1 στοιχ. α', αλλά και άρθρο 18 (διεκδίκηση)}.

§17. Η διαδικασία χορήγησης πιστοποιητικού (άρθρα 20-25): Πριν τη χορήγηση πιστοποιητικού μπορεί να παρασχεθεί προστασία μόνο με βάση το ΑΚ 60.

§18. Το δικαίωμα στο σχέδιο ή υπόδειγμα: Αντικείμενο του δικαιώματος είναι η διανοητική δημιουργία, όπως έχει εκφραστεί στο συγκεκριμένο γράφημα ή στο συγκεκριμένο προϊόν· δηλ. πρόκειται για δικαίωμα σε άυλο αγαθό. Το θετικό περιεχόμενο του δικαιώματος συνίσταται στο ότι ο δικαιούχος έχει την αποκλειστική εξουσία χρησιμοποίησής του, ιδίως δε την εξουσία αναπαραγωγής και διάθεσης των προϊόντων που φέρουν το σχέδιο ή υπόδειγμα. + άρθρο 26 (εκτός από περιουσιακό, υπάρχει και ηθικό δικαίωμα του σχεδιαστή).

Ι. Έκταση προστασίας.

➢ ***Ενδογενή όρια*** → Το δικαίωμα δεν προσβάλλεται μόνο όταν τρίτος κυκλοφορεί προϊόντα, στα οποία περιέχεται πιστή αντιγραφή του προστατευόμενου σχεδίου ή υποδείγματος, αλλά και όταν τρίτος παραλλάσσει ορισμένα διαμορφωτικά του στοιχεία (π.χ. χρώμα, διαστάσεις), τα οποία –όμως- δεν είναι ικανά να προκαλέσουν στον ενημερωμένο χρήστη διαφορετική συνολική εντύπωση. + άρθρο 27. Δεν απαγορεύεται μόνο η απομίμηση των σχεδίων ή υποδειγμάτων στο σύνολό τους, αλλά και τμημάτων τους, εφόσον τα τμήματα αυτά είναι νέα και έχουν ατομικότητα.

➢ ***Εξωτερικά όρια*** → άρθρο 26 §3-4 + $29^{α}$ (κοινοτική ανάλωση).

ΙΙ. Προσβολή του δικαιώματος: Το δικαίωμα στο σχέδιο ή υπόδειγμα προσβάλλεται, όταν τρίτος, χωρίς τη συναίνεση του δικαιούχου, κάνει οποιαδήποτε χρήση του καταχωρισμένου σχεδίου ή υποδείγματος, όπως μία από αυτές που αναφέρονται στο άρθρο 26 §2, ιδίως δε όποιος κατασκευάζει πανομοιότυπο με το προστατευόμενο σχέδιο ή υπόδειγμα είτε απλώς διοχετεύει το κατ' απομίμηση σχέδιο ή υπόδειγμα στην αγορά. + άρθρο 28 (προστασία κατά της παράνομης πράξης προσβολής).

ΙΙΙ. Μεταβίβαση, άδειες εκμετάλλευσης: Μεταβιβάζεται και κληρονομείται όχι μόνο το καταχωρισμένο σχεδιο ή υπόδειγμα, αλλά και το δικαίωμα πριν την κατάθεση. Η μεταβίβαση συνάπτεται εγγράφως, συντελείται δε με την καταχώριση της συμφωνίας ή του κληρονομητηρίου στο μητρώο σχεδίων και υποδειγμάτων και δημοσιεύεται στο ΕΔΒΙ- βλ. και άρθρο 19.

IV. Απώλεια του δικαιώματος

- ***Πάροδος χρονικού διαστήματος*** → Το δικαίωμα στο σχέδιο ή υπόδειγμα είναι χρονικά περιορισμένο. Η διάρκεια προστασίας του είναι πέντε χρόνια από την ημερομηνία κανονικής κατάθεσης της αίτησης στον ΟΒΙ· παρέχεται, όμως, η δυνατότητα ανανέωσης ανά πενταετία μέχρι συνολικά 25 χρόνια, εφόσον καταβληθούν τα τέλη ανανέωσης (+ άρθρο 29). Μετά την πάροδο της προθεσμίας προστασίας το δικαίωμα στο σχέδιο ή στο υπόδειγμα αποσβήνεται.
- ***Έκπτωση*** → Επέρχεται όταν ο δικαιούχος παραιτείται από το δικαίωμά του ή δεν καταβάλει τα προβλεπόμενα τέλη (βλ. άρθρο 16 §3).
- ***Ακυρότητα*** → Εφόσον ελλείπουν οι προϋποθέσεις του νέου και της ατομικότητας μπορεί το πιστοποιητικό να κηρυχθεί άκυρο από εκείνον που έχει έννομο συμφέρον. Η δικαστική ακυρότητα έχει ως συνέπεια ότι το σχέδιο ή υπόδειγμα δεν επέφερε εξ υπαρχής κανένα αποτέλεσμα (βλ. άρθρο 16 §4). Η ακυρότητα προβάλλεται με αγωγή και με ένσταση (άρθρο 16 §2). Οι λόγοι ακυρότητας είναι οι εξής: ο καταθέτης δεν είναι ο δημιουργός ή ο διάδοχός του / το σχέδιο ή το υπόδειγμα δεν πληροί τις ουσιαστικές προϋποθέσεις προστασίας / η εκμετάλλευση ή η δημοσίευσή του αντίκειται στη δημόσια τάξη ή τα χρηστά ήθη / το σχέδιο ή υπόδειγμα συγκρούεται με προγενέστερο εθνικό ή κοινοτικό, το οποίο διεκδικεί προτεραιότητα. Κατά τα λοιπά εφαρμόζεται αναλογικά το άρθρο 15 §2-3 του ν. 1733/87· προβλέπεται, τέλος, δυνατότητα μερικής παραίτησης και μερικής ακυρότητας, αν τροποποιηθεί (άρθρο 16 §1-2, 5).

ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ
ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ (ν. 146/1914)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

§19. Γενικά

Ι. Η σημασία των διακριτικών γνωρισμάτων: Τα διακριτικά γνωρίσματα δεν περικλείουν κάποια αξία, αλλά παραμένουν άυλα αγαθά. Η χρήση τους καθιστά δυνατή τη διάκριση των επιχειρήσεων, των προϊόντων και των υπηρεσιών από άλλες επιχειρήσεις, άλλα προϊόντα ή άλλες υπηρεσίες *(διακριτική λειτουργία)*. Η δυνατότητα εξατομίκευσης των επιχειρήσεων και προσδιορισμού της ταυτότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών είναι απαραίτητη για την ομαλή λειτουργία της αγοράς· χωρίς την προστασία της *ονοματοδοτικής λειτουργίας* ο οποιοσδήποτε τρίτος θα μπορούσε να χρησιμοποιεί το ίδιο ή παρεμφερές διακριτικό γνώρισμα, με αποτέλεσμα να δημιουργείται σύγχυση. Τα διακριτικά γνωρίσματα περικλείουν *εμπορική (οικονομική) αξία,* στην οποία αντανακλάται η απήχηση της επιτυχίας της παραγωγού επιχείρησης στην αγορά.
Ο δικαιούχος γνωστού διακριτικού γνωρίσματος μπορεί να εκμεταλλευτεί τη διαφημιστική του αξία παραχωρώντας έναντι ανταλλάγματος σε τρίτους άδεια χρήσης του, ακόμα και για ανομοιοειδή προϊόντα ή υπηρεσίες ή ακόμα και για διαφημιστικούς μόνο λόγους => εμπορικοποίηση. Φυσικά, ισχύει ο κανόνας ότι όσο πιο γνωστό είναι ένα διακριτικό γνώρισμα τόσο μεγαλύτερης προστασίας πρέπει να λαμβάνει, αφού ο κίνδυνος απομίμησής του είναι μεγάλος.

ΙΙ. Κατηγορίες και τρόποι κτήσης των διακριτικών γνωρισμάτων: Υπάρχει διάκριση μεταξύ διακριτικών γνωρισμάτων ***επιχείρησης*** (όνομα, επωνυμία, διακριτικός τίτλος) και ***εμπορευμάτων ή υπηρεσιών*** (σήμα, ιδιαίτερος διασχηματισμός προϊόντος). Δεν αποκλείεται ένα διακριτικό γνώρισμα επιχείρησης, ολόκληρο ή συντετμημένο, να χρησιμοποιείται και ως διακριτικό γνώρισμα προϊόντος, οπότε τυγχάνει διπλής προστασίας.

ΙΙΙ. Αρχές που ισχύουν για όλα τα διακριτικά γνωρίσματα:

- ***Σχετικοποιημένη προστασία*** → α) παρέχεται μόνο όταν δημιουργείται κίνδυνος σύγχυσης από τη συνύπαρξη ίδιων ή παρεμφερών διακριτικών γνωρισμάτων. // β) συνδέεται με την απόσβεση των διακριτικών γνωρισμάτων {λόγω μη χρησιμοποίησής τους ή χρήσης τους και από τρίτους (=> κίνδυνος να χαθεί η διακριτική τους αξία)}. // γ) εξασφαλίζει το συμβιβασμό των αντιτιθέμενων συμφερόντων (δηλ. αφενός του δικαιούχου και αφετέρου των άλλων ανταγωνιστών).
- ***Αρχή της προτεραιότητας*** → Αν το ίδιο ή παρεμφερές διακριτικό γνώρισμα χρησιμοποιείται από δύο ή περισσότερους, προηγείται κατά κανόνα εκείνος που πρώτος απέκτησε το δικαίωμα· άρα, ο πρώτος δικαιούχος έχει κατά του δεύτερου αξίωση για παράλειψη της χρήσης. Βέβαια, η χρήση της ίδιας ένδειξης για άλλη κατηγορία διακριτικών γνωρισμάτων δεν είναι πάντα παράνομη, αλλά μόνο όταν δημιουργείται κίνδυνος σύγχυσης· κατά τη νομολογία απαιτείται η παραπλάνηση ενός όχι εντελώς ασήμαντου τμήματος καταναλωτών. Πάντως, η αρχή της προτεραιότητα έχει σχετικό χαρακτήρα, δηλ. δεν αποκλείεται από τη στάθμιση συμφερόντων να συνάγεται ότι η αρχή αυτή πρέπει να υποχωρεί σε συγκεκριμένες περιπτώσεις, όπως π.χ. όταν ο παλαιότερος δικαιούχος ανέχθηκε για μεγάλο χρονικό διάστημα τη χρήση του ίδιου διακριτικού γνωρίσματος από τρίτον ή όταν το νεότερο διακριτικό γνώρισμα απέκτησε μεταγενέστερα εξέχουσα διακριτικότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ
ΣΗΜΑ (ν. 4072/2012)

§20. Γενικά

Ι. Έννοια: Σήμα μπορεί να αποτελέσει κάθε σημείο επιδεκτικό γραφικής παράστασης ικανό να διακρίνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μιας επιχείρησης από εκείνα άλλων επιχειρήσεων (άρθρο 121). Πρόκειται για άυλο αγαθό και απόλυτο δικαίωμα, η διάρκεια του οποίου μπορεί να ανανεώνεται, με αποτέλεσμα να είναι απεριόριστη· μάλιστα, για τη δημιουργία του απαιτείται η τήρηση ορισμένων διατυπώσεων. Το σήμα προστατεύεται μόνο αναφορικά με την ικανότητά του να διακρίνει ορισμένα εμπορεύματα ή υπηρεσίες, πράγμα που σημαίνει ότι μπορεί κατ' αρχήν να χρησιμοποιήσει το ίδιο αντικείμενο 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 προστατεύονται ανεξάρτητα από τα εμπορεύματα ή τις υπηρεσίες, τις οποίες διακρίνουν.

ΙΙ. Λειτουργίες:

- ***Ονοματοδοτική*** → Αποτελεί την ταυτότητα/το όνομα του προϊόντος.
- ***Διακριτική*** → Λειτουργεί ως κώδικας επικοινωνίας με το καταναλωτικό κοινό, μέσω του οποίου διοχετεύονται πληροφορίες σχετικά με την προέλευση, τις ιδιότητες, τη φήμη και το κύρος των προϊόντων που διακρίνει => δυνατότητα εξατομίκευσης, ώστε να μπορεί να τα διακρίνει ο καταναλωτής από άλλα όμοια ή παρόμοια.
- ***Προέλευσης*** → Καθιστά στους καταναλωτές δυνατό να διακρίνουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες με βάση την προέλευσή τους από ορισμένη επιχείρηση (έστω κι αν η επωνυμία της παραγωγού επιχείρησης δεν ταυτίζεται με το σήμα που χρησιμοποιεί). Όμως, δεν παρέχεται καμία εξασφάλιση ότι η επιχείρηση που προσφέρει τα εμπορεύματα ή τις υπηρεσίες της με ορισμένο σήμα δεν πρόκειται να μεταβληθεί, αφού επιτρέπεται πλέον η μεταβίβαση του σήματος χωρίς την παράγουσα τα προϊόντα επιχείρηση.
- ***Εγγυητική*** → 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 υπηρεσίες, έχοντας την εύλογη προσδοκία ότι το σήμα που φέρουν αποτελεί εγγύηση προσφοράς της ίδιας πάντοτε ποιότητας και στο μέλλον. Σε περίπτωση, κατά την οποία μεταβιβαστεί μόνο το σήμα (δηλ. χωρίς την επιχείρηση) και η νέα επιχείρηση που απέκτησε το σήμα χειροτερεύσει την ποιότητα των προϊόντων ή υπηρεσιών σε βαθμό που να μην ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των καταναλωτών, δεν υπάρχει προστασία από το δίκαιο των σημάτων. Πάντως, αν τρίτοι διανομείς νοθεύσουν ή αλλοιώσουν την ποιότητα των προϊόντων που διακινούν με το συγκεκριμένο σήμα και στη συνέχεια τα διοχετεύσουν εκ νέου στην αγορά, ο δικαιούχος του σήματος μπορεί να στραφεί εναντίον τους.

- ***Διαφημιστική*** → Το σήμα γίνεται σύμβολο της εμπορικής επιτυχίας των προϊόντων ή υπηρεσιών που διακρίνει, δημιουργώντας στους καταναλωτές ευνοϊκή προδιάθεση για την προτίμησή τους.

ΙΙΙ. Κατηγορίες σημάτων:

- ***Σήμα εμπορευμάτων και σήμα υπηρεσιών***
- ***Συλλογικό σήμα*** → Καταθέτης είναι επαγγελματική ένωση και χρήστης όχι η ίδια αλλά τα μέλη της, καθόσον το συλλογικό σήμα διακρίνει προϊόντα που προέρχονται από επιχειρήσεις των μελών της. Το συλλογικό σήμα μπορεί να χρησιμοποιείται για να διακρίνει τη γεωγραφική προέλευση των εμπορευμάτων ή των υπηρεσιών, καθώς και το είδος, την ποιότητα, οι άλλες ιδιότητες των προϊόντων ή των υπηρεσιών των μελών του δικαιούχου της ένωσης. Πάντως, μπορεί να εκπληρώσει την οικονομική του λειτουργία μόνον 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. + άρθρο 163.
- ***Εμπορικό και βιομηχανικό*** → Το μεν πρώτο διακρίνει εμπορεύματα που προέρχονται από τον παραγωγό, ενώ το δε άλλο εμπορεύματα που προέρχονται από εμπορική επιχείρηση.
- ***Συνοδευτικό*** → 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, μπορεί να τεθεί και το σήμα του παραγωγού της πρώτης ύλης.
- ***Σήμα σειράς*** → Ο δικαιούχος του χρησιμοποιεί το ίδιο (γραμματικό) θέμα, για να διακρίνει διαφορετικά εμπορεύματα ή υπηρεσίες (π.χ. 'Nescafé'/'Nestlé').
- ***Επωνυμικό σήμα*** → Ο δικαιούχος μπορεί να χρησιμοποιεί το ίδιο σήμα για όλα τα διαφορετικής φύσης εμπορεύματα ή υπηρεσίες που προέρχονται από την επιχείρησή του, παραγωγική ή εμπορική (π.χ. Yamaha για μοτοσυκλέτες και εξωλέμβιες μηχανές).

§21. Προϋποθέσεις προστασίας

Ι. Διακριτική ικανότητα: Η ικανότητα ***α) μιας ένδειξης να διακρίνει γενικά εμπορεύματα ή υπηρεσίες*** (=αφηρημένη διακριτική ικανότητα). // ***β) του σήματος να διακρίνει τα αναφερόμενα στη δήλωση κατάθεσης εμπορεύματα ή υπηρεσίες*** (συγκεκριμένη διακριτική ικανότητα ή διακριτική δύναμη). Ορισμένες από τις ενδείξεις που μπορούν να προστατευθούν ως σήμα αναφέρονται ενδεικτικά στο άρθρο 121 εδ. 2.

ΙΙ. Αυτοτέλεια σε σχέση με το ίδιο το εμπόρευμα ή τη συσκευασία του: Πρέπει το σήμα να μην αποτελεί λειτουργικά αναγκαίο συστατικό του εμπορεύματος· τούτο δεν σημαίνει ότι αποκλείεται να εμφανίζεται το σήμα πάνω στο εμπόρευμα (π.χ. με συνύφανση ή εγχάραξη), δεδομένου ότι δεν απαιτείται υλική, αλλά νοητική (λειτουργική) αυτοτέλεια. Ειδικά προκειμένου για σήματα που

αποτελούνται αποκλειστικά από το σχήμα του εμπορεύματος ή της συσκευασίας του (=τρισδιάστατα σήματα), ισχύουν οι τρεις περιορισμοί που αναφέρονται στο άρθρο 123 §1 περίπτ. ε'.

ΙΙΙ. Είδη σημάτων: Για να μπορεί να προστατευθεί ένα σημείο ως σήμα, πρέπει να είναι το κατατιθέμενο σήμα επιδεκτικό γραφικής παράστασης· αναφέρεται ενδεικτικά στο άρθρο 121 εδ. 2 ότι σήμα μπορούν να αποτελέσουν λέξεις, ονόματα, επωνυμίες, ψευδώνυμα κλπ. Γίνεται δεκτό ότι οσφραντικά σήματα μπορούν δεκτά, εφόσον μπορούν να αναπαραχθούν βάσει του δηλούμενου χημικού τύπου. Ειδικότερα, μπορούν να παρατηρηθούν τα εξής >

- ✓ ***Ο συνηθέστερος σχηματισμός σήματος είναι με λέξεις (λεκτικά σήματα).*** Μπορεί να χρησιμοποιούνται μία ή περισσότερες λέξεις, όχι όμως πληθώρα λέξεων που δεν καθιστούν αντιληπτό στους καταναλωτές ότι πρόκειται για ενιαίο σήμα. Ως σήματα προστατεύονται και οι ξενόγλωσσες λέξεις, εκτός αν είναι παραπλανητικές, δηλ. αν δημιουργούν εντύπωση ότι τα προϊόντα που διακρίνουν είναι ξένα, ενώ είναι ελληνικά.
- ✓ ***Ως σήμα μπορεί να προστατευθεί και το όνομα, το ψευδώνυμο, η επωνυμία και ο διακριτικός τίτλος.***
- ✓ ***Απεικονίσεις και σχέδια οποιασδήποτε μορφής*** (π.χ. ετικέτες, λογότυπος) ***μπορούν να αποτελέσουν σήμα,*** εφόσον παρουσιάζουν διακριτικότητα (απεικονιστικά σήματα)· το ίδιο ισχύει για τα γράμματα (π.χ. HSBC) και τους αριθμούς (π.χ. κολόνια 4711).
- ✓ ***Η πανομοιότυπη απεικόνιση του σχήματος προϊόντος ή της συσκευασίας του*** (π.χ. φωτογραφική απεικόνιση) ***δεν έχει κατά κανόνα διακριτική ικανότητα.*** Για να γίνει δεκτό για κατάθεση σήμα που αποτελείται από το σχήμα ή τη συσκευασία του προϊόντος, πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη η επιβαλλόμενη αυτοτέλεια του σήματος.
- ✓ ***Ρητά προβλέπεται η δυνατότητα προστασίας των ηχητικών σημάτων.*** Η γραφική παράσταση του ηχητικού σήματος πραγματοποιείται με νότες ή με καταγραφή παλμικών κυμάτων.
- ✓ ***Αναγνωρίζεται πλέον ότι χρώματα ή συνδυασμοί χρωμάτων μπορούν να προστατευθούν ως σήματα.***
- ✓ ***Ο τίτλος βιβλίου είναι καταθέσιμος ως σήμα μόνο όταν –εκτός από την εξατομίκευση του έργου- χρησιμεύει και προς διάκριση του εκδοτικού οίκου***, ο οποίος το εξέδωσε ή το διανέμει (όπως π.χ. συμβαίνει με συλλογικά έργα ή σειρές).

ΙV. Πρόθεση και υποχρέωση χρήσης: Η πρόθεση χρήσης του σήματος αποτελεί προϋπόθεση προστασίας του. Το σήμα προστατεύεται από την καταχώρισή του, δηλ. έστω κι αν δεν έχει αρχίσει η χρήση του· προστατεύονται, επίσης, και τα σήματα πρόνοιας (=ο καταθέτης έχει πρόθεση να τα χρησιμοποιήσει στο μέλλον). Όμως, η πάροδος της πενταετούς προθεσμίας (άρθρο 160 §1 περίπτ. α') συνιστά λόγο έκπτωσης από το δικαίωμα και μπορεί να οδηγήσει στη διαγραφή του σήματος. Πέρα από αυτό, εφαρμόζονται ιδιαίτερα οι αρχές της αποδυνάμωσης και της κατάχρησης δικαιώματος· ως εκ τούτου, επιβάλλεται έμμεσα στον δικαιούχο υποχρέωση χρήσης του σήματος. Πάντως, εφόσον είναι από την αρχή πρόδηλο ότι δεν υπάρχει πρόθεση κυκλοφορίας των προϊόντων, το σήμα δεν πρέπει να γίνει δεκτό ή –αν γίνει- μπορεί να ζητηθεί η διαγραφή του αμέσως (=και πριν την πάροδο της πενταετούς προθεσμίας)- π.χ. αυτό συμβαίνει στα αμυντικά σήματα (=δεν προορίζονται για χρήση, αλλά αποσκοπούν στην επέκταση της προστασίας άλλου σήματος του ίδιου καταθέτη από παρεμφερή σήματα τρίτων). Σημειώνεται ότι δεν είναι ανάγκη να έχει την πρόθεση χρήσης ο ίδιος ο δικαιούχος, καθόσον η χρήση του σήματος μπορεί να γίνεται από τρίτο, στον οποίο ο δικαιούχος έχει παραχωρήσει την άδεια χρήσης· στην περίπτωση αυτή, η χρήση από τον τρίτο καταλογίζεται στον δικαιούχο.

§22. Απαράδεκτα

Ι. Γενικά: Ο έλεγχος της συνδρομής των λόγων των απαραδέκτων (άρθρα 123-124 του ν. 4072/2012) γίνεται αυτεπαγγέλτως από μονομελές όργανο ελέγχου (εξεταστή). Σε δεύτερο βαθμό επιλαμβάνεται η διοικητική επιτροπή σημάτων (ΔΕΣ) ως δευτεροβάθμιο όργανο διοικητικού ελέγχου· η επιτροπή αυτή εξετάζει την ανακοπή κατά της απόφασης του εξεταστή που έκανε δεκτή τη δήλωση κατάθεσης (άρθρο 140) και την προσφυγή κατά της απόφασης που απέρριψε τη δήλωση κατάθεσης (άρθρο 144).

ΙΙ. Απόλυτοι λόγοι απαραδέκτου:

- **Έλλειψη εννοιολογικών στοιχείων του σήματος (άρθρο 123 §1 περίπτ. α')** → Αφορά την έλλειψη (αφηρημένης) διακριτικής ικανότητας, αυτοτέλειας και επιδεκτικότητας γραφικής παράστασης. Το ελάττωμα αυτό δεν μπορεί να θεραπευτεί ούτε με την προηγούμενη χρήση της ένδειξης στις συναλλαγές.
- **Έλλειψη διακριτικής δύναμης (άρθρο 123 §1 περίπτ. β')** → Κριτήριο της ύπαρξης ή μη διακριτικής δύναμης (διακριτικού χαρακτήρα) είναι κατά βάση η αντίληψη των συναλλακτικών κύκλων· με το ίδιο κριτήριο κρίνεται αν η ελλείπουσα αρχικά διακριτική δύναμη δημιουργήθηκε εκ των υστέρων με τη χρήση της ένδειξης στις συναλλαγές. Προκειμένου για σύνθετες ενδείξεις (=αποτελούνται από περισσότερες λέξεις ή από λέξεις, αριθμούς ή/και εικόνες), η ύπαρξη ή μη διακριτικής δύναμης κρίνεται από τη συνολική εντύπωση που δημιουργεί η ένδειξη ως όλο. Διακριτική δύναμη, πάντως, μπορεί να έχουν και ενδείξεις που αποτελούνται από φανταστικές λέξεις, από νεολογισμούς και λεξιπλασίες ή από συνδυασμό λέξεων και εικαστικών στοιχείων. Το σχήμα προϊόντος δεν μπορεί να καταχωριστεί, αν τα ουσιώδη λειτουργικά χαρακτηριστικά του σχήματος αυτού συνδέονται αποκλειστικά με το τεχνικό αποτέλεσμα. Τέλος, οι κωδικοί αριθμοί που εξατομικεύουν ανταλλακτικά και αναλώσιμα δεν έχουν κατά κανόνα διακριτικό χαρακτήρα, αν δεν χρησιμοποιούνται μαζί με το σήμα του κατασκευαστή.
- **Ενδείξεις προσδιοριστικές των προϊόντων (άρθρο 123 §1 περίπτ. γ' και ε')** → Ακόμα κι αν η χρήση τους από μια επιχείρηση τους προσδώσει διακριτικό χαρακτήρα (=τις καταστήσει καταχωρίσιμες), οι άλλοι ανταγωνιστές θα μπορούν παρ' όλα αυτά να χρησιμοποιούν τις ενδείξεις αυτές που περιέχονται στο προστατευόμενο σήμα, σύμφωνα –βέβαια- με τους όρους του άρθρου 126 §1. Ενδείξεις γεωγραφικής προέλευσης δεν μπορούν ούτε αυτές να μονοπωληθούν από έναν καταθέτη, εκτός αν η χρησιμοποιούμενη ένδειξη έχει επικρατήσει να διακρίνει τα προϊόντα που προέρχονται από ορισμένη επιχείρηση. Τοπωνύμια που δεν συνδέονται με την παραγωγή των προϊόντων, για τα οποία ζητείται η καταχώριση, μπορούν να προστατευθούν ως σήμα, όπως π.χ. η ένδειξη 'Casablanca' για δίσκους φωνογράφου. Είναι δυνατόν ένα προστατευόμενο σήμα, λόγω της συχνής χρήσης του από άλλους ανταγωνιστές και της μη δίωξής τους από τον δικαιούχο, να καταλήξει να υποδηλώνει το είδος εμπορεύματος (=περιγραφικό σήμα)- π.χ. η λέξη 'βαζελίνη'· στην περίπτωση αυτή, παύει η ουσιαστική προστασία του σήματος, η δε τυχόν όψιμη δίωξη εκείνου που χρησιμοποιεί την ένδειξη θα είναι καταχρηστική.
- **Κοινόχρηστες ενδείξεις (άρθρο 123 §1 περίπτ. δ')** → Μολονότι μπορεί να έχουν διακριτική ικανότητα και να μην αποτελούν ενδείξεις προσδιοριστικές των προϊόντων, έχουν καταστεί συνηθισμένες στην καθομιλουμένη ή στη θεμιτή και πάγια πρακτική των συναλλαγών. Εφόσον ένα σήμα αποτελείται αποκλειστικά από τις ενδείξεις αυτές δεν μπορεί να τύχει προστασίας. Πάντως, μόνο το γεγονός ότι η προς καταχώριση ένδειξη χρησιμοποιείται ως διαφημιστικό σύνθημα ή ως ένδειξη ποιότητας ή προτροπής αγοράς δεν αποκλείει την καταχώριση· για να κριθεί αν συγκεκριμένη ένδειξη είναι κοινόχρηστη, πρέπει να ληφθούν υπόψη τα συγκεκριμένα προϊόντα ή οι συγκεκριμένες υπηρεσίες που πρόκειται να διακρίνει.

❖ **Επικράτηση στις συναλλαγές (άρθρο 123 §4)** → Η σωστή έννοια της διάταξης είναι ότι η αρχικά απαράδεκτη για καταχώριση ένδειξη μπορεί να γίνει δεκτή, εφόσον λόγω της έντονης χρήσης της, μέχρι την κατάθεσή της, επικράτησε στους σχετικούς κύκλους των συναλλαγών ως διακριτικό γνώρισμα των δηλούμενων στην αίτηση κατάθεσης εμπορευμάτων ή υπηρεσιών· πάντως, η διάταξη δεν καλύπτει την έλλειψη των εννοιολογικών στοιχείων του σήματος. Η επικράτηση μόνο στο εξωτερικό δεν αρκεί κατά βάση για να καταστήσει την ένδειξη καταχωρίσιμη. Αν –κατ' εσφαλμένη εκτίμηση- γίνει δεκτό σήμα με βάση το άρθρο 123 §4, το σήμα αυτό είναι διαγραπτέο, εκτός αν στο μεταξύ, δηλ. μέχρι τη διαγραφής του, επικρατήσει στις συναλλαγές.

❖ **Ενδείξεις που αντίκεινται στη δημόσια τάξη ή τα χρηστά ήθη (άρθρο 123 §1 περίπτ. στ', 123 §3 περίπτ. α')** → Η έννοια της δημόσιας τάξης αναφέρεται στους βασικούς θεσμούς και στις θεμελιώδεις αρχές της κοινωνίας· στις αρχές αυτές αντίκειται π.χ. η κατάθεση ως σήματος αγκυλωτού σταυρού. Μια ένδειξη αντίκειται στα χρηστά ήθη, όταν προσβάλλει έντονα το αίσθημα της ηθικής, ενδεχομένως και την αισθητική του μέσου ανθρώπου· βέβαια, το αίσθημα της ηθικής διαρκώς μεταβάλλεται και εξελίσσεται. Στην προστασία δημοσίων συμφερόντων αναφέρεται και το απαράδεκτο του άρθρου 123 §3 περίπτ. α', σύμφωνα με το οποίο δεν καταχωρούνται ως σήματα τα ονόματα κρατών, η σημαία, τα εμβλήματα, τα σύμβολα, οι θυρεοί, τα σημεία και τα επισήματα του ελληνικού κράτους. Κρίθηκε ότι δεν αποτελεί σημείο μεγάλης συμβολικής σημασίας, ούτε παραβιάζει τα χρηστά ήθη αυτή καθαυτή η καταχώριση σήματος μυθολογικών και λογοτεχνικών ονομάτων, όπως η λέξη "Κρέων"· ωστόσο, δεν γίνονται δεκτές προς καταχώρηση ενδείξεις που αντιπροσωπεύουν μία πανεθνική ιδέα (π.χ. Δαλάι Λάμα, Μεσσίας).

❖ **Παραπλανητικές ενδείξεις (άρθρο 123 §1 περίπτ. ζ)** → Πρόκειται για ενδείξεις που μπορούν να παραπλανήσουν το καταναλωτικό κοινό, ιδίως ως προς ουσιώδη προσδιοριστικά στοιχεία του προϊόντος ή της υπηρεσίας που καλούνται να διακρίνουν, όπως η φύση του, η ποιότητα και η γεωγραφική του προέλευση. Για την παραπλάνηση δεν αρκεί απλώς να πρόκειται για να αναληθή ή ανακριβή ένδειξη, αλλά η ένδειξη θα πρέπει να επηρεάζει ευμενώς την αγοραστική βούληση του καταναλωτή. Παραπλανητική είναι και η χρησιμοποίηση ως στοιχείου του σήματος προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης από επιχείρηση που δεν έχει αυτό το δικαίωμα.

❖ **Κατάθεση αντίθετη στην καλή πίστη (άρθρο 123 §3 περίπτ. β')**

❖ **Ενδείξεις που εμπεριέχουν ή αποτελούνται από προστατευόμενες από τη νομοθεσία της ΕΕ γεωγραφικές ενδείξεις και ονομασίες προέλευσης (άρθρο 123 §2).**

<u>ΙΙΙ. Σχετικοί λόγοι απαραδέκτου:</u>

➢ **Σύγκρουση με προγενέστερο σήμα (άρθρο 124 §1-2, 3γ-4)** → Η σύγκρουση λύνεται με βάση την αρχή της προτεραιότητας. Εντούτοις, δεν επικρατεί πάντα το παλαιότερο σήμα, αλλά -ενόψει της σχετικοποιημένης προστασίας που παρέχεται στα διακριτικά γνωρίσματα- τότε μόνο είναι απαράδεκτη για κατάθεση η νεότερη ένδειξη, όταν συντρέχει μία από τις τρεις περιπτώσεις που προβλέπονται στο άρθρο 124 §1· αν, αντίθετα, δεν συμβαίνει τούτο, το νεότερο σήμα συνυπάρχει με το παλαιότερο, έστω κι αν τα δύο σήματα προσομοιάζουν μεταξύ τους. Περιπτώσεις >

α) ταύτιση της κατατεθείσας νεότερης ένδειξης με προγενέστερο σήμα, το οποίο διακρίνει εμπορεύματα και υπηρεσίες που ταυτίζονται με αυτά της νεότερης ένδειξης. //

β) δημιουργία κινδύνου σύγχυσης του κοινού, ο οποίος οφείλεται στο ότι η κατατεθείσα (νεότερη) ένδειξη ταυτίζεται ή ομοιάζει με προγενέστερο σήμα, τα δε διακρινόμενα με το σήμα προϊόντα ταυτίζονται ή ομοιάζουν με αυτά της κατατεθείσας (νεότερης ένδειξης). Σημαντικό είναι ότι στον κίνδυνο σύγχυσης περιλαμβάνεται και ο κίνδυνος συσχέτισης της κατατεθείσας ένδειξης με το προγενέστερο σήμα, δηλ. ο κίνδυνος νοητικής σύνδεσης των δύο ενδείξεων. Σύμφωνα με τη νομολογία, στην πρώτη περίπτωση της ταυτότητας σημάτων και προϊόντων, η προστασία του προγενέστερου σήματος είναι απόλυτη, χωρίς ανάγκη επίκλησης και απόδειξης κινδύνου σύγχυσης, ο οποίος θεωρείται κατ' αμάχητο τεκμήριο ότι συντρέχει. Ο κίνδυνος αποκλείεται, έστω κι αν το

νεότερο σύνθετο ρήμα επαναλαμβάνει την ίδια περιγραφική ένδειξη του παλαιότερου σύνθετου σήματος· αναλόγως, ο κίνδυνος αποκλείεται αν το μεταγενέστερο σήμα έχει αποκτήσει και αυτό διακριτική δύναμη, ή αν και οι δύο επιχειρήσεις είναι γνωστές και διακριτές στους συναλλασσόμενους (=συνύπαρξη δύο σημάτων). Τέλος, πρέπει να παρατηρηθεί ότι ο δημιουργούμενος (εν δυνάμει) κίνδυνος σύγχυσης πρέπει να αφορά σημαντικό τμήμα του οικείου καταναλωτικού κοινού, με συνέπεια να είναι καταχωρίσιμη η ένδειξη ως σήμα, έστω κι αν είναι πιθανό να δημιουργεί κίνδυνο σύγχυσης σε μικρό ποσοστό καταναλωτών. //
γ) ταύτιση ή ομοιότητα νεότερης ένδειξης με προγενέστερο σήμα, το οποίο διακρίνει μεν ανόμοια εμπορεύματα ή υπηρεσίες, αλλά έχει αποκτήσει φήμη (=είναι γνωστό στις συναλλαγές στην Ελλάδα). + άρθρο 124 §4- Η έγγραφη συναίνεση μπορεί να δοθεί όχι μόνο στην υπηρεσία σημάτων, αλλά σε οποιοδήποτε στάδιο εξέτασης της αίτησης (ενώπιον του εξεταστή, της ΔΕΣ ή του Διοικητικού Πρωτοδικείου ή Εφετείου).

- **Σύγκρουση με προγενέστερα διακριτικά γνωρίσματα και άλλα δικαιώματα (άρθρο 123 §3$^{α-β}$) →** Αποτελεί κώλυμα καταχώρισης σήματος η ύπαρξη προγενέστερης ένδειξης που χρησιμοποιείται στις συναλλαγές ως διακριτικό γνώρισμα εμπορεύματος (=μη κατατεθέν σήμα)· αναλόγως, δεν μπορεί να κατατεθεί ως σήμα ένδειξη που χρησιμοποιείται ήδη στις συναλλαγές ως διακριτικό γνώρισμα επιχείρησης (ιδίως επωνυμία) ή καταστήματος (ιδίως διακριτικός τίτλος). Η περίπτωση της συνωνυμίας (=χρήση ένδειξης που αποτελείται από το όνομα του καταθέτη, παρότι το ίδιο όνομα έχει ήδη κατατεθεί προγενέστερα από άλλον ως σήμα για να διακρίνει ταυτόσημα ή ομοειδή προϊόντα) πρέπει να κρίνεται με βάση το άρθρο 124 §1 περίπτ. β', το οποίο θέτει ως προϋπόθεση για τη συνύπαρξη σημάτων που ομοιάζουν μεταξύ τους τη μη δημιουργία κινδύνου σύγχυσης.

§23. Κατάθεση και καταχώριση

Ι. Κατάθεση: Η δήλωση κατάθεσης υποβάλλεται σε ένα αντίγραφο, συνοδεύεται από έγγραφο που πρέπει να περιέχει ***α) αίτημα για καταχώριση σήματος, β) αποτύπωση του σήματος, γ) ονοματεπώνυμο, κατοικία, τηλέφωνο επικοινωνία, διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του καταθέτη και δ) κατάλογο των προϊόντων ή υπηρεσιών, τα οποία το σήμα πρόκειται να διακρίνει,*** ταξινομημένα κατά κλάση (βλ. και άρθρο 180) με αναγραφή της οικείας κλάσης (άρθρο 135). Η δήλωση κατάθεσης κατατίθεται και σε ηλεκτρονική μορφή με την προσκομιδή στην αρμόδια Υπηρεσία ψηφιακού δίσκου ή άλλου πρόσφορου ηλεκτρονικού αποθηκευτικού μέσου (βλ. και άρθρο 136 §2-4 και 137). Ο καταθέτης μπορεί, οποτεδήποτε και ανεξαρτήτως εκκρεμοδικίας, να προβεί σε δήλωση για τη μη διεκδίκηση επί ορισμένων μη ουσιωδών στοιχείων του δηλωθέντος σήματος, καθώς και σε δήλωση περιορισμού των προϊόντων ή υπηρεσιών που αναφέρονται στη δήλωση κατάθεσης (άρθρο 129) + άρθρο 130. Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες της διαίρεσης δεν επιτρέπεται να αλληλεπικαλύπτοντα με εκείνα που παραμένουν στην αρχική ή τμηματική δήλωση κατάθεσης ή καταχώρισης· η χρονική προτεραιότητα κάθε τμηματικής δήλωσης κατάθεσης ή καταχώρισης ανατρέχει στο χρόνο κατάθεσης της αρχικής δήλωσης. Αν και το δικαίωμα στο σήμα αποκτάται από την καταχώρισή του, ο χρόνος κατάθεσης έχει μεγάλη σημασία, διότι από αυτόν καθορίζεται ο χρόνος προτεραιότητας του σήματος σε περίπτωση σύγκρουσής του με δικαιώματα τρίτων. + άρθρο 131 §5.

ΙΙ. Έλεγχος νομιμότητας

1. Διαδικασία εξέτασης και παραδοχής της δήλωσης: Η δήλωση για την κατάθεση σήματος γίνεται δεκτή ύστερα από έλεγχο νομιμότητας από εξεταστή της Υπηρεσίας Σημάτων. Αν η δήλωση κατάθεσης δεν πληροί τις τυπικές προϋποθέσεις, η Υπηρεσία Σημάτων καλεί τον καταθέτη να προβεί

σε διόρθωση ή συμπλήρωσή της (άρθρ 138 §2-4 και 139). Συνάγεται ότι για να κριθεί αν συντρέχει λόγος απαραδέκτου, λαμβάνεται υπόψη η κατάσταση των πραγμάτων που υφίσταται κατά το χρόνο της κατάθεσης της δήλωσης.

2. Ένδικα βοηθήματα και μέσα: Κατά της απόφασης του εξεταστή που έκανε δεκτή ή απέρριψε τη δήλωση κατάθεσης μπορεί να ασκηθεί ανακοπή ή προσφυγή, οι οποίες εκδικάζονται από τη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων (ΔΕΣ)- βλ. και άρθρα 140, 143-146 και 149 (επαναφορά στην πρότερη κατάσταση).

3. Καταχώριση (άρθρο 147): Εφόσον το σήμα γίνει δεκτό με απρόσβλητη απόφαση του εξεταστή και της ΔΕΣ ή με τελεσίδικη απόφαση των δικαστηρίων, σημειώνεται στο μητρώο σημάτων η λέξη 'καταχωρίστηκε'· άρα, η πράξη καταχώρισης είναι δημιουργική του δικαιώματος στο σήμα, δηλ. πρόκειται για ατομική διοικητική πράξη, η οποία συστήνει απόλυτο δικαίωμα ιδιωτικού δικαίου. Κατά το διάστημα που μεσολαβεί από την κατάθεση μέχρι την καταχώριση, η ένδειξη δεν προστατεύεται ως σήμα αλλά ως από δικαίωμα προσδοκίας· το τελευταίο αναγνωρίζεται ως περιουσιακό στοιχείο και μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο μεταβίβασης. Η καταχώριση δεν έχει αναδρομικά αποτελέσματα, δηλ. δεν θεωρείται ότι το καταχωρισμένο σήμα υφίσταται από την ημερομηνία υποβολής της δήλωσης· με τη δήλωση απλώς προσδιορίζεται η χρονική προτεραιότητα του καταχωρισμένου σήματος σε περίπτωση σύγκρουσής του με άλλα δικαιώματα. Λόγω της ισχύος της αρχής της χρονικής προτεραιότητας, γίνεται δεκτό ότι το καταχωρισθέν σήμα προηγείται άλλων δικαιωμάτων που δημιουργήθηκαν μετά την ημερομηνία κατάθεσής του.

§24. Περιεχόμενο και προστασία του δικαιώματος στο σήμα

Ι. Περιεχόμενο: Το σήμα είναι τυπικό, απόλυτο και αποκλειστικό δικαίωμα σε άυλο αγαθό, το οποίο παρέχει στον δικαιούχο του το δικαίωμα να ασκεί αποκλειστικά αυτός τις επιμέρους εξουσίες που απορρέουν από αυτό (βλ. άρθρο 125- *θετικό περιεχόμενο του δικαιώματος*). Τρίτοι που διαθέτουν γνήσια προϊόντα μπορούν να κάνουν οποιαδήποτε χρήση του σήματος, εφόσον –όμως- δεν δημιουργούνται από τη χρήση αυτή παραπλανητικές εντυπώσεις. Ο δικαιούχος του σήματος μπορεί κατ' αρχήν να εναντιωθεί στην αφαίρεση και επανατοποθέτηση ή αντικατάσταση των ετικετών που φέρουν το σήμα από τρίτο. Η χρήση του σήματος μπορεί να γίνεται και υπό μορφή που διαφέρει ως προς τα επιμέρους στοιχεία του, εφόσον –όμως- δεν μεταβάλλεται ο διακριτικός του χαρακτήρας, παρά το γεγονός ότι η διαφορετική αυτή μορφή έχει επίσης καταχωριστεί ως σήμα. Αν η χρήση δεν γίνεται στις συναλλαγές, δηλ. αν με τη χρήση του σήματος από τρίτο δεν παραβλάπτονται οι λειτουργίες του σήματος, τότε δεν παρέχεται προστασία. Άλλη εξουσία, αν και δεν αναφέρεται ρητά, είναι η εξουσία θέσης για πρώτη φορά σε κυκλοφορία των εμπορευμάτων που φέρουν το σήμα από τον ίδιο τον δικαιούχο και από τρίτο, αλλά με συγκατάθεση του δικαιούχου· έτσι, αν τρίτος θέσει σε κυκλοφορία (γνήσια) προϊόντα του δικαιούχου που φέρουν το σήμα του προτού αυτός θέσει τα σηματοδοτούμενα προϊόντα σε κυκλοφορία, τότε προσβάλλεται το σήμα.
Το αρνητικό περιεχόμενο του δικαιώματος αφορά το ότι ο δικαιούχος μπορεί να εναντιωθεί στην καταχώριση ως σήματος σημείου, το οποίο συγκρούεται με παλαιότερο δικό του, να ζητήσει τη διαγραφή του συγκρουόμενου νεότερου σήματος του τρίτου λόγω ακυρότητας (άρθρα 161 §1 και 162 §2), καθώς και να στραφεί κατά παντός, ο οποίος –χωρίς τη συγκατάθεσή του- ασκεί μία από τις προαναφερθείσες εξουσίες που απορρέουν από το σήμα ή χρησιμοποιεί στις συναλλαγές σημείο κατά τρόπο που προκαλεί κίνδυνο σύγχυσης με το σήμα του ή προσβάλλει σήμα φήμης (άρθρα 125 §3-4 και 150).

ΙΙ. Προστασία

1. Γενικά: Εκείνος, ο οποίος –χωρίς τη συγκατάθεση του δικαιούχου- κάνει οποιαδήποτε χρήση του σήματος στις συναλλαγές, προσβάλλει το σήμα. Ισχύουν τρεις εκφάνσεις προστασίας, οι οποίες συνοψίζονται στο τρίπτυχο > *προστασία κατά της ταυτόσημης χρήσης του σήματος από τρίτο* (=συνίσταται στο ότι ο δικαιούχος του σήματος μπορεί να στραφεί κατά εκείνου που χρησιμοποιεί ταυτόσημη ένδειξη για τη διάκριση ταυτόσημων εμπορευμάτων ή υπηρεσιών), *προστασία κατά του κινδύνου σύγχυσης* (=όταν η ένδειξη του τρίτου ταυτίζεται ή ομοιάζει με προγενέστερο σήμα, τα δε εμπορεύματα ή οι υπηρεσίες που διακρίνει ταυτίζονται οι ομοιάζουν με αυτά που διακρίνει το παλαιότερο σήμα. Εφόσον το παλαιότερο σήμα είναι γνωστό στις συναλλαγές, η παρεχόμενη προστασία επεκτείνεται και πέραν των ορίων του κινδύνου σύγχυσης) *και προστασία της φήμης του σήματος* (άρθρο 125 §3).

2. Κίνδυνος σύγχυσης: Σχηματίζεται η εντύπωση ότι –λόγω της ομοιότητας των δύο σημάτων- τα σηματοδοτούμενα προϊόντα προέρχονται από την ίδια επιχείρηση· για να υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης, πρέπει σε κάθε συγκεκριμένη περίπτωση να λαμβάνονται υπόψη τα εξής στοιχεία >

Σημασία έχει η δημιουργούμενη συνολική εντύπωση. Έτσι, δεν στοιχειοθετείται κίνδυνος σύγχυσης, αν –παρά την ύπαρξη επιμέρους κοινών στοιχείων- η σχηματιζόμενη γενική εντύπωση είναι διαφοροποιημένη, ώστε να μη φαίνεται πιθανή η σύγχυση μεταξύ των συγκρουόμενων σημείων. Και αντίστροφα, είναι δυνατόν –παρά τις επιμέρους διαφοροποιήσεις σε λεκτικά ή απεικονιστικά στοιχεία των συγκρουόμενων σημάτων- να δημιουργείται κίνδυνος σύγχυσης, όταν παραμένει η ίδια συνολική εντύπωση (=προσκόλληση της μεταγενέστερης ένδειξης σε προϋπάρχον σήμα). Για την εκτίμηση του κινδύνου σύγχυσης λαμβάνονται υπόψη και τα διδάγματα της κοινής πείρας.

Για την κρίση σχετικά με το αν υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης λαμβάνεται υπόψη η δημιουργούμενη εντύπωση σε σημαντικό τμήμα των σχετικών συναλλακτικών κύκλων. Σύμφωνα με τη νομολογία, υπόψη λαμβάνεται ο μέσος, άπειρος και όχι ιδιαίτερα προσεκτικός καταναλωτής, ο οποίος δεν διαθέτει το χρόνο να διαπιστώσει την προέλευση του προϊόντος, με αποτέλεσμα να παρασύρεται εύκολα· εντούτοις, το ΔΕΚ λαμβάνει ως μέτρο τον προσεκτικό και ενημερωμένο μέσο καταναλωτή. Ακόμη κι α χρησιμοποιείται η ίδια σχεδόν λεκτική ένδειξη, μπορεί να αποκλείεται ο κίνδυνος σύγχυσης, αν τα προϊόντα –μολονότι παρεμφερή- απευθύνονται σε εξειδικευμένους αγοραστές.

Κίνδυνος συγχύσεως μπορεί να δημιουργηθεί διότι, συγκρινόμενα τα δύο σημεία, δημιουργούν παρεμφερή οπτική (=υπάρχει στα απεικονιστικά σήματα, των οποίων κύριο στοιχείο είναι η εικόνα· δεν αποκλείεται, πάντως, να δημιουργείται οπτική εντύπωση και από λεκτικό σήμα, όταν χρησιμοποιείται ιδιάζουσα γραφή, έστω κι αν η εννοιολογική σημασία των δύο σημείων είναι διαφορετική), ηχητική-ακουστική ή εννοιολογική εντύπωση (=μπορεί να δημιουργηθεί όχι μόνο μεταξύ λεκτικών, αλλά και μεταξύ εικαστικών σημείων· έτσι, μπορεί να δημιουργηθεί σύγχυση μεταξύ του λεκτικού σημείου ‘Γίγαντας’ και απεικονιστικού, στο οποίο απεικονίζεται ένας γίγαντας). Για την εκτίμηση αυτή πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ότι ο καταναλωτής λειτουργεί -ως προς το ένα τουλάχιστον σημείο- με μια από μνήμης εικόνα. Δεν είναι ανάγκη να αποδεικνύεται παραπλάνηση των καταναλωτών, αλλά αρκεί να διαπιστώνεται αντικειμενικά ο κίνδυνος παραπλάνησης. Η έκταση της παρεχόμενης προστασίας εξαρτάται και από τη διακριτική δύναμη του συγκεκριμένου σήματος. Αν η διακριτική δύναμη και φήμη που έχει αποκτήσει το παλαιότερο σήμα είναι μεγάλη, αντίστοιχα μεγάλη θα είναι και η παρεχόμενη προστασία, με αποτέλεσμα να μην αρκούν μικρές διαφοροποιήσεις για τον αποκλεισμό του κινδύνου σύγχυσης.

Ο κίνδυνος σύγχυσης περιλαμβάνει και τον κίνδυνο συσχέτισης-νοητικής σύνδεσης μεταξύ των δύο σημείων (=αφορά την περίπτωση, κατά την οποία, μολονότι τα δύο σημεία –συγκρινόμενα αυτοτελώς μεταξύ τους- δεν προκαλούν κίνδυνο σύγχυσης, δημιουργείται –πάντως- η εντύπωση είτε

ότι τα εμπορεύματα ή οι υπηρεσίες που φέρουν το σήμα προέρχονται από την ίδια επιχείρηση, είτε από διαφορετικές μεν, οι οποίες –όμως- έχουν σχέση συνεργασίας. Ο κίνδυνος συσχέτισης καλύπτει τόσο τον έμμεσο κίνδυνο σύγχυσης (=προκαλείται η εσφαλμένη εντύπωση ότι –λόγω βασικών κοινών στοιχείων μεταξύ των δύο σημάτων- πρόκειται για περισσότερα σήματα, δικαιούχος των οποίων είναι η ίδια επιχείρηση) όσο και τον υπό ευρεία έννοια κίνδυνο σύγχυσης (=δημιουργείται η εσφαλμένη εντύπωση ότι υπάρχουν οικονομικές ή άλλες σχέσεις μεταξύ των δύο επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν τα δύο σήματα).

Ο κίνδυνος σύγχυσης τελεί σε συνάρτηση με την ταυτότητα ή ομοιότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Αν χρησιμοποιείται από τρίτο όμοιο μεν με το προκατατεθέν σήμα σημείο, αλλά για ανόμοια προϊόντα ή υπηρεσίες, το σήμα δεν προστατεύεται, διότι ελλείπει ο κίνδυνος σύγχυσης. Είναι, επίσης, φανερό ότι όσο περισσότερο ομοιάζουν τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες τόσο μεγαλύτερη απόσταση πρέπει να υπάρχει μεταξύ των συγκρουόμενων σημάτων· και αντίστροφα, όσο περισσότερο ομοιάζουν τα σήματα, τόσο περισσότερο πρέπει να διαφοροποιούνται τα διακρινόμενα προϊόντα για να μη δημιουργηθεί κίνδυνος σύγχυσης.

3. Προστασία της διαφημιστικής λειτουργίας του σήματος: Αμφισβητείται αν ο ν. 4072/2012 παρέχει προστασία και στη διαφημιστική λειτουργία του σήματος. Αν δοθεί θετική απάντηση, το σήμα θα προστατεύεται κι όταν ο τρίτος εκμεταλλεύεται εμπορικά ξένο σήμα προς ίδιο όφελος, δηλ. έστω κι αν δεν δημιουργείται κίνδυνος σύγχυσης. Το ΔΕΕ, πάντως, συναρτά την προστασία του σήματος με την επιτέλεση της διακριτικής του λειτουργίας.

4. Η διευρυμένη προστασία των σημάτων φήμης, ακόμη κι όταν δεν υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης από τη χρήση τους από τρίτους: Η αυξημένη προστασία σε σήματα φήμης παρέχεται ανεξάρτητα από την ομοιότητα των διακρινόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών. Ειδικότερα, προστατεύονται σε περίπτωση που τρίτος χρησιμοποιεί σημείο που ταυτίζεται ή ομοιάζει με προκατατεθέν σήμα φήμης, εφόσον η χρησιμοποίηση του σημείου θα προσπόριζε όφελος στον τρίτο από τον διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη του σήματος, ή εφόσον η χρήση από τον τρίτο θα έβλαπτε το διακριτικό γνώρισμα ή τη φήμη του σήματος, χωρίς να υπάρχει εύλογη αιτία που να δικαιολογεί τη συμπεριφορά του τρίτου, ανεξάρτητα από το αν το σημείο προορίζεται να διακρίνει προϊόντα ή υπηρεσίες που ομοιάζουν με τα προϊόντα ή υπηρεσίες του προγενέστερου σήματος (άρθρο 125 §3γ). Οι προϋποθέσεις για την παροχή αυξημένης προστασίας είναι οι εξής > *α) το σήμα να έχει καθιερωθεί στις συναλλαγές πέραν από το σχετικό κύκλο των καταναλωτών // β) να διαπιστώνεται ιδιαίτερα θετική εκτίμηση του καταναλωτικού κοινού, αναφορικά με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που διακρίνει // γ) το σήμα να καλύπτει σημαντικό μερίδιο αγοράς, ενώ έχει σημασία και η χρονική διάρκεια χρησιμοποίησής του // δ) να έχουν πραγματοποιηθεί σημαντικές επενδύσεις για την προβολή του σήματος.*

5. Αστική και ποινική προστασία: Η *αστική προστασία* του σήματος προβλέπεται στα άρθρα 150-151 και 153-154, 157· αξιώσεις του δικαιούχου γεννώνται και όταν υπάρχει έμμεση προσβολή του σήματος, όπως π.χ. όταν τρίτος κατασκευάζει ή εμπορεύεται ετικέτες ή ξένα σήματα, τα οποία διαθέτει σε επιχειρήσεις για να τα χρησιμοποιήσουν σε μη γνήσια εμπορεύματα. Η αγωγή για άρση της προσβολής και παράλειψή της στο μέλλον, καθώς και για αποζημίωση, εκδικάζεται από το Μονομελές Πρωτοδικείο κατά την τακτική διαδικασία. Οι ως άνω ρυθμίσεις, οι κυρώσεις και τα μέτρα τελούν υπό την αρχή της αναλογικότητας (=λαμβάνει υπόψη τα χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης περίπτωσης, τη διαμόρφωση του προσβαλλόμενου δικαιώματος και το βαθμό υπαιτιότητας), η οποία εφαρμόζεται αυτεπαγγέλτως από το κρίνον δικαστήριο.
Πέραν τούτων, *ποινική προστασία* προβλέπεται στο άρθρο 156. Τέλος, προστασία του σήματος παρέχεται και κατά τη διοικητική διαδικασία καταχώρισης ένδειξης που προσβάλλει παλαιότερο σήμα, αλλά και σε περίπτωση που το συγκρουόμενο σήμα έχει γίνει τελεσίδικα δεκτό, οπότε ο

παλαιότερος δικαιούχος μπορεί να ζητήσει τη διαγραφή του νεότερου σήματος. + άρθρο 158.
Πάντως, το ΔΕΣ και τα διοικητικά δικαστήρια έχουν αρμοδιότητα μόνο για θέματα καταχώρισης και διαγραφής του σήματος, αλλά όχι για την απαγόρευση (παράνομης) χρήσης του τελευταίου, η οποία εμπίπτει στην αποκλειστική αρμοδιότητα των πολιτικών δικαστηρίων.
Μάλιστα, το γεγονός ότι το σήμα έχει κατατεθεί προς καταχώριση δεν αποκλείει την από παλαιότερο δικαιούχο άσκηση κατά του προσβολέα *ασφαλιστικών μέτρων*.

6. Όρια προστασίας: Βλ. άρθρο126 §1. Οι προσδιοριστικές αυτές ενδείξεις μπορεί να είναι το όνομα, η επωνυμία και η διεύθυνση των τρίτων, καθώς και ενδείξεις σχετικές με το είδος, την ποιότητα, τον προορισμό, την αξία, τη γεωγραφική προέλευση, τον χρόνο παραγωγής του εμπορεύματος ή της υπηρεσίας κλπ. Αθέμιτη χρήση υπάρχει όταν γίνεται 'εν είδει σήματος' χρήση = γίνεται κατά τρόπο που χρησιμεύει για τη διάκριση της προέλευσης των προϊόντων από ορισμένη επιχείρηση, με αποτέλεσμα να υπάρχει κίνδυνος να δημιουργηθεί στους καταναλωτές η εσφαλμένη εντύπωση ότι τα προϊόντα των τρίτων προέρχονται από την επιχείρηση του παλαιότερου δικαιούχου ή ότι υπάρχει εμπορική σχέση μεταξύ της τρίτης επιχείρησης και του δικαιούχου του σήματος. Τέτοιος κίνδυνος δεν υφίσταται αν οι προσδιοριστικές αυτές ενδείξεις τεθούν π.χ. με μικρά γράμματα, ώστε να διακρίνονται από το κύριο σήμα· επίσης, χρήση εν είδει σήματος δεν υπάρχει, αν ο τρίτος χρησιμοποιεί το σήμα μόνο για να περιγράψει τις ειδικές ιδιότητες ή τον προορισμό του προϊόντος. Ο δικαιούχος σήματος μπορεί να απαγορεύσει σε ανταγωνιστή του να διαφημίζει μέσω λέξης-κλειδιού πανομοιότυπης με το σήμα, στο πλαίσιο υπηρεσίας αντιστοίχισης στο διαδίκτυο, προϊόντα ή υπηρεσίες πανομοιότυπες με εκείνα για τα οποία καταχωρίστηκε το σήμα, αν η χρήση αυτή μπορεί να θίξει μία από τις λειτουργίες του σήματος, στις οποίες περιλαμβάνεται η 'επενδυτική' λειτουργία.
+ άρθρο 126 §2. Βέβαια, ο παλαιότερος δικαιούχος δεν θα μπορεί να ζητήσει διαγραφή του νεότερου σήματος, με αποτέλεσμα οι δύο ενδείξεις να συνυπάρχουν· όμως, τα συναλλακτικά ήθη επιβάλλουν την προσθήκη διακριτικών κατά τη χρησιμοποίηση του νεότερου σήματος, τουλάχιστον στην περιοχή που είναι γνωστό το παλαιότερο σήμα.
Η παρεχόμενη προστασία στο σήμα είναι χρονικά περιορισμένη και ανέρχεται σε μια δεκαετία, αν και είναι δεκτική παράτασης κατά το άρθρο 148. Άλλο όριο προστασία αποτελεί η απαγόρευση καταχρηστικής άσκησης του δικαιώματος στο σήμα, ιδίως δε με τη μορφή της αποδυνάμωσης (απώλεια του δικαιώματος λόγω ανοχής) = ο δικαιούχος προγενέστερου σήματος δεν έχει το δικαίωμα να απαγορεύσει τη χρήση μεταγενέστερα καταχωρισμένου σήματος, εφόσον εν γνώσει του ανέχθηκε τη χρήση του σήματος αυτού για περίοδο πέντε συνεχών ετών (άρθρο 127). Καταχρηστική μπορεί να είναι, τέλος, η εκ μέρους δικαιούχου ώριμου προς διαγραφή σήματος λόγω μη χρήσης του ενάσκηση αξιώσεων κατά τρίτου, ο οποίος χρησιμοποιεί ίδια ή παρεμφερή ένδειξη.
Δεν μπορεί ο δικαιούχος του σήματος να απαγορεύσει την εισαγωγή γνήσιων εμπορευμάτων από άλλο κράτος της Ευρωπαϊκής Κοινότητας (ενωσιακή ανάλωση- άρθρο 128)· έτσι, οι παράλληλες εισαγωγές είναι νόμιμες, αλλά όχι και οι εισαγωγές από τρίτα κράτη. Η ανάλωση των δικαιωμάτων που παρέχει το σήμα επέρχεται μόνο αν είναι δυνατό να συναχθεί η ύπαρξη συγκατάθεσης του δικαιούχου ως προς τη διάθεση στο εμπόριο εντός της ΕΕ των επίμαχων προϊόντων, σχετικά με τα οποία προβάλλεται η εν λόγω ανάλωση· πάντως, η συγκατάθεση του δικαιούχου μπορεί να είναι και σιωπηρή. Τέλος, δεν αποτελεί ανάλωση η διαφημιστική αναγγελία.

§25. Το σήμα ως αντικείμενο συναλλαγών

Ι. Γενικά: Η εγκατάλειψη του παρακολουθηματικού χαρακτήρα του σήματος κατέστησε το δικαίωμα στο σήμα αυτοτελές περιουσιακό αγαθό, το οποίο μπορεί να μεταβιβαστεί πλέον χωρίς την επιχείρηση.
ΙΙ. Μεταβίβαση: Το δικαίωμα στο σήμα, αλλά και το δικαίωμα προσδοκίας σε κατατεθέν αλλά μη ακόμα καταχωρισθέν σήμα, είναι μεταβιβαστό εν ζωή ή αιτία θανάτου, είτε με είτε και χωρίς τη συμμεταβίβαση της επιχείρησης (άρθρο 131)· μάλιστα, ο νόμος προβλέπει και τη δυνατότητα μερικής μεταβίβασης του σήματος ή της δήλωσης κατάθεσης σήματος, δηλ. για ορισμένα μόνο από τα διακρινόμενα με το σήμα εμπορεύματα ή υπηρεσίες. 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. Σημειώνεται ότι επιτρεπτή είναι και η σύσταση εμπράγματων δικαιωμάτων (π.χ. ενέχυρο, επικαρπία) επί του σήματος, αλλά και η καταπιστευτική μεταβίβασή του. Ο νόμος προβλέπει έγγραφο τύπο για τη συμφωνία μεταβίβασης, ο οποίος –πάντως- δεν είναι συστατικός, αφού –παρά την έλλειψή του- παράγονται αποτελέσματα στις μεταξύ των συμβαλλομένων σχέσεις· από την άλλη, η άτυπη μεταβίβαση σήματος νοείται ως μεταβίβαση διακριτικού γνωρίσματος. Η μεταβίβαση έχει ισχύ έναντι τρίτων μόνο μετά την καταχώρισή της στο μητρώο των σημάτων· εντούτοις, ούτε η καταχώριση είναι συστατική, αλλά επιτελεί νομιμοποιητική λειτουργία για τον νέο κτήτορα στις σχέσεις του με τους τρίτους και τις αρμόδιες αρχές. + άρθρο 133.

ΙΙΙ. Παραχώρηση άδειας χρήσης (άρθρο 132): Καθιστά δυνατή τη –μετά από συμφωνία- χρησιμοποίηση του σήματος από τρίτη επιχείρηση· με τον τρόπο αυτό, ο μεν δικαιούχος του σήματος δεν είναι ανάγκη να λειτουργεί δική του επιχείρηση ή κατάστημα σε ορισμένη εδαφική περιοχή, η δε τρίτη επιχείρηση εκμεταλλεύεται τη φήμη των εμπορευμάτων ή υπηρεσιών που φέρει το σήμα έναντι της καταβολής στον δικαιούχο του συμφωνηθέντος ανταλλάγματος. Βέβαια, ο παραχωρών την άδεια χρήσης πρέπει να ελέγχει αν ο αδειούχος τηρεί τις προδιαγραφές που ο ίδιος του έχει θέσει, ώστε να μην υπάρχει κίνδυνος παραπλάνησης του κοινού. Η παραχώρηση άδειας χρήσης σήματος είναι δυνατή και προς επιχείρηση που έχει διαφορετικό αντικείμενο από εκείνο του αδειούχου, ή ακόμα είναι δυνατόν η ίδια η παραχωρούσα επιχείρηση να μην έχει καμία δραστηριότητα.
Η σύμβαση παραχώρησης άδειας χρήσης είναι ιδιόμορφη σύμβαση, η ειδικότερη φύση της οποίας εξαρτάται από ειδικότερες συμφωνίες των συμβαλλομένων. Η άδεια χρήσης μπορεί να είναι απλή (=το δικαίωμα χρήσης του σήματος μπορεί να ανήκει σε περισσότερους αδειούχους) ή αποκλειστική (=το δικαίωμα χρήσης του σήματος ανήκει σε έναν αδειούχο· πρόκειται για απόλυτο δικαίωμα, γεγονός που σημαίνει ότι ο αδειούχος μπορεί να ασκήσει αυτοτελώς τις αξιώσεις του κατά τρίτων προσβολέων). Πέρα από τη ρυθμιζόμενη στο άρθρο 132 άδεια χρήσης, επιτρέπεται η παραχώρηση άτυπης άδειας χρήσης σήματος με μόνη τη συγκατάθεση του δικαιούχου.

§26. Η απώλεια του δικαιώματος στο σήμα

- ✓ **Πάροδος χρονικού διαστήματος (άρθρο 148)**
- ✓ **Δήλωση παραίτησης του δικαιούχου (άρθρο 159)**
- ✓ **Διαγραφή λόγω έκπτωσης από το δικαίωμα στο σήμα (άρθρο 160):** Η έκπτωση αφορά σε περιστάσεις που προέκυψαν μετά την καταχώριση του σήματος. Πάντως, αρκεί για τη μη διαγραφή ότι ο τρίτος χρησιμοποιεί το σήμα του δικαιούχου με τη συγκατάθεση του τελευταίου· το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση του συλλογικού σήματος, όπου η χρήση του γίνεται από μέλη του δικαιούχου συνεταιρισμού ή άλλης ένωσης. Σημειώνεται ότι πρέπει να γίνεται ουσιαστική χρήση του σήματος, σύμφωνα με τη βασική του λειτουργία που είναι η ταυτότητα προέλευσης των προϊόντων ή υπηρεσιών.

✓ **Διαγραφή λόγω ακυρότητας:** Η ακυρότητα αφορά σε λόγους απόλυτων και σχετικών απαραδέκτων (άρθρα 123-124), οι οποίοι συνέτρεχαν κατά την καταχώριση του σήματος.
Η διαγραφή σήματος ζητείται από τρίτους που έχουν έννομο συμφέρον (άρθρο 162)· ως εκ τούτου, προϋπόθεση της διαγραφής είναι η διαπίστωση της συνδρομής ενός από τους λόγους που προβλέπονται στο νόμο με απόφαση της ΔΕΣ ή -εφόσον ασκηθεί κατ' αυτής προσφυγή- με τελεσίδικη απόφαση των διοικητικών δικαστηρίων.
Συνέπεια της απώλειας σήματος για οποιονδήποτε λόγο είναι ότι το σήμα καθίσταται αδέσποτο και ότι, άρα, ο οποιοσδήποτε τρίτος μπορεί να το κατοχυρώσει στο όνομά του· αν, όμως, το σήμα συνδέεται στην ανάμνηση του καταναλωτικού κοινού με παραστάσεις ποιότητας συγκεκριμένων εμπορευμάτων ή υπηρεσιών, η καταχώρισή του είναι απαράδεκτη ως αντικείμενη στην καλή πίστη.

§27. Διεθνής προστασία - Κοινοτικό σήμα

Ι. Η αρχή της εδαφικότητας: Η προστασία του σήματος περιορίζεται στον εδαφικό χώρο του κράτους, σύμφωνα με το δίκαιο του οποίου δημιουργήθηκε· αν, λοιπόν, ο δικαιούχος θέλει το σήμα του να απολαύει προστασίας σε περισσότερες χώρες, θα πρέπει να αποκτήσει σε καθεμία από αυτές ξεχωριστό δικαίωμα, τηρώντας τη στο δίκαιο των χωρών αυτών προβλεπόμενη διαδικασία. Τούτο σημαίνει ότι κάθε δημιουργούμενο δικαίωμα είναι αυτόνομο στη χώρα σύστασής του και ότι δεν εξαρτάται από την ύπαρξη του σήματος στις άλλες χώρες. Συνέπεια της αρχής της εδαφικότητας είναι ότι προσβολή του σήματος μπορεί κατά βάση να υπάρξει μόνο στη χώρα που δημιουργήθηκε το δικαίωμα και όχι σε άλλες χώρες, σε περίπτωση που η προσβολή έλαβε χώρα εκτός των εδαφικών ορίων προστασίας του σήματος· σε περίπτωση, όμως, που μέρος της παράνομης πράξης τελέστηκε στη χώρα προστασίας, μπορεί να παρασχεθεί προστασία με βάση το δίκαιο της χώρας αυτής. Γίνεται, πάντως, δεκτό, ότι η αρχή της εδαφικότητας δεν αποκλείει στα εθνικά δικαστήρια να λάβουν υπόψη την προσβολή εθνικού σήματος στο εξωτερικό, εφόσον στην κρινόμενη υπόθεση συντρέχουν στοιχεία εθνικότητας (όπως όταν η τελούμενη στο εξωτερικό πράξη επηρεάζει τις εθνικές συνθήκες ανταγωνισμού) και δεν υπάρχει επέμβαση του κράτους στα κυριαρχικά δικαιώματα του αλλοδαπού κράτους.

ΙΙ. Το κοινοτικό σήμα: Έχει υπερεθνικό χαρακτήρα και ισχύ σε πανευρωπαϊκό επίπεδο· η αρχή του ενιαίου του κοινοτικού σήματος συνεπάγεται ότι το δικαίωμα επί αυτού γεννάται με μία μόνη διαδικασία και απολαμβάνει σε όλα τα κράτη μέλη ενιαία και άμεση προστασία. Η καταχώριση του κοινοτικού σήματος, η μεταβίβασή του, η απώλεια του επ' αυτού δικαιώματος και η απαγόρευση χρήσης του δεν μπορούν παρά να ισχύουν για ολόκληρη την Κοινότητα· έτσι, π.χ. δεν είναι δυνατόν να ζητηθεί να έχει η καταχώριση αποτελέσματα μόνο για ορισμένα κράτη της Ένωσης. Σε περίπτωση σύγκρουσης εθνικού και κοινοτικό σήμα, υπερισχύει το παλαιότερο (=αρχή της συνύπαρξης).
Το κοινοτικό δικαίωμα στο σήμα γεννάται με την καταχώριση, ενώ η κτήση του έχει σημασία μόνο για τη διακριτική δύναμη και τη διατήρηση του δικαιώματος. Δικαιούχος μπορεί να είναι οποιοδήποτε –φυσικό ή νομικό- πρόσωπο, υπήκοος ή μη, κάτοικος ή μη κράτους μέλους της Κοινής Αγοράς, ενώ αρμόδια διοικητική αρχή για την κατάθεση, έλεγχο και εποπτεία αυτού είναι το Γραφείο Εναρμόνισης στην Ενιαία Αγορά. Ο δικαιούχος κοινοτικού σήματος απολαμβάνει την ίδια έννομη προστασία που προβλέπεται για το εθνικό σήμα· σε περίπτωση προσβολής κοινοτικού σήματος, το δικαστήριο εφαρμόζει τις κυρώσεις που προβλέπει το δίκαιο του κράτους μέλους, στο οποίο διαπράχθηκε η προσβολή. Πάντως, το δικαστήριο δεν μπορεί να αμφισβητήσει την εγκυρότητα των κοινοτικών σημάτων· είναι αβάσιμη, ακόμα και κατά το ΑΚ 281, η ένσταση έκπτωσης ή ακυρότητας με περιεχόμενο την έλλειψη διακριτικού χαρακτήρα του σήματος ή με βάση ότι αυτό κατέστη συνήθης εμπορική ονομασία, συνεπεία ενεργειών ή αδράνειας του δικαιούχου.
Τέλος, είναι επιτρεπτή η μετατροπή αίτησης κοινοτικού σήματος σε εθνικό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ
ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Ο τρόπος κτήσης τους δεν εξαρτάται από την τήρηση τυπικών διαδικασιών, αλλά από την ένταση χρήσης τους στις συναλλαγές· προστατεύονται με τον ν. 146/1914 και αποτελούν άυλα αγαθά.

§28. Διακριτικά γνωρίσματα εμπορευμάτων ή υπηρεσιών

Ι. Γενικά: Χρησιμοποιείται στις συναλλαγές για τη διάκριση προϊόντων ή υπηρεσιών και –ως εκ τούτου- προστατεύεται. Η παρεχόμενη προστασία περιορίζεται στην περιοχή, στην οποία τα διακριτικά γνωρίσματα είναι γνωστά στις συναλλαγές (≠σε όλη την επικράτεια)· μάλιστα, προστατεύονται έστω κι αν δεν είναι επιδεκτικά γραφικής παράστασης ή σχηματίζονται από εξωτερικά διαμορφωτικά στοιχεία των εμπορευμάτων που διακρίνουν. Η προστασία παύει αν παύσουν να επιτελούν διακριτική λειτουργία στις συναλλαγές. Ως διακριτικά γνωρίσματα εμπορευμάτων ή υπηρεσιών μπορούν να προστατευθούν λεκτικές ενδείξεις ή απεικονίσεις και χρώματα, αλλά και ο ιδιαίτερος διασχηματισμός ή η ιδιαίτερη διακόσμηση των εμπορευμάτων, η συσκευασία ή το περικάλυμμα τους· γενικότερα, η προστασία καταλαμβάνει κάθε στοιχείο που –κατά την αντίληψη των συναλλαγών- έχει την ικανότητα να υποδείξει την προέλευση των εμπορευμάτων από ορισμένη επιχείρηση- π.χ. λογότυπος, διαφημιστικές καμπάνιες, διαφημιστικά συνθήματα κλπ. Τέλος, είναι δυνατή η μεταβίβαση ή κατάσχεση του διακριτικού γνωρίσματος και χωρίς την επιχείρηση, ενώ επιτρέπεται και η παραχώρηση άδειας χρήσης χαρακτηριστικού γνωρίσματος (δεν απαιτείται η τήρηση τύπου και μπορεί να δοθεί σιωπηρά).

ΙΙ. Προϋποθέσεις προστασίας: Τα διακριτικά γνωρίσματα εμπορευμάτων ή υπηρεσιών προστατεύονται μόνον εφόσον οι χρησιμοποιούμενες ενδείξεις είναι γνωστές στους σχετικούς κύκλους των συναλλαγών ως διακριτικά σημεία των εμπορευμάτων ή υπηρεσιών που προέρχονται από ορισμένη επιχείρηση· η προς διάκριση εμπορευμάτων ή υπηρεσιών χρησιμοποιούμενη ένδειξη πρέπει να μην ταυτίζεται με το ίδιο το εμπόρευμα, αλλά να είναι κάτι ξεχωριστό. Άρα, δεν μπορεί να προστατευθεί ως διακριτικό γνώρισμα ένδειξη, η οποία συνίσταται αποκλειστικά από το σχήμα που επιβάλλεται από τη φύση του εμπορεύματος ή που είναι απαραίτητη για την επίτευξη ενός τεχνικού αποτελέσματος ή που προσδίδει ουσιαστική αξία στο εμπόρευμα.
Η προστασία παρέχεται κατά εκείνου που χρησιμοποιεί όμοιο ή παρόμοιο διακριτικό γνώρισμα για τη διάκριση όμοιων ή παρεμφερών εμπορευμάτων ή υπηρεσιών, με αποτέλεσμα τη δημιουργία κινδύνου συγχύσεως· ο δικαιούχος έχει κατά του προσβολέα αξίωση για παράλειψη της παράνομης χρήσης και αξίωση για αποζημίωση. Τα διακριτικά γνωρίσματα φήμης (π.χ. οι χαρακτηριστικές γραμμώσεις των προϊόντων Burberry's) απολαύουν αυξημένης προστασίας, δηλ. προστατεύονται ανεξάρτητα από τη δημιουργία κινδύνου συγχύσεως.

§29. Γεωγραφικές ενδείξεις και ονομασίες προέλευσης

Ι. Γενικά: Οι γεωγραφικές ενδείξεις και οι ονομασίες προέλευσης δεν έχουν αναχθεί στο ελληνικό δίκαιο σε δικαιώματα· επιτελούν διαφημιστική και εγγυητική λειτουργία, ενώ η προστασία τους παρέχεται κατά βάση με το άρθρο 3 ν. 146/1914. Το δικαίωμα χρησιμοποίησης ανήκει σε όλους όσους παράγουν προϊόντα που προέρχονται από τη συγκεκριμένη περιοχή και έχουν τηρήσει τις παραδοσιακές μεθόδους παρασκευής τους, ώστε τα παραγόμενα προϊόντα να συγκεντρώνουν την ποιότητα και τις ιδιότητες, στις οποίες οφείλουν τη φήμη τους. Ως εκ τούτου αποκλείεται η μονοπώληση γεωγραφικής ένδειξης ή ονομασίας προέλευσης από έναν μόνο παραγωγό με την

κατάθεσή της ως σήμα (π.χ. "Νάουσα" για κρασιά)· δεν αποκλείεται, όμως, οι παραγωγοί γνωστών λόγω της γεωγραφικής τους προέλευσης προϊόντων να χρησιμοποιούν -παράλληλα προς την ονομασία προέλευσης- και ατομικό σήμα, με αποτέλεσμα να δημιουργείται ανταγωνισμός μεταξύ των παραγωγών της ίδιας περιοχής (π.χ. "Τσάνταλης" για κρασιά που έχουν παραχθεί στη Νάουσα). Είναι, επίσης, δυνατό να κατατεθεί γεωγραφική ένδειξη ως συλλογικό σήμα υπέρ συνεταιρισμού, στον οποίο μετέχουν όλοι οι παραγωγοί της περιοχής. Όταν ορισμένη γεωγραφική περιοχή είναι γνωστή ή φημισμένη για την ποιότητα ή τις ιδιότητες των (αγροτικών συνήθως) προϊόντων που παράγονται σ' αυτή, η δήλωση ότι τα προϊόντα προέρχονται από τη συγκεκριμένη περιοχή μπορεί να προσδώσει ιδιαίτερη οικονομική αξία στα προϊόντα που τη φέρουν. Άρα, προκύπτει ανάγκη προστασίας τόσο των καταναλωτών όσο και των εντόπιων παραγωγών, αλλά και της εθνικής οικονομίας, από τη χρήση αναληθών ή παραπλανητικών γεωγραφικών ενδείξεων.

ΙΙ. Έκταση και προϋποθέσεις προστασίας: Απαγορεύεται μόνο η χρήση ενδείξεων που είναι ανακριβείς και δημιουργούν στους καταναλωτές την εντύπωση ότι τα προϊόντα που τις φέρουν υπερέχουν ποιοτικά. Έτσι, δεν προστατεύονται φανταστικές γεωγραφικές ενδείξεις (π.χ. Mont Blanc για στυλογράφους) ή γεωγραφικές ενδείξεις που έχουν καταντήσει να υποδηλώνουν είδος προϊόντος (π.χ. λουκάνικα Φρανκφούρτης). Η προσθήκη κι άλλων ενδείξεων σε ένδειξη γεωγραφικής προέλευσης μπορεί να αποκλείσει τον κίνδυνο παραπλάνησης. Φυσικά, δεν υπάρχει προσβολή, όταν πρόκειται για τόπο, ο οποίος είτε είναι τελείως άγνωστος στο μέσο καταναλωτή είτε είναι απίθανο να εκληφθεί ως ο πραγματικός τόπος παραγωγής του προϊόντος. Σε περίπτωση που γίνει δεκτή γεωγραφική ένδειξη ως σήμα λόγω της επικράτησής της στις συναλλαγές, οι άλλοι εντόπιοι παραγωγοί μπορούν να τη χρησιμοποιούν, αρκεί να γίνει τούτο με τρόπο που δεν προκαλεί την παραπλάνηση του κοινού:
Η δημιουργία παραπλανητικών εντυπώσεων μπορεί να δημιουργηθεί και με έμμεσες ενδείξεις, δηλ. που ναι μεν αποτελούν γεωγραφικό όρο, αλλά έμμεσα δημιουργούν την εντύπωση ότι τα προϊόντα που τις φέρουν προέρχονται από ορισμένη περιοχή ή χώρα, όπως π.χ. η τοποθέτηση της γαλλικής σημαίας σε ελληνικά κρασιά. Εφόσον συντρέχουν οι προϋποθέσεις της παραπλάνησης του κοινού από τη χρησιμοποιούμενη γεωγραφική ένδειξη, στοιχειοθετείται παράβαση του άρθρου 3, με συνέπεια τη δημιουργία αξίωσης για παράλειψη και αποζημίωση υπέρ των προσώπων που αναφέρονται στο άρθρο 10 εδ. 1, καθώς και ποινικής ευθύνης του υπαιτίου (άρθρα 4-5). Η ίδια προστασία παρέχεται και όταν η χρησιμοποιούμενη ένδειξη δεν ταυτίζεται αλλά ομοιάζει με προστατευόμενη ένδειξη· εφόσον, όμως, πρόκειται για ονομασία προέλευσης φήμης, η παρεχόμενη προστασία είναι διευρυμένη, δηλ. παρέχεται ανεξάρτητα από τη δημιουργία παραπλανητικών εντυπώσεων.

§30. Διακριτικά γνωρίσματα επιχείρησης

Ι. Το όνομα (άρθρο 13 §1): Είναι μια λεκτική ένδειξη, η οποία εξατομικεύει ένα φυσικό ή νομικό πρόσωπο και προστατεύεται, ως έκφανση του δικαιώματος της προσωπικότητας, με το ΑΚ 58. Εφόσον το ίδιο όνομα χρησιμοποιείται και στις συναλλαγές, χρησιμεύει (και) για τη διάκριση της ασκούμενης υπό το όνομα αυτό επιχείρησης· στην περίπτωση αυτή το όνομα έχει πρωτίστως περιουσιακά στοιχεία. Η προστασία δεν περιορίζεται στο αστικό όνομα, αλλά επεκτείνεται και στα ψευδώνυμα, στις (πραγματικές) επωνυμίες των κεφαλαιουχικών εταιριών, σε συντμήσεις επωνυμιών (J&P), σε σύμβολα, ονοματικά σήματα και άλλα διακριτικά γνωρίσματα, ακόμη και σε φανταστικές ενδείξεις και σήματα, εφόσον επιτελούν ονοματική λειτουργία στις συναλλαγές.

ΙΙ. Η εμπορική επωνυμία: Είναι το όνομα με το οποίο εμφανίζεται ο έμπορος στις εμπορικές συναλλαγές. Κάθε έμπορος –φυσικό ή νομικό πρόσωπο- έχει υποχρεωτικά εμπορική επωνυμία, η

οποία –ακόμη και στα φυσικά πρόσωπα- δεν είναι ανάγκη να ταυτίζεται με το όνομα του φορέα της επιχείρησης. Ο δικαιούχος της επωνυμίας μπορεί, πάντως, να χρησιμοποιεί την επωνυμία και προς διάκριση των προϊόντων του. Η επωνυμία ως δικαίωμα προστατεύεται από την έναρξη χρήσης της στις συναλλαγές. Εφόσον η επωνυμία σχηματίζεται από το αστικό όνομα, το γεγονός ότι άλλος χρησιμοποιεί ήδη το ίδιο όνομα ως επωνυμία, ακόμα και στον ίδιο κύκλο επιχειρηματικής δραστηριότητας, δεν αποτελεί λόγο απαγόρευσης χρησιμοποίησης της ίδιας επωνυμίας από νεότερο ανταγωνιζόμενο· ο νεώτερος δικαιούχος, πάντως, οφείλει να πράξει τα αναγκαία προκειμένου ο κίνδυνος αυτός να μειωθεί, προσθέτοντας πρόσθετα διακριτικά στοιχεία. Πέραν τούτων, τότε μόνο μπορεί να γίνει λόγος για παράνομη χρήση επωνυμίας, όταν η χρήση της ίδιας επωνυμίας είναι ικανή να δημιουργήσει σύγχυση στις συναλλαγές.
Η γένεση του δικαιώματος στο όνομα και την επωνυμία προϋποθέτει για την προστασία τους ***διακριτική ικανότητα και επιτέλεση ονοματικής λειτουργίας*** στις συναλλαγές· εξαιρετικά συνηθισμένα ονόματα (π.χ. Παπαδόπουλος) δεν έχουν πρωτογενή διακριτική ικανότητα, εκτός αν συνοδεύονται από άλλο ασυνήθιστο όνομα/στοιχείο ή αν –λόγω της ευρείας χρήσης τους στις συναλλαγές- το καταναλωτικό κοινό τα έχει συνδέσει με συγκεκριμένη επιχείρηση (π.χ. μπισκότα ‘Παπαδοπούλου’). Δεύτερη προϋπόθεση για την παροχή προστασίας είναι η ***δημιουργία κινδύνου σύγχυσης στις συναλλαγές*** {απαιτείται κάποια συγγένεια του αντικειμένου ή των προϊόντων που προέρχονται από τις επιχειρήσεις με τις όμοιες ή παρεμφερείς επωνυμίες}· άρα, παράνομη οικειοποίηση ξένης επωνυμίας υπάρχει, όταν τρίτος χρησιμοποιεί την ίδια ή παρεμφερή επωνυμία, έστω ή με μικρές παραλλαγές, προς διάκριση της επιχείρησής του ή των εγκαταστάσεών του ή προς διάκριση ίδιων ή παρεμφερών εμπορευμάτων/υπηρεσιών, με αποτέλεσμα τη δημιουργία κινδύνου συγχύσεως, χωρίς να απαιτείται και προς τούτο πρόθεση πρόκλησης. Παράνομη προσβολή επωνυμίας μπορεί να συντελεστεί και με τη χρησιμοποίηση νεότερου σήματος ή διακριτικού γνωρίσματος εμπορεύματος που φέρει την ίδια ή παρεμφερή επωνυμία. Η παρεχόμενη προστασία επεκτείνεται κατ’ αρχήν σε όλη την επικράτεια· εντούτοις, μπορεί να παρέχεται και τοπικά περιορισμένη προστασία, εφόσον ο διακρινόμενος φορέας της επιχείρησης κατά τη χρήση της συγκεκριμένης επωνυμίας είναι γνωστός μόνο σε ορισμένο τόπο. Αυξημένης προστασίας απολαύουν οι επωνυμίες φήμης, οι οποίες προστατεύονται και όταν δεν υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης, με βάση το ΑΚ 58 και το άρθρο 1 ν. 146/1914. Η παρεχόμενη προστασία διαρκεί μέχρι την απόσβεση της επωνυμίας λόγω μη χρήσης της, εκτός αν η αποσβεσθείσα επωνυμία ήταν γνωστή στις συναλλαγές, οπότε μπορεί να προστατευτεί κατά το άρθρο 1 ν. 146/1914.
Η επωνυμία μεταβιβάζεται μόνο μαζί με την επιχείρηση (αρχή του παρεπόμενου)· μάλιστα, όταν η επωνυμία αποτελείται από το αστικό όνομα του ίδιου του δικαιούχου, κατάσχεται ή εκποιείται από τον σύνδικο ή τον ειδικό εκκαθαριστή μόνο με τη συναίνεσή του και –πάντως- μαζί με την επιχείρηση.

ΙΙΙ. Διακριτικός τίτλος (ιδιαίτερο διακριτικό γνώρισμα): Χρησιμεύει για τη διάκριση και την εξατομίκευση ενός καταστήματος ή βιομηχανικής επιχείρησης από άλλη ή των εγκαταστάσεων μιας επιχείρησης από αυτές μιας άλλης. Η πρόσληψη διακριτικού τίτλου δεν είναι υποχρεωτική, ενώ μια επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιεί περισσότερους διακριτικούς τίτλους. Ο διακριτικός τίτλος δεν αρκεί να έχει διακριτική ικανότητα, αλλά αρκεί να επιτελεί ονοματική λειτουργία, δηλ. να έχει την ικανότητα εξατομίκευσης του καταστήματος ή της επιχείρησης. Η αρχικά ελλείπουσα διακριτική ικανότητα μπορεί να αποκτηθεί εκ των υστέρων λόγω έντονης χρήσης της ένδειξης στις συναλλαγές. Ο διακριτικός τίτλος είναι μια ελεύθερα επιλεγείσα λεκτική ή ακόμα και απεικονιστική ένδειξη, η οποία μπορεί να είναι φανταστική ή να σχηματίζεται από στοιχεία ή αρχικά της επωνυμίας. Η προστασία του διακριτικού τίτλου δεν προϋποθέτει προηγούμενη επικράτησή του στις συναλλαγές, το δε επ’ αυτού δικαίωμα αποκτάται με τη χρησιμοποίησή του· μάλιστα, είναι δυνατόν να απολαύει μόνο τοπικής προστασίας. Η απαιτούμενη αναγγελία του διακριτικού τίτλου στο αρμόδιο

επιμελητήριο έχει μόνο διοικητικής φύσης σημασία και δεν αποτελεί προϋπόθεση για την κτήση του ούτε κατοχυρώνει χρονική προτεραιότητα κτήσης.
Για να παρασχεθεί προστασία πρέπει να δημιουργείται κίνδυνος συγχύσεως μεταξύ του διακριτικού τίτλου που πρώτος χρησιμοποιήθηκε στις συναλλαγές και άλλου όμοιου ή παρεμφερούς που χρησιμοποιήθηκε μεταγενέστερα- βλ. και άρθρα 13 εδ. 1 και 19 επ. Εφόσον ο διακριτικός τίτλος επιτελεί και ονοματική λειτουργία, προστατεύεται και με τα ΑΚ 58-59.

IV. Ιδιαίτερα διακριτικά καταστήματος ή επιχείρησης (π.χ. εμβλήματα, σύμβολα, λογότυποι, διακοσμητικά, απεικονίσεις)**:** Προστατεύονται μόνο όταν έχουν συνδεθεί στην αντίληψη των σχετικών συναλλακτικών κύκλων με ορισμένη επιχείρηση, την οποία εξατομικεύουν (π.χ. η ροζέτα της BP, το κίτρινο και κόκκινο χρώμα της Shell). Προϋπόθεση για την προστασία των ιδιαίτερων διακριτικών είναι η δημιουργία κινδύνου σύγχυσης λόγω της χρήσης των ίδιων ή παρεμφερών διακριτικών από άλλη επιχείρηση. Η προστασία παρέχεται και όταν το ίδιο ή παρεμφερές διακριτικό χρησιμοποιείται ως διακριτικός τίτλος ή σήμα.

V. Τίτλος εντύπου ή άλλων έργων (άρθρο 13 ν. 146/1914): Ο τίτλος διακρίνει και εξατομικεύει το έργο με βάση το περιεχόμενο και το είδος του. Η παρεχόμενη προστασία είναι ανεξάρτητη από την τυχόν παρεχόμενη από το δίκαιο της πνευματικής ιδιοκτησίας· πάντως, παρά το γράμμα της διάταξης, επεκτείνεται και σε τίτλους άλλων έργων (πχ. κινηματογραφικών, θεατρικών, οπτικοακουστικών), ακόμα και προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών. Προϋπόθεση για την προστασία του τίτλου είναι η διακριτική του ικανότητα, αρχική ή επιγενόμενη. Το δικαίωμα στον τίτλο και, άρα, η προστασία του, αρχίζει με τη χρήση του στις συναλλαγές· προσβολή υπάρχει, όταν τρίτος χρησιμοποιεί τον ίδιο ή παρεμφερή τίτλο, με αποτέλεσμα τη δημιουργία κινδύνου σύγχυσης. Η προστασία παύει με την για οποιονδήποτε λόγο παύση της χρήσης του· δεν αποκλείεται, όμως, η μετά την απόσβεση του δικαιώματος χρησιμοποίηση του ίδιου ή παρεμφερούς τίτλου από τρίτον να προσκρούει στα άρθρα 1 και 3 του ν. 146/1914

ΜΕΡΟΣ ΠΕΜΠΤΟ
ΑΘΕΜΙΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ
ΓΕΝΙΚΑ

§31. Εισαγωγικά

I. Το δίκαιο του αθέμιτου ανταγωνισμού: Συστατικό της ελεύθερης οικονομίας και κεντρικός μοχλός της προόδου αποτελεί η εξασφάλιση σε όλους τους μετέχοντες στην αγορά της δυνατότητας απρόσκοπτης άσκησης της οικονομικής τους ελευθερίας. Η απαγόρευση των κρατικών μονοπωλίων υπαγόρευσε την ανάγκη ύπαρξης περισσότερων ανταγωνιστών στο πλαίσιο της ελεύθερης αγοράς. Η ομαλή λειτουργία της τελευταίας έχει ως συνέπεια ότι εκείνος που προσφέρει προϊόντα και υπηρεσίες βρίσκεται σε σχέση ανταγωνισμού με άλλους, οι οποίοι προσφέρουν όμοια ή ομοειδή προϊόντα/υπηρεσίες, καθόσον απευθύνεται στον ίδιο κύκλο πελατών, επιδιώκοντας η προσφορά του να προτιμηθεί. Για να επιτευχθεί ο στόχος αυτός, όλοι οι ανταγωνιζόμενοι καταβάλλουν προσπάθειες συνεχούς βελτίωσης της ποιότητας και των όρων, με τους οποίους προσφέρουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους, καθώς και συμπίεσης της τιμής, με αποτέλεσμα το όφελος της εθνικής οικονομίας και των καταναλωτών. Η απόσπαση πελατείας ή η ματαίωση αύξησής της όχι μόνο δεν απαγορεύεται, αλλά είναι σύμφυτο της (σωστής) λειτουργίας του ανταγωνισμού· πράγματι,

χαρακηριστικό του ανταγωνισμού είναι η επιλεκτική του διαδικασία, η οποία έχει ως αποτέλεσμα την επικράτηση εκείνου που προσφέρει την καλύτερη προσφορά. Σκοπός του νόμου είναι να χαράξει συγκεκριμένα όρια, ώστε η άσκηση της ανταγωνιστικής ελευθερίας να γίνεται με βάση την αρχή της καλύτερης προσφοράς (ποιοτικός ανταγωνισμός) = η προτίμηση των πελατών να οφείλεται κατά το δυνατόν σε αντικειμενικά κριτήρια, όπως είναι κυρίως η καλύτερη ποιότητα και η ευνοϊκότερη τιμή, αλλά και η καλύτερη εξυπηρέτησή τους. Βασικό κριτήριο, με το οποίο οριοθετούνται οι επιτρεπόμενες από τις μη επιτρεπόμενες πράξεις ανταγωνισμού, είναι η έννοια των χρηστών ηθών. Η τέλεση πράξης αθέμιτου ανταγωνισμού δεν είναι απλώς μια αδικοπραξία έναντι ορισμένου προσώπου· μπορεί να θίγει και το σύνολο των ανταγωνιστών, καθώς και τους λοιπούς μετέχοντες στην αγορά (προμηθευτές, καταναλωτές). Από αθέμιτες πρακτικές είναι δυνατόν να εκφυλιστεί η λειτουργία του ανταγωνισμού σε ένα συγκεκριμένο κλάδο ή να τίθεται σε κίνδυνο η εν γένει υπόσταση του ανταγωνισμού. Ο νόμος αναγνωρίζει αξίωση για παράλειψη όχι μόνο στον θιγέντα, αλλά και σε κάθε άλλον ανταγωνιστή, καθώς και στα επιμελητήρια και τους επαγγελματικούς συλλόγους ≠ σε καταναλωτές.

ΙΙ. Αθέμιτος ανταγωνισμός και δίκαιο κατά των περιορισμών του ανταγωνισμού: Προϋπόθεση για να λειτουργήσει η ανταγωνιστική οικονομία είναι η ύπαρξη ανοιχτών αγορών. Συμπράξεις και συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων που έχουν ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού, καθώς και η καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης επιχειρήσεων απαγορεύονται. Η δυνατότητα σε όλους να μετάσχουν στην αγορά εξασφαλίζεται με τον ν. 3959/2011. Η σχέση αλληλοσυμπλήρωσης και λειτουργικής συνάφειας των δύο νομοθετημάτων, του ν. 146/1914 και του ν. 3959/2011 είναι σαφής > ο μεν πρώτος αποσκοπεί στην καταπολέμηση αθέμιτων πρακτικών, ενώ ο άλλος στην εξασφάλιση ελεύθερου-λειτουργικού ανταγωνισμού (θεσμική προστασία) και στην ανάπτυξη της οικονομικής ελευθερίας (ατομική προστασία).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ
Η ΓΕΝΙΚΗ ΡΗΤΡΑ

§32. Η γενική ρήτρα του άρθρου 1 ν. 146/1914

Ι. Η δομή του ν. 146/1914: Είναι αδύνατο να προβλεφθούν και να απαγορευθούν όλες οι αθέμιτες μέθοδοι ανταγωνιστικής συμπεριφοράς, όχι μόνο διότι συνεχώς επινοούνται νέες αλλά και διότι κάθε περίπτωση χρήζει ειδικής αξιολόγησης ενόψει του στις περισσότερες φορές ο αθέμιτος ή μη χαρακτήρας της πράξης εξαρτάται από τη βαρύτητα των συγκεκριμένων συνθηκών. Για την αντιμετώπιση του φαινομένου αυτού ο νόμος ακολουθεί το εξής σύστημα > προτάσσει γενική ρήτρα, η οποία θέτει γενική απαγόρευση όλων των πράξεων που γίνονται με σκοπό ανταγωνισμού και αντίκεινται στα χρηστά ήθη. Κατά του προσβολέα παρέχεται αξίωση για παράλειψη και αποζημίωση.

ΙΙ. Τα κατ' ιδίαν στοιχεία του άρθρου 1: Το άρθρο 1 απαγορεύει τις πράξεις που συγκεντρώνουν τις σ' αυτό αναφερόμενες προϋποθέσεις.

- ✓ ***Πράξη ανταγωνισμού*** → Είναι εκείνη, η οποία –κρινόμενη με αντικειμενικά κριτήρια- ενισχύει τη θέση εκείνου που την ενεργεί στην αγορά εις βάρος άλλων (υπαρχόντων ή δυνητικών) ανταγωνιστών, οι οποίοι δραστηριοποιούνται στην ίδια αγορά και σε ορισμένες συναλλαγές που αναφέρονται στο άρθρο 1. Η ύπαρξή της προϋποθέτει σχέση ανταγωνισμού μεταξύ του ενεργούντος και του θιγομένου. Ανταγωνιστική σχέση μπορεί να υπάρξει μεταξύ επιχειρήσεων, οι οποίες αποβλέπουν στην απόσπαση του ίδιου κύκλου αγοραστών, προμηθευτών ή εργαζομένων, έστω κι αν πρόκειται για ανταγωνιζομένους που ανήκουν σε διαφορετικό κλάδο εμπορίου ή βιομηχανίας (όπως

π.χ. όταν ο έμπορος τέχνης πείθει έναν πελάτη, ο οποίος θέλει να επενδύσει τα χρήματά του, αντί να αγοράσει αμοιβαία κεφάλαια σε τράπεζα, να αγοράσει έναν ζωγραφικό πίνακα), ή σε διαφορετική οικονομική βαθμίδα (όπως μεταξύ κατασκευαστών και εμπόρων ηλεκτρικών συσκευών). Για την ύπαρξη ανταγωνιστικής σχέσης αρκεί και η ύπαρξη δυνητικού ανταγωνισμού. Τέλος, σχέση ανταγωνισμού υπάρχει και όταν τρίτος εκμεταλλεύεται τη φήμη ξένου διακριτικού γνωρίσματος για τη διαφήμιση μη ομοειδών προϊόντων με αυτά που διακρίνει το ξένο διακριτικό γνώρισμα. Η σχέση ανταγωνισμού δεν είναι ανάγκη να υπάρχει μεταξύ του ενεργούντος την πράξη και εκείνου κατά του οποίου κατευθύνεται, αλλά αρκεί ότι ο ενεργών την πράξη προωθεί με αυτή τα συμφέροντα τρίτου, με τον οποίο ο θιγόμενος βρίσκεται σε ανταγωνιστική σχέση.

- ✓ ***Σκοπός ανταγωνισμού*** → Πρέπει να υφίσταται σκοπός ενίσχυσης του ίδιου ή ξένου ανταγωνισμού, χωρίς να είναι –πάντως- ανάγκη να υπάρχει και σκοπός βλάβης του άλλου.
- ✓ ***Αντίθεση στα χρηστά ήθη*** → Η έννοια των χρηστών ηθών προσδιορίζεται από τον οικονομικό ανταγωνισμό και έχει ειδικό περιεχόμενο. Ενόψει τούτων, η ανταγωνιστική συμπεριφορά, η οποία έχει ως συνέπεια τη βλάβη ή ακόμη και την εξαφάνιση άλλων επιχειρήσεων, δεν είναι άνευ ετέρου αθέμιτη. Για να χαρακτηριστεί μια πράξη αθέμιτη σημασία έχουν (και) άλλα στοιχεία, όπως τα χρησιμοποιούμενα μέσα, η πρόθεση του ενεργούντος, οι ειδικές συνθήκες τέλεσης της πράξης κλπ. Ειδικότερα, εφόσον η βλαπτική για τον τρίτο πράξη ανταγωνισμού κινείται μέσα στο πλαίσιο που χαράσσει η αρχή της καλύτερης προσφοράς, δεν τίθεται θέμα αθέμιτης ανταγωνιστικής συμπεριφοράς· πρέπει, επίσης, να ληφθεί υπόψη ότι ο κανόνας είναι η ελευθερία ανταγωνισμού και η εξαίρεση ο περιορισμός της. Και πάλι, όμως, η τελική κρίση θα εξαρτηθεί από τη στάθμιση συμφερόντων με βάση τις ειδικές συνθήκες κάθε συγκεκριμένης περίπτωσης, δηλ. θα εξεταστεί αν η ένταση και η έκταση της προσβολής των συμφερόντων του θιγομένου δικαιολογείται ενόψει της προώθησης υπέρτερων συμφερόντων. Υποκειμενικά στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη είναι τα κίνητρα και ο σκοπός (το σχέδιο) του ενεργούντος· πάντως, δεν απαιτείται γνώση εκ μέρους του των πραγματικών περιστατικών, τα οποία προσδίδουν τον αθέμιτο χαρακτήρα στην πράξη, ούτε συνείδηση του αθεμίτου, ενώ υπαιτιότητα απαιτείται μόνο για τη γένεση αξίωσης για αποζημίωση. Ο δικαστής θα πρέπει να κρίνει κατά τρόπο που ανταποκρίνεται στο αίσθημα ‘των χρηστώς και εμφρόνως σκεπτομένων’ τις διαμορφωμένες εμπορικές συνήθειες, την κοινωνική συνείδηση, τις βασικές αρχές της εθνικής/κοινοτικής έννομης τάξης και τους κώδικες δεοντολογίας.
- ✓ ***Πράξεις ανταγωνισμού που τελούνται σε ορισμένες συναλλαγές*** → Η εφαρμογή του άρθρου 1 περιορίζεται μόνο σε πράξεις ανταγωνισμού που τελούνται στις εμπορικές, βιομηχανικές ή γεωργικές συναλλαγές ≠ στα ελεύθερα επαγγέλματα. Οι συναλλαγές μπορούν να αφορούν όχι μόνο το φυσικό, αλλά και το διαδικτυακό περιβάλλον.

§33. Πράξεις ανταγωνισμού που υπάγονται στην απαγόρευση της γενικής ρήτρας

Ι. Αθέμιτη προσέλκυση πελατών: Όταν η προσπάθεια επηρεασμού της βούλησης γίνεται με μέσα που δεν έχουν σχέση με την ποιότητα και την τιμή της προσφοράς, δηλ. όταν υπάρχει κίνδυνος οι πελάτες να μην επιλέξουν με βάση την αρχή της καλύτερης προσφοράς, τότε η πράξη καθίσταται αθέμιτη.

- ▪ ***Επηρεασμός των πελατών με τη δημιουργία παραπλανητικών εντυπώσεων*** → Η τήρηση ή μη της αρχής της αλήθειας, όπως την αντιλαμβάνεται ο μέσος καταναλωτής, είναι βασικό στοιχείο για την αξιολόγηση πράξης ανταγωνισμού ως αθέμιτης ή θεμιτής. Μια ιδιαίτερη μορφή παραπλανητικής διαφήμισης είναι η συγκαλυμμένη διαφήμιση· εκείνος στον οποίο απευθύνεται η διαφήμιση πρέπει να είναι σε θέση να διακρίνει ότι το συγκεκριμένο μήνυμα αποτελεί είδος διαφήμισης και όχι αντικειμενική πηγή πληροφόρησης. Στον τύπο και τα ΜΜΕ ισχύει η αρχή του χωρισμού της ειδησεογραφίας και του ραδιοτηλεοπτικού προγράμματος από τη διαφήμιση· η μη τήρηση του κανόνα αυτού καθιστά τη διαφήμιση όχι μόνο παράνομη, αλλά και αθέμιτη λόγω

παραπλάνησης. Ως συγκαλυμμένη διαφήμιση θεωρείται κατά βάση η χορηγία και το product placement, δηλ. η έναντι ανταλλάγματος τηλεοπτική προβολή σημάτων και προϊόντων τρίτων σε ειδικές εκπομπές.

- ***Υπερβολικός δελεασμός*** → Υπάρχει όταν -παράλληλα προς το κύριο προϊόν- προσφέρονται στον καταναλωτή δωρεάν διάφορες παροχές ή υπηρεσίες ή διευκολύνσεις ή ευνοϊκοί όροι αγοράς (έργω διαφήμιση). Οι διάφορες παροχές αυτές πρέπει να είναι τόσο σημαντικές (είτε λόγω της μεγάλης τους –σε σύγκριση με το κύριο προϊόν- αξίας, είτε λόγω του ότι δύσκολα μπορούν να εξευρεθούν), ώστε ο καταναλωτής να προτιμά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του προσφέροντος, όχι λόγω της τιμής ή των ιδιοτήτων του, αλλά λόγω των πρόσθετων αυτών παροχών. Όταν η πρόσθετη παροχή είναι της ίδιας φύσης προς την κύρια θα πρόκειται για έκπτωση. Αθέμιτη μπορεί να είναι και η προσφορά μη ομοειδών προϊόντων ή υπηρεσιών σε ενιαία τιμή, όταν η τιμή για το δεύτερο προϊόν εμφανίζεται ιδιαίτερα ελκυστική (συνδυασμένες πωλήσεις).
- ***Ψυχολογικός εξαναγκασμός.***
- ***Εκμετάλλευση της τάσης του κοινού για τυχερά παιχνίδια.***
- ***Παρενόχληση*** → Η υπέρβαση των ανεκτών ορίων διαφήμισης, κατά τρόπο ώστε η διαφήμιση να καθίσταται εξαιρετικά ενοχλητική για τον πελάτη, ο οποίος ενδίδει για να απαλλαγεί από την παρενόχληση, ή η υπερβολική διαφήμιση, η οποία είναι ικανή να διαταράξει την αμερόληπτη κρίση του. Αντίθετα, η διαφήμιση με επιστολές είναι κατά βάση θεμιτή, το ίδιο δε ισχύει και για τις απρόσκλητες κατ' οίκον επισκέψεις, εκτός αν συντρέχουν ειδικά επιβαρυντικά περιστατικά. Κατά βάση αθέμιτη είναι η αποστολή μη παραγγελθέντων εμπορευμάτων.
- ***Εκμετάλλευση συναισθημάτων*** → Η προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών με την τεχνητή πρόκληση ορισμένων συναισθημάτων –όπως φόβου, αποστροφής, φρίκης, οίκτου, κοινωνικής αλληλεγγύης ή προλήψεων- στους αγοραστές, κατά τρόπο ώστε αυτοί να επιλέγουν όχι με αντικειμενικά κριτήρια, μπορεί να είναι αθέμιτη πράξη ανταγωνισμού. Αντίστοιχα ισχύουν σχετικά με τις διαφημίσεις που αναφέρονται σε ευεργετικές για την υγεία ιδιότητες προϊόντων, χωρίς να είναι τούτο επιστημονικά τεκμηριωμένο. Τέλος, η διαφήμιση που απευθύνεται στο υποσυνείδητο δεν είναι πάντα αθέμιτη, αλλά μόνο αν δεν 'αφήνει στον δέκτη του μηνύματος τη δυνατότητα κριτικής'.

ΙΙ. Εκμετάλλευση προϊόντων ξένης εργασίας, φήμης και οργάνωσης: Η παρεχόμενη από το δίκαιο προστασία συνίσταται στην παραχώρηση ειδικών δικαιωμάτων ή στην παροχή ειδικής προστασίας σχετικά με την όλη δραστηριότητα της επιχείρησης, η προσβολή των οποίων δημιουργεί αστική ή ποινική ευθύνη εις βάρος του προσβολέα. Είναι, όμως, δυνατόν τα προϊόντα εργασίας μιας επιχείρησης να μην έχουν κατοχυρωθεί με ειδικό δικαίωμα ή να μην πληρούν τις προϋποθέσεις για την απονομή ειδικού δικαιώματος· στην περίπτωση αυτή, μπορεί να εφαρμοστεί το άρθρο 1 του ν. 146/1914. Παρακάτω αναλύονται τρεις περιπτώσεις εκμετάλλευσης >

- ***Προσκόλληση*** → α) Προϊόντα ξένης εργασίας. Η απομίμηση ξένου προϊόντος, με τη συνδρομή ειδικών συνθηκών σε κάθε συγκεκριμένη περίπτωση, μπορεί να συνιστά πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού· προσβολή υπάρχει και όταν το προϊόν του τρίτου παρουσιάζει επουσιώδεις μόνο διαφορές. Προϊόντα ξένης εργασίας, τα οποία με τη συνδρομή ειδικών επιβαρυντικών περιστατικών, μπορούν να τύχουν προστασίας με το άρθρο 1 είναι τεχνικά, αισθητικά ή πνευματικά δημιουργήματα (π.χ. κοσμήματα, σχέδια, είδη διακόσμησης και μόδας). Στοιχεία, τα οποία –ύστερα από στάθμιση συμφερόντων- λαμβάνονται υπόψη για να κριθεί ο θεμιτός ή αθέμιτος χαρακτήρας της πράξης απομίμησης, είναι η πρωτοτυπία και η ιδιαιτερότητα του προϊόντος, η τεχνική-αισθητική και λειτουργική του εξατομίκευση, η ιδιαίτερη διαμόρφωση των συστατικών και των ιδιοτήτων του προϊόντος, η ποικιλία σχεδιαστικών δυνατοτήτων που επιτρέπει στους τρίτους να απέχουν από το απομιμούμενο προϊόν κλπ. // β) Ξένα διακριτικά γνωρίσματα. Η απομίμηση ξένων διακριτικών γνωρισμάτων που δεν τυγχάνουν ειδικής προστασίας (π.χ. ως διασχηματισμός ή ως σήμα) είναι

επιτρεπτή. Εντούτοις, η απομίμηση γνωστών διακριτικών γνωρισμάτων, των οποίων η προστασία έχει λήξει, κατά τρόπο που να δημιουργείται κίνδυνος σύγχυσης, αντίκειται στο άρθρο 1.

- ***Εκμετάλλευση ξένης φήμης*** → Μπορεί να υπάρξει όταν ο τρίτος απομιμείται τα διαμορφωτικά στοιχεία γνωστών προϊόντων ή διακριτικών γνωρισμάτων, κατά τρόπο ώστε οι καταναλωτές να εκλαμβάνουν εσφαλμένα ότι τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες του τρίτου προέρχονται από τη γνωστή τους επιχείρηση. Συνηθισμένη είναι η περίπτωση, κατά την οποία τρίτος εκμεταλλεύεται την καλή φήμη άλλου χωρίς να δημιουργείται παραπλάνηση- π.χ. όταν υπάρχει προσέγγιση σε ξένα προϊόντα και ξένα διακριτικά γνωρίσματα ή εκμετάλλευση ξένης φήμης. Προσέγγιση υπάρχει, όταν γίνεται αναφορά σε ξένο προϊόν, το οποίο χαίρει εκτίμησης στην αγορά (π.χ. δισκία Χ αντί ασπιρίνης)· μάλιστα, η προσέγγιση μπορεί να είναι και καλυμμένη ή τα προϊόντα του τρίτου να είναι ανομοιοειδή προς τα ξένα.
- ***Εκμετάλλευση ξένης οργάνωσης*** → α) Απόσπαση ξένου εργατικού δυναμικού. Αν ο ανταγωνιστής προσφέρει σε εργαζόμενους άλλης επιχείρησης καλύτερους όρους εργασίας, δεν ενεργεί αθέμιτα· όμως, απόσπαση που επιτυγχάνεται ύστερα από *παρότρυνση τρίτου, ο οποίος παρακινεί ξένους εργαζόμενους να αθετήσουν συμβατικές τους υποχρεώσεις* έναντι του εργοδότη τους, ο οποίος είναι ανταγωνιστής του παροτρύνοντος, συνιστά αθέμιτη πράξη ανταγωνισμού. Η *εκμετάλλευση ήδη αθετηθείσας σύμβασης* από τον ίδιο τον εργαζόμενο (π.χ. η πρόσληψη εργαζομένου, ο οποίος παρέβη τις συμβατικές του υποχρεώσεις με δική του πρωτοβουλία) δεν είναι κατά βάση αθέμιτη· πάντως, η συμπεριφορά του ανταγωνιστή καθίσταται επιλήψιμη όταν συντρέχουν ειδικά περιστατικά, όπως όταν η πρόσληψη γίνεται προς το σκοπό πληροφόρησης από τους αποσπώμενους επαγγελματικών απορρήτων του ανταγωνιστή. *Η παρακίνηση από ανταγωνιστή ξένων εργαζομένων για νόμιμη λύση της σύμβασης εργασίας*, εκτός αν συντρέχουν ειδικά επιβαρυντικά περιστατικά (π.χ. όταν η απόσπαση εργαζομένων αποσκοπεί στην παρεμπόδιση ή αποδιοργάνωση της επιχείρησης του ανταγωνιστή ή στο σφετερισμό απορρήτων ή στην υφαρπαγή πελατείας), δεν είναι αθέμιτη πράξη ανταγωνισμού. Η συναφθείσα σύμβαση εργασίας με τον νέο εργοδότη είναι έγκυρη {ο παλαιός εργοδότης έχει μόνο αξίωση για χρηματική αποζημίωση}, εκτός αν στην αθέμιτη απόσπαση έχει συμπράξει και ο εργαζόμενος, οπότε είναι άκυρη ως ανήθικη. // β) Ρήτρες αποκλειστικής συνεργασίας. Η παρότρυνση καλλιτέχνη να παραβεί τη συμβατική του δέσμευση και να συνεργαστεί με άλλη φωνογραφική εταιρία αποτελεί πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού· με τη συνδρομή ειδικών συνθηκών το ίδιο συμβαίνει σε περίπτωση εκμετάλλευσης αθετηθείσας σύμβασης φωνογραφικής συνεργασίας με καλλιτέχνη. Αθέμιτη είναι και η παρότρυνση συμβαλλομένου από τρίτον να αθετήσει συμφωνία αποκλειστικής άδειας εκμετάλλευσης. // γ) Απόσπαση πελατείας. Η πελατεία δεν αναφέρεται μόνο στους αγοραστές, αλλά και στους προμηθευτές της επιχείρησης. Η απόσπαση πελατείας από ανταγωνιστή μόνο με τη συνδρομή ειδικών συνθηκών μπορεί να καταστεί αθέμιτη, όπως όταν ο αποσπών παραπλανά τον πελάτη ή συκοφαντεί τον ανταγωνιστή του ή παροτρύνει τον πελάτη να αθετήσει σύμβαση που έχει συνάψει με ανταγωνιστή του κλπ. // δ) Δωροδοκία (ιδιωτικών) υπαλλήλων ή άλλων προσώπων που έχουν εξουσία μέσα σε μια επιχείρηση.

ΙΙΙ. Παρεμπόδιση ελεύθερης ανάπτυξης της οικονομικής ελευθερίας του ανταγωνιστή: Μπορεί να αποκτήσει αθέμιτο χαρακτήρα μόνο όταν δεν οφείλεται στη λειτουργία του ποιοτικού ανταγωνισμού, αλλά στην προσπάθεια αποκλεισμού πρόσβασης του ανταγωνιστή στην αγορά με άλλα μέσα, ώστε ο μεν τελευταίος να παρεμποδίζεται να διαθέσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του, ο δε παρεμποδίζων να αποκτά εκ του λόγου αυτού οφέλη.

- ***Μποϋκοτάζ*** → Επιδιώκεται ο αποκλεισμός ορισμένου ανταγωνιστή από τη σύναψη συναλλακτικών σχέσεων ή η διακοπή υφιστάμενων, με σκοπό τον εξαναγκασμό του ανταγωνιστή να τηρήσει ορισμένη συμπεριφορά. Το μποϋκοτάζ πραγματοποιείται με την από τρίτο παρότρυνση περισσοτέρων είτε να μην αγοράζουν προϊόντα ή να μην αποδέχονται υπηρεσίες που προσφέρονται από ορισμένη επιχείρηση είτε να μην προμηθεύουν την επιχείρηση με αγαθά ή υπηρεσίες. Το

μποϋκοτάζ είναι ατομικό, όταν ο υποκινητής είναι φυσικό πρόσωπο, ή συλλογικό, δηλ. υποκινούμενο από ένωση προσώπων (π.χ. επαγγελματική ένωση ή καρτέλ). Μόνο κατ' εξαίρεση μπορεί να θεωρηθεί το μποϋκοτάζ θεμιτό, δηλ. όταν π.χ. ο έμπορος δεσμευόμενος από σύστημα διανομής, παρακινεί τον παραγωγό να μην προμηθεύει τρίτους, εκτός του δικτύου εμπόρους· νόμιμο, τέλος, μπορεί να είναι όταν χρησιμοποιείται ως μέσο άμυνας.

❖ ***Άνιση μεταχείριση*** → Δημιουργείται σε περίπτωση που η άρνηση σύναψης συναλλακτικών σχέσεων ή η διακοπή τους α) είναι αδικαιολόγητη, β) προέρχεται από επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση και γ) έχει ως αποτέλεσμα τη θέση της αντισυμβαλλόμενης επιχείρησης σε μειονεκτική θέση στην αγορά λόγω αδυναμίας της να προμηθευτεί από άλλη πηγή τα προϊόντα. Μόνο κατ' εξαίρεση αποτελεί πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού.

❖ ***Υποτίμηση*** → Κάθε ανταγωνιζόμενος είναι ελεύθερος να προσφέρει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του σε τιμή που ο ίδιος καθορίζει, διαφοροποιώντας μάλιστα τις τιμές, ανάλογα με την περιοχή. Γι' αυτό η μείωση των τιμών με σκοπό την απόκτηση ανταγωνιστικού προβαδίσματος είναι θεμιτή· ακόμη κι όταν μια επιχείρηση πωλεί κάτω του κόστους, η πράξη της δεν είναι per se αθέμιτη. Εντούτοις, με τη συνδρομή ειδικών περιστάσεων είναι δυνατόν να προσλάβει η υποτίμηση αθέμιτο χαρακτήρα, ιδίως όταν κύριος σκοπός της επιχείρησης που προβαίνει σ' αυτή είναι η ζημία ή και η εκτόπιση ορισμένων ανταγωνιστών, ώστε να παραμείνει η ίδια στην αγορά και να ανεβάσει τις τιμές κατ' αρέσκεια. Ακόμα, όμως, κι αν δεν μπορεί να αποδειχθεί ότι στόχος της παρεμποδίζουσας επιχείρησης είναι να πλήξει συγκεκριμένο ανταγωνιστή, η υποτίμηση μπορεί να προσλάβει αθέμιτο χαρακτήρα, όταν –χωρίς να υπάρχει εμπορικά εύλογη αιτία- από τη διενέργεια της υποτίμησης δημιουργείται ο κίνδυνος να εκτοπιστούν οι ανταγωνιστές από ορισμένη αγορά, με περαιτέρω ενδεχόμενη συνέπεια την κατάργηση του ανταγωνισμού στην αγορά αυτή. Αθέμιτο χαρακτήρα μπορεί να προσλάβει η υποτίμηση και όταν γίνεται προς το σκοπό παραπλάνησης των καταναλωτών- π.χ. όταν προσφέρεται ένα είδος προϊόντων σε πολύ χαμηλή τιμή και το καταναλωτικό κοινό εκλαμβάνει εσφαλμένα ότι οι τιμές όλων των προσφερόμενων ειδών είναι εξίσου χαμηλές· αθέμιτη είναι, τέλος, η προσφορά προϊόντων σε χαμηλές τιμές, όταν έχει προηγηθεί παράβαση κανόνων δικαίου, όπως π.χ. η πώληση λαθραίων προϊόντων.

❖ ***Συγκριτική διαφήμιση*** → Με τη συγκριτική διαφήμιση γίνεται σύγκριση των προϊόντων ή υπηρεσιών του διαφημιζόμενου με αυτές των ανταγωνιστών του, τα αποτελέσματα της οποίας αποβαίνουν υπέρ αυτού. Διακρίνεται σε *επικριτική* (=υποβιβάζεται η παροχή του ανταγωνιστή και εξαίρεται η ιδία), *προσωπική* (=αναφέρεται στις προσωπικές σχέσεις και ιδιότητες του ανταγωνιστή με σκοπό τη μείωσή του, πράγμα που έχει ως αποτέλεσμα την ενίσχυση του ιδίου ανταγωνισμού => πάντα αθέμιτη) και *προσκολλώμενη* (=ο διαφημιζόμενος αναφέρεται κατά τρόπο θετικό για τα προϊόντα των ανταγωνιστών, δίνοντας την εντύπωση ότι τα δικά του είναι εφάμιλλα => θεμιτή). Η συγκριτική διαφήμιση επιτρέπεται, εφόσον σ' αυτήν γίνεται σύγκριση με αντικειμενικό τρόπο των ουσιωδών, συναφών, επαληθεύσιμων και επιλεγμένων με αμεροληψία χαρακτηριστικών ανταγωνιστικών αγαθών ή υπηρεσιών και –επιπλέον- η διαφήμιση δεν είναι παραπλανητική, δεν προκαλεί σύγχυση μεταξύ του διαφημιζομένου και των ανταγωνιστών του ή μεταξύ των από αυτόν προσφερόμενων αγαθών/υπηρεσιών ή των από αυτόν χρησιμοποιούμενων σημάτων με αυτών των ανταγωνιστών του.

Η ρύθμιση της συγκριτικής διαφήμισης στον ν. 2251/1994 αποβλέπει κατά πρώτο λόγο στην προστασία των καταναλωτών· γι' αυτό ο ανταγωνιστής δεν μπορεί να επικαλεστεί το κατά τη διάταξη του άρθρου 9 §2 παράνομο της συγκριτικής διαφήμισης και να επιδιώξει προστασία. Εντούτοις, μια παράνομη –σύμφωνα με την ως άνω διάταξη- συγκριτική διαφήμιση θα είναι κατά κανόνα και αθέμιτη κατά το άρθρο 1 του ν. 146/1914.

IV. Παράβαση νομικών δεσμεύσεων:

- ***Παράβαση (εξωανταγωνιστικών) διατάξεων*** → Η παράβαση αξιολογικά ουδέτερων διατάξεων συνιστά αθέμιτη πράξη ανταγωνισμού μόνο όταν αφενός η παραβιασθείσα διάταξη επενεργεί στο ανταγωνιστικό πεδίο και αφετέρου ο παραβάτης αποκτά –λόγω της παράβασής της- αδικαιολόγητο προβάδισμα στον ανταγωνισμό. Αντίθετα, η παράβαση ηθικά φορτισμένων διατάξεων είναι πάντα αθέμιτη πράξη ανταγωνισμού- π.χ. πώληση πλαστών CD ή κλοπιμαίων· το ίδιο ισχύει και σχετικά με την παράβαση διατάξεων που αφορούν την προστασία δημοσίων συμφερόντων- π.χ. πώληση τροφίμων που δεν έχουν ελεγχθεί από τις υγειονομικές αρχές.
- ***Παράβαση συμβατικών δεσμεύσεων*** → Συνιστά πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού μόνο με τη συνδρομή ειδικών συνθηκών. Ειδικότερα > α) Σχέσεις εμπιστοσύνης και ρήτρες μη ανταγωνισμού. Αποτελεί πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού η από εργαζόμενο άσκηση παράλληλης ανταγωνιστικής δραστηριότητας. Σε κάποιες συμβάσεις εμπιστοσύνης ο ίδιος νόμος επιβάλλει την απαγόρευση τέλεσης ανταγωνιστικών πράξεων (π.χ. στα μέλη του ΔΣ ΑΕ)· μπορεί, επίσης, να συμφωνηθεί ρήτρα μη ανταγωνισμού για ορισμένο (σύντομο) χρονικό διάστημα μετά τη λήξη της συμβατικής σχέσης (π.χ. σε πρώην εταίρους). Η παράβαση των νόμιμων και συμβατικών απαγορεύσεων διενέργειας ανταγωνιστικών πράξεων δεν καθιστά τις πράξεις αυτές άνευ ετέρου αθέμιτες, αλλά μόνο εφόσον συντρέχουν επιβαρυντικά περιστατικά. // β) Παράβαση συμβατικών δεσμεύσεων. Η προς σκοπό ανταγωνισμού παρότρυνση άλλου για παράβαση των συμβατικών του δεσμεύσεων συνιστά αθέμιτη πράξη ανταγωνισμού, ενώ η εκμετάλλευση παράβασης συμβατικών δεσμεύσεων από άλλον συνιστά πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού μόνο όταν συντρέχουν ειδικά περιστατικά. Πρέπει να επισημανθεί ότι μόνο το γεγονός της απόκτησης από εκτός του δικτύου έμπορο εμπορευμάτων που διακινούνται στο δίκτυο (παράλληλες εισαγωγές) δεν συνιστά κατ' αρχήν πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού.

V. Διακινδύνευση της ομαλής λειτουργίας της αγοράς: Αποτελεί πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού η διακινδύνευση της υπόστασης του ανταγωνισμού με την παρεμπόδιση ή και τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από ορισμένη αγορά, καθώς και η δημιουργία του κινδύνου μίμησης εκ μέρους των ανταγωνιστών μέτρων που παρεμποδίζουν την ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού. Για τους λόγους αυτούς είναι αθέμιτη η χωρίς προφανή λόγο διαρκής ή επαναλαμβανόμενη υποτίμηση, ιδίως σε τιμές κάτω του κόστους· αθέμιτη είναι, επίσης, η σε μεγάλη έκταση δωρεάν διανομή προϊόντων είτε με την αγορά του κύριου προϊόντος είτε και αυτοτελώς, με αποτέλεσμα τη δημιουργία κορεσμού στην αγορά. Τέλος, είναι αθέμιτη και η διαρκής δωρεάν διανομή πολιτικών εφημερίδων ή περιοδικών, εκτός αν η δωρεάν διανομή δεν παρεμποδίζει ουσιωδώς άλλα συναφή έντυπα· πάντως, η μαζί με την εφημερίδα δωρεάν διανομή περιοδικών δεν αποτελεί κατά κανόνα αθέμιτη ανταγωνιστική συμπεριφορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ
ΚΑΤ' ΙΔΙΑΝ ΑΠΑΓΟΡΕΥΜΕΝΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

§34. Παραπλανητική διαφήμιση

I. Γενικά: Το παράνομο της διαφήμισης αρχίζει από το σημείο, κατά το οποίο υπάρχει ο κίνδυνος το περιεχόμενο ή η μορφή της διαφήμισης να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών, ώστε να προτιμήσουν το διαφημιζόμενο προϊόν, βασιζόμενοι σε στοιχεία που –σύμφωνα με τη διαφήμιση- συγκεντρώνει, μολονότι τούτο δεν ευσταθεί. Πάντως, μόνο το ελκυστικό 'περιτύλιγμα' της διαφήμισης δεν την καθιστά παράνομη, έστω κι αν παρασύρονται οι καταναλωτές να αγοράσουν λόγω αυτής, αφού σκοπός της είναι να τους επηρεάσει θετικά την ψυχολογία (=δεν στοχεύει στην έλλογη κρίση τους). Η διαφήμιση για να είναι νόμιμη πρέπει να διέπεται από την *αρχή της αλήθειας*

(=ανταποκρίνεται στην αλήθεια, είναι ακριβής και σαφής) και την *αρχή της αντικειμενικότητας* (=αναφέρεται σε πραγματικές ιδιότητες του διαφημιζόμενου αγαθού).

ΙΙ. Προϋποθέσεις εφαρμογής του άρθρου 3 ν. 146/1994:

✓ ***Οι γνωστοποιήσεις ή ανακοινώσεις πρέπει να γίνονται δημόσια και να απευθύνονται σε ευρύ κύκλο προσώπων*** → Πάντως, δεν είναι ανάγκη να γίνονται με σκοπό ανταγωνισμού, ούτε να συντρέχει το στοιχείο της υπαιτιότητας, το οποίο είναι προϋπόθεση μόνο για την αξίωση αποζημίωσης· εντούτοις, αν οι παραπλανητικές δηλώσεις γίνονται με πρόθεση, η πράξη είναι επιπλέον και αξιόποινη. Η μορφή της διαφήμισης μπορεί να είναι λεκτική ή απεικονιστική ή να αποτελεί στοιχείο επωνυμίας, διακριτικού τίτλου ή σήματος· η γνωστοποίησή της μπορεί να γίνεται μέσω ΜΜΕ, του διαδικτύου κλπ.

✓ ***Η δήλωση πρέπει να είναι ανακριβής ή παραπλανητική*** → Παραπλανητική είναι η διαφήμιση που είτε κατά το περιεχόμενο της είτε κατά τη μορφή της ή με οποιονδήποτε άλλο τρόπο δεν αποδίδει την αλήθεια. Η παραπλάνηση, που μπορεί να είναι πραγματική ή δυνητική, αφορά τα πρόσωπα στα οποία απευθύνεται η διαφήμιση και εκείνη στη γνώση των οποίων μπορεί να φτάσει. Για την κατάφαση της παραπλάνησης σημασία έχει η συνολική εντύπωση και δεν αρκεί να λαμβάνονται υπόψη μόνο επιμέρους στοιχεία ή να αποσπώνται αυτά από το σύνολο. Ανακριβής δεν είναι μόνη δήλωση που αντικειμενικά είναι αναληθής, αλλά και όταν η δήλωση είναι μεν αντικειμενικά αληθής, εκλαμβάνεται όμως από σχετικούς κύκλους των συναλλαγών εσφαλμένα. Και το αντίστροφο είναι δυνατό, δηλ. αντικειμενικά εσφαλμένη διαφήμιση να μην εκλαμβάνεται εσφαλμένα από τους καταναλωτές {όπως π.χ. οι δηλώσεις μοναδικότητας (βλ. "το καλύτερο κατάστημα της πόλης"), οι οποίες επιτρέπονται μόνο αν είναι αληθείς, εκτός αν οι καταναλωτές δεν λαμβάνουν σοβαρά τη δήλωση}. Για να είναι ανακριβής η διαφήμιση δεν είναι ανάγκη να παραπλανάται το σύνολο (ή έστω η πλειοψηφία των καταναλωτών), αλλά αρκεί η παραπλάνηση ενός όχι ασήμαντου τμήματος αυτών· υπόψη λαμβάνεται το συναλλακτικό κοινό στο οποίο απευθύνεται ο διαφημιζόμενος. Σύμφωνα με τη νομολογία, όσον αφορά προϊόντα γενικής κατανάλωσης, υπόψη λαμβάνεται ο μέσος (=μετρίων γνώσεων, μέτριας προσοχής και εμπειρίας) καταναλωτής· εντούτοις, κατά τη νομολογία του ΔΕΚ πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ο λογικός, ενημερωμένος και με κριτικό πνεύμα καταναλωτής.

✓ ***Η δήλωση πρέπει να δημιουργεί την εντύπωση ιδιαίτερα ευνοϊκής προσφοράς*** → Πρέπει να είναι ικανή να επηρεάσει την αγοραστική συμπεριφορά του αποδέκτη της διαφήμισης.

ΙΙΙ. Περιπτώσεις ανακριβών δηλώσεων: Η διάταξη του άρθρου 3 απαριθμεί ενδεικτικά περιπτώσεις, στις οποίες μπορεί να αναφέρονται οι ανακριβείς δηλώσεις. Παράνομες, όμως, είναι οι δηλώσεις και σε άλλες περιπτώσεις που δεν αναφέρονται, όπως *δηλώσεις σχετικά με την επιχείρηση* (π.χ. παράνομη είναι η δήλωση 'βιομηχανία επίπλων', αν πρόκειται για μικρή βιοτεχνία) ή *η δημιουργία ψευδούς εντύπωσης ότι προσφέρονται δώρα μεγάλης αξίας*.

ΙV. Συνέπειες: Ο παραβάτης του άρθρου 3 μπορεί να εναχθεί προς παράλειψη των ανακριβών δηλώσεων και ανόρθωση της προσγενόμενης ζημίας. Προϋπόθεση της αξίωσης για αποζημίωση είναι ότι εκείνος, ο οποίος προβαίνει σε ανακριβείς δηλώσεις, γνώριζε ή όφειλε να γνωρίζει την αναλήθεια των διαφημίσεων που έκανε. Υπάρχει προνομιακή μεταχείριση των συντακτών, εκδοτών, τυπογράφων, πρακτόρων εφημερίδων ή περιοδικών, διότι τότε μόνο γεννάται αξίωση για αποζημίωση κατ' αυτών, όταν γνώριζαν την αναλήθεια των ανακοινώσεων (άρθρο 10 §2 στοιχ. α').

§35. Προστασία της επαγγελματικής φήμης και των εμπορικών-βιομηχανικών απορρήτων

Ι. Προστασία της επαγγελματικής φήμης: Οι ισχυρισμοί ή οι διαδόσεις μπορούν να αναφέρονται στην ίδια την επιχείρηση, στο πρόσωπο του ιδιοκτήτη της ή του διευθυντή της, καθώς και στα εμπορεύματα ή τις εργασίες της επιχείρησης· φυσικά πρέπει να είναι ικανές να βλάψουν την επιχείρηση ή την πίστη της στην αγορά.

- ***Απλή δυσφήμηση (άρθρο 11 ν. 146/1914)*** → Πρέπει να γίνεται με σκοπό ανταγωνισμού, τα δε διαδιδόμενα να είναι αναληθή ή έστω να μην είναι κατά τρόπο ευαπόδεικτο αληθή, χωρίς να απαιτείται γνώση της αναλήθειας των διαδιδομένων από τον προσβολέα, ο οποίος ευθύνεται αντικειμενικά. Στην περίπτωση αυτή, ο προσβληθείς μπορεί να ζητήσει αποζημίωση και παράλειψη της επανάληψης ή της περαιτέρω διάδοσης των ανακριβειών. Αν, όμως, πρόκειται για εμπιστευτικές πληροφορίες, για τη γνώση των οποίων ο αποδέκτης της πληροφορίας έχει εύλογο συμφέρον, η αξίωση για παράλειψη μπορεί να ζητηθεί μόνο αν τα γεγονότα είναι αναληθή.
- ***Συκοφαντική δυσφήμηση (άρθρο 12 ν. 146/1914)*** → Θα πρέπει ο ισχυριζόμενος ή διαδίδων αναληθή γεγονότα σχετικά με την επιχείρηση άλλου να τελεί εν γνώσει της αναλήθειας· σκοπός ανταγωνισμού δεν απαιτείται, ούτε πρόθεση βλάβης. Η διάταξη προβλέπει για την περίπτωση αυτή ποινικές κυρώσεις, οι οποίες επιβάλλονται στον κύριο ή στον ιδιοκτήτη της επιχείρησης τόσο όταν οι ισχυρισμοί/διαδόσεις προέρχονται από τον ίδιο όσο και όταν προέρχονται από υπάλληλο ή αντιπρόσωπο και έγιναν εν γνώσει του. Όταν οι πράξεις γίνονται με ανταγωνιστική πρόθεση, παρέχεται η κατά το άρθρο 11 αστική προστασία, διαφορετικά εφαρμόζεται το ΑΚ 914 σε συνδ. με το άρθρο 12.

ΙΙ. Προστασία των εμπορικών και βιομηχανικών απορρήτων (άρθρα 16-18 ν. 146/1914): Εμπορικά και βιομηχανικά απόρρητα είναι γεγονότα, στοιχεία και πληροφορίες, οι οποίες αναφέρονται είτε στον τεχνικό τομέα (τεχνολογικό know-how) είτε στον εμπορικό (π.χ. κατάλογοι πελατών και προμηθευτών). Για να πρόκειται για εμπορικό ή βιομηχανικό απόρρητο, θα πρέπει το περιεχόμενό του να είναι γνωστό μόνο σε στενό κύκλο προσώπων και η διαφύλαξή του να ανταποκρίνεται στην προφανή βούληση του φορέα της επιχείρησης. Η προστασία που παρέχεται από το νόμο είναι αστική και ποινική. Η μετά το πέρας της σχέσης εργασίας αξιοποίηση απορρήτων, των οποίων (πρώην) εργαζόμενος έλαβε γνώση με όχι μεμπτό τρόπο για λογαριασμό του ή για λογαριασμό τρίτου, δεν απαγορεύεται, εκτός αν υπάρχει συμβατική ρήτρα μη ανταγωνισμού.

§36. Η καταχρηστική εκμετάλλευση οικονομικής εξάρτησης ως πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού: Οι προϋποθέσεις εφαρμογής του άρθρου 18^{α} του ν. 146/1914 είναι οι εξής >

- ***Σχέση οικονομικής εξάρτησης*** → Πρέπει να είναι διαρκής, οποιασδήποτε μορφής, τυπική ή άτυπη. Συνηθισμένη εξάρτηση δημιουργείται σε σχέση εμπορικής αντιπροσωπείας και διανομής. Η εξάρτηση παίρνει διάφορες μορφές, όπως όταν π.χ. τα προϊόντα του προμηθευτή έχουν τέτοια ποιότητα και φήμη, ώστε ο αγοραστής να τα χρειάζεται για να παραμείνει ανταγωνιστικός, ή όταν ο προμηθευτής έχει ανάγκη το δίκτυο διανομής και το πελατολόγιο του αγοραστή. Δεν υπάρχει εξάρτηση, αν προκύπτει ότι ο κύκλος εργασιών της επιχείρησης που ζητά την προστασία δεν εξαρτάται σε μεγάλο ποσοστό από άλλη επιχείρηση. Πάντως, η άρνηση μιας επιχείρησης να συνάψει εμπορική σχέση με άλλη επιχείρηση και ενδεχομένως να τεθεί σε σχέση εξάρτησης με αυτή δεν είναι αθέμιτη.
- ***Ανυπαρξία ισοδύναμης εναλλακτικής λύσης,*** ώστε να μη μπορεί η επιχείρηση να στραφεί σε εναλλακτικές πηγές εφοδιασμού χωρίς να υποστεί σοβαρές οικονομικές θυσίες → Η εξαρτημένη επιχείρηση δεν μπορεί –κατά τις συνθήκες της συγκεκριμένης περίπτωσης και με βάση την αρχή της

καλής πίστης- να επιβιώσει στην αγορά, αν δεν συνεχίσει να είναι πελάτης ή προμηθευτής της επιχείρησης από την οποία εξαρτάται.

- ***Καταχρηστική εκμετάλλευση της σχέσης*** → Η καταχρηστικότητα μπορεί να εκδηλώνεται με την αιφνίδια και χωρίς λόγο διακοπή της σχέσης, με τη μονομερή θέση αυστηρότερων όρων συναλλαγής, με τη δυσμενή διακριτική μεταχείριση, με την εξάρτηση της ανανέωσης ή συνέχισης της σχέσης από νέους δυσβάστακτους όρους κλπ. Σημασία έχει η συμπεριφορά και όχι οι προθέσεις του ενεργούντος, ενώ για την καταχρηστικότητα λαμβάνεται υπόψη ότι η συμπεριφορά αυτή έχει αποτέλεσμα ότι θα θιγεί η ανταγωνιστικότητα της εξαρτημένης επιχείρησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ
ΕΝΝΟΜΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ

§37. Αστική και ποινική προστασία

I. Αστική προστασία:

- ***Αξίωση για παράλειψη*** → Η παράβαση των διατάξεων 1,3, 6-9, 11 και 13 του ν. 146/1914 συνεπάγεται τη γένεση αξίωσης για παράλειψη κατά του προσβολέα· για τη γένεση αξίωσης για παράλειψη αρκεί το αντικειμενικώς παράνομο, δηλ. δεν απαιτείται υπαιτιότητα. Η αξίωση για παράλειψη παρέχεται ως προληπτικό μέτρο σε περίπτωση που υπάρχει κίνδυνος επανάληψης της προσβολής αλλά και επί επικείμενου για πρώτη φορά κινδύνου. Του νόμου μη διακρίνοντος, στην αξίωση για παράλειψη εμπεριέχεται και η *αξίωση για άρση της προσβολής,* η οποία παρέχεται για την αποτροπή διαρκούσης ακόμα παράνομης προσβολής. + άρθρο 10 §1
- ***Αξίωση για αποζημίωση*** → Απαιτούνται παράνομο, υπαιτιότητα, ζημία, αιτιώδης συνάφεια· υπαιτιότητα υπάρχει αν ο προσβολέας γνώριζε ή όφειλε να γνωρίζει ότι η πράξη του αποτελεί προσβολή. Την αξίωση για αποζημίωση μπορεί να ασκήσει μόνο ο προσβληθείς.
- ***Ασφαλιστικά μέτρα (άρθρο 20 ν. 146/1914).***

Η αγωγή κατά αθέμιτης πράξης ανταγωνισμού στρέφεται κατά του προσβολέα και των συνεργών του· αν η πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού τελέστηκε από υπαλλήλους ή αντιπροσώπους, υποχρεούται σε παράλειψη και ο κύριος ή ο διευθυντής της επιχείρησης. Για την ευθύνη του κυρίου της επιχείρησης για αποζημίωση εφαρμόζονται τα ΑΚ 71 και 922.

Για ζητήματα παραγραφής- βλ. άρθρο 19 ν. 146/1914. Σε περίπτωση περιοδικά επαναλαμβανόμενων όμοιων πράξεων, η παραγραφή αρχίζει από την τέλεση της τελευταίας πράξης· η παραγραφή πράξεων που δημιουργούν κατάσταση διαρκούς προσβολής (π.χ. η συνεχής χρησιμοποίηση παράνομου διακριτικού γνωρίσματος) αρχίζει από την περάτωση της κατάστασης που δημιουργεί τη διαρκή προσβολή.

Η άσκηση της αξίωσης μετά από την πάροδο μεγάλου χρονικού διαστήματος μπορεί –με τη συνδρομή ειδικών περιστάσεων- να κριθεί καταχρηστική. Αν ο δικαιούχος γνωρίζει ότι υπάρχει προσβολή αλλά δεν ασκεί τις αξιώσεις του, υπάρχει περίπτωση αποδυνάμωσης του δικαιώματός του· στοιχείο που συνηγορεί υπέρ της αποδυνάμωσης είναι και η δημιουργία της εύλογης πεποίθησης στον τρίτο ότι ο δικαιούχος δεν θα ασκήσει τις αξιώσεις του.

II. Ποινική προστασία: Αξιόποινη είναι η δημοσιοποίηση αναληθών δηλώσεων εν γνώσει της αναλήθειάς τους (άρθρα 4 και 6), η μη τήρηση προκαθορισμένων μονάδων πώλησης (άρθρο 9), η συκοφαντική δυσφήμηση (άρθρο 12), η εν γνώσει χρησιμοποίηση διακριτικών γνωρισμάτων που μπορούν να προκαλέσουν σύγχυση (άρθρο 12) και η κοινοποίηση εμπορικών ή βιομηχανικών απορρήτων (άρθρα 16-18). Η ποινική δίωξη χωρεί μόνο κατ' έγκληση, εκτός από τις περιπτώσεις των άρθρων 6, 8-9· στην περίπτωση του άρθρου 4 μπορεί να ασκήσουν έγκληση και τα κατά το άρθρο 10

εδ. 1 πρόσωπα (άρθρο 21). Σε περίπτωση καταδίκης για παράβαση των άρθρων 4, 6, 8-9, το δικαστήριο μπορεί να διατάξει τη δημοσίευση της απόφασης δια του τύπου, σε περίπτωση δε καταδίκης λόγω παράβασης των άρθρων 12 και 14 εδ. 1, το δικαστήριο υποχρεούται πάντοτε να δώσει άδεια για δημοσίευση της απόφασης (άρθρο 22).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ
ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

§38. Η Οδηγία 2005/29/ΕΚ και τα άρθρα 9α επ. του ν. 2251/1994

Ι. Περιπτώσεις αθέμιτων εμπορικών πρακτικών:

- ***Γενική ρήτρα*** → Μια εμπορική πρακτική είναι αθέμιτη, όταν είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις επαγγελματικής ευσυνειδησίας, και στρεβλώνει ουσιωδώς ή ενδέχεται να στρεβλώσει ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή. Η αντίθεση με την επαγγελματική ευσυνειδησία προκαλείται όταν η εμπορική πρακτική που χρησιμοποιεί ένας έμπορος έρχεται σε αντίθεση με την επαγγελματική συμπεριφορά ενός σωστού επιχειρηματία. Η εμπορική πρακτική μπορεί να είναι αθέμιτη και όταν εκδηλώνεται πριν την εμπορική συναλλαγή, κατά τη διάρκεια αυτής ή και μετασυμβατικά.
- ***Παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές*** → Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική όταν περιλαμβάνει εσφαλμένες πληροφορίες ή όταν παραπλανά ή ενδέχεται να παραπλανήσει το μέσο καταναλωτή, ακόμα και εάν οι πληροφορίες είναι αντικειμενικά ορθές, και τον οδηγεί να λάβει απόφαση συναλλαγής την οποία, διαφορετικά, δεν θα ελάμβανε.
- ***Επιθετικές εμπορικές πρακτικές*** → Ασκούν τέτοιου είδους ψυχολογική ή άλλη πίεση στον καταναλωτή, ώστε να παρεμποδίζεται η ελευθερία συναλλακτικής επιλογής του και να οδηγείται σε αποφάσεις που διαφορετικά δεν θα λάμβανε. + άρθρο 9η ν. 2251/1994.