**Pranešimas žiniasklaidai**

2023-11-29

**Norinčių kopijuoti sėkmingus prekių ženklus netrūksta, svarbu neleisti to daryti**

**Žinomas ir sėkmingas prekių ženklas suteikia gaminiams didelę pridėtinę vertę ir vartotojų pasitikėjimą, todėl nenuostabu, kad neretai tokie prekių ženklai yra kopijuojami, turint vilties, kad nedėmesingas vartotojas juos supainios ir įsigys kito gamintojo prekę. Ginčus dėl prekių ženklų panašumo sprendžiančio Valstybinio patentų biuro ekspertų teigimu, prekių ženklų savininkai turi sekti į rinką ateinančius prekių ženklus, o pastebėję tapačius ar labai panašius nenumoti į tai ranka, o apsaugoti savo prekių ženklą ir tuo pačiu verslą.**

„Prekių ženklo pagrindinė paskirtis – atskirti vieno asmens gaminamas prekes ar teikiamas paslaugas nuo kito asmens gaminamų prekių ar teikiamų paslaugų, tad prekių ženklai suteikia prekei esminę pridėtinę vertę. Dėl šios priežasties prekių ženklų, ir ypač sėkmingų, savininkai turi sekti rinkoje esančius ar dar tik ketinamus registruoti prekių ženklus, ar nėra tapačių arba labai panašių. Pastebėjus galimas jau registruotų prekių ženklų kopijas, reikėtų kreiptis į naujo prekių ženklo savininkus, perspėti juos apie turimas ankstesnes registruotas teises, o nepavykus susitarti – į atitinkamas institucijas dėl savo teisių gynimo“, – komentuoja Valstybinio patentų biuro (VPB) Apeliacinio skyriaus vedėja Asta Virbickienė.

**Reikėtų pateikti protestą**

Jeigu rinkoje atsiradęs tapatus ar panašus į jau anksčiau pareikštą ar registruotą prekių ženklą taip pat siekia būti įregistruotas VPB, paskelbus VPB oficialiame biuletenyje apie tokio ženklo registravimą, galima šį veiksmą užprotestuoti, paduodant motyvuotą rašytinį protestą.

„Prekių ženklo savininkas, norėdamas paduoti protestą dėl kito prekių ženklo registravimo, privalo turėti vieną ar daugiau jam priklausančių ankstesnių galiojančių teisių. Taip pat teikiant tokį protestą būtina nurodyti teisinį pagrindą bei būti įsitikinus, kad abu prekių ženklai yra tapatūs arba panašūs ir yra registruoti tapačioms ar panašioms prekėms ar paslaugoms. Visa tai galima atlikti patiems arba kreiptis į patentinius patikėtinius“, – sako A. Virbickienė.

Vienas iš galimų protesto padavimo teisinių pagrindų yra tikimybės suklaidinti dalį visuomenės egzistavimas, kai vartotojai yra suklaidinami dėl naujai rinkoje atsiradusio prekių ženklo ir įsigyja juo pažymėtų prekių, manydami, kad tai kito gamintojo prekių ženklo gaminiai.

Jeigu vėlesnis prekių ženklas jau yra registruotas VPB, galima paduoti negaliojimo prašymą, o jei vėlesnis prekių ženklas nepertraukiamą 5 metų laikotarpį nebuvo naudojamas Lietuvoje – jo panaikinimo prašymą.

Pasak A. Virbickienės, per paskutinius trejus metus VPB išnagrinėjo 388 ginčus dėl prekių ženklų. Dažniausiai ginčai buvo susiję su prekių ženklų panašumo vertinimu – 239,  61 atveju buvo aiškinamasi, ar vėlesnis ginčijamas ženklas yra panašus į Lietuvos ar Europos Sąjungos reputaciją turintį ankstesnį prekių ženklą, dar 58 atveju ekspertai vertino, ar prekių ženklas turi skiriamąjį požymį.

Jeigu dėl rinkoje naudojamo panašaus prekių ženklo nėra paduota paraiška ir jis nėra įregistruotas VPB, tuomet pašnekovė rekomenduoja kreiptis į Vilniaus apygardos teismą dėl prekių ženklo savininko teisių pažeidimo.

**Panašumas turi būti įrodytas**

Pasak A. Virbickienės, gavę prekių ženklo savininko protestą ar negaliojimo bei panaikinimo prašymą, VPB Apeliacinis skyrius siunčia jį ginčijamo ženklo pareiškėjui, kadangi abi ginčo šalys turi teisę pateikti paaiškinimus, atsikirtimus bei įrodymus, atsižvelgiant į kuriuos yra nagrinėjamas ginčas.

„Jeigu protestas yra tenkinamas, VPB neregistruoja konkurento prekių ženklo. Protestą padavęs asmuo taip apsaugo išimtines teises į savo prekių ženklą. Protestas gali būti patenkintas ir iš dalies, tuomet ginčijamas prekių ženklas yra įregistruojamas daliai prekių ar paslaugų“, – aiškina pašnekovė.

Kaip pavyzdį ji pateikia prieš metus nagrinėtą ginčą, kuomet viena Lenkijos bendrovė, turinti keletą ankstesnių ženklų su elementu „Zubrowka“, kreipėsi dėl Ukrainos bendrovės planų registruoti prekių ženklą „Zubroff“. Protestą pareiškęs suinteresuotas asmuo teigė, kad abu šie prekių ženklai yra labai panašūs, tad šis panašumas klaidins vartotojus. VPB ekspertai, vertindami lyginamų ženklų bendrą suvokimo įspūdį, nustatė, kad jie išties yra panašaus ilgio, didžioji šių žodžių dalis sutampa, žodžiai yra panašūs fonetiškai, kadangi yra identiškai tariama žodžių pradžioje esanti dalis „zubro“, o ir raidės ir garsai „f“ ir „w“ irgi yra pakankamai panašūs. Visa tai leido daryti išvadą, kad prekių ženklai gali kelti panašias asociacijas vartotojams, tad nutarta neregistruoti prekių ženklo „Zubroff“.

Ekspertės teigimu, gana dažnai protestas dėl prekių ženklo panašumo yra atmetamas, nesant pakankamų panašumo požymių, ir tuomet toks ženklas yra įregistruojamas Prekių ženklų registre.

„Būtent taip baigėsi ginčas tarp vienos JAV kompanijos, turinčios registruotą prekių ženklą „Monster“ ir vienos Lietuvos leidyklos, ketinusios registruoti vėlesnį prekių ženklą „Monstropedija“. Nors lyginamuosiuose ženkluose ir sutapo abiejų jų pradžia, tačiau jų struktūra yra visiškai skirtinga, juos sudaro skirtingas skiemenų ir raidžių skaičius, žodžiai skirtingai kirčiuojami, be to, jie abu užrašyti skirtingu šriftu, kas papildomai daro įtaką vizualiam ženklų skirtingumui. Ekspertai konstatavo, kad abiejų prekių ženklų sudaromas bendras suvokimo įspūdis yra pakankamai skirtingas, todėl protestas buvo atmestas ir leista registruoti vėlesnį prekių ženklą“, – pateikia pavyzdį A. Virbickienė.

Ji taip pat primena, kad visais atvejais patys pareiškėjai, ketindami registruoti savo prekių ženklą, turėtų pasitikrinti, ar toks ženklas nepažeidžia trečiųjų asmenų teisių, tai yra, ar rinkoje nėra jau užregistruotų tapačių ar panašių prekių ženklų.

|  |
| --- |
|  |