



ΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΣΗΜΑ-ΕΠΩΝΥΜΙΑ-ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Επιβλέπων:
Μαργώνης Δημήτριος

Επιμέλεια:
Ζαβέρδα Ευφροσύνη
Σιδέρη Χαραλαμπία

ΠΡΕΒΕΖΑ 2010

Εισαγωγή – Επιχείρηση



A. Έννοια

Η κάθε εμπορική επιχείρηση αποτελείται από ποικίλα στοιχεία, η κατανομή των οποίων διαφέρει από επιχείρηση σε επιχείρηση. Η έννοια λοιπόν της επιχείρησης είναι σύνθετη και θα πρέπει ν' αναλυθεί από νομική και οικονομική άποψη.

Από οικονομική άποψη, επιχείρηση είναι η οικονομική μονάδα παραγωγής, η οποία λειτουργεί στα πλαίσια του κεφαλαιοκρατικού συστήματος. Από τον ορισμό αυτό προκύπτει ότι το βασικό χαρακτηριστικό στοιχείο της επιχείρησης είναι η ανάληψη του κινδύνου στον οποίο συνεπάγεται ο συστηματικός συνδυασμός των συντελεστών της παραγωγής αγαθών και η διάθεση αυτών προς κάλυψη των αναγκών του ανθρώπου καθώς και η επιδίωξη του μέγιστου δυνατού κέρδους. Το κέρδος είναι ο κύριος σκοπός και κίνητρο της επιχείρησης. Εκτός από την μεγιστοποίηση των κερδών ή πωλήσεων, η επιχείρηση επιδιώκει να πραγματοποιεί περισσότερους από έναν στόχους. Όπως, για παράδειγμα, να επεκτείνει τις δραστηριότητές της τόσο στα πλαίσια της χώρας στην οποία εδρεύει όσο και σε παγκόσμια κλίμακα. Από την οικονομική δραστηριότητα της επιχείρησης δημιουργούνται ποικίλες σχέσεις, δικαιώματα και πραγματικές καταστάσεις με περιεχόμενο περιουσιακό.

Από νομική πλευρά η επιχείρηση ταυτίζεται περίπου με την «επαγγελματική περιουσία» του εμπόρου ή βιομηχάνου, το τμήμα δηλαδή της περιουσίας του που είναι αφιερωμένο στην επιδίωξη και εξυπηρέτηση των επιχειρηματικών του στόχων.

Η επιχείρηση αυτή περιλαμβάνει τόσο ενσώματα όσο και ασώματα στοιχεία.

α) Ενσώματα στοιχεία

Πρόκειται περί συνόλου ενσώματων αντικειμένων στα οποία περιλαμβάνονται τα ακίνητα πράγματα της επιχείρησης, όπως έπιπλα, σκεύη, αυτοκίνητα, μηχανήματα, εργαλεία, πρώτες ύλες και εμπορεύματα. Υποστηρίζεται ότι τα ακίνητα, όπως κτίρια, οικόπεδα δεν αποτελούν στοιχεία της νομικής έννοιας της επιχείρησης λόγω του ότι εξαιρούνται από την διαδικασία του εμπορίου.

β) Ασώματα στοιχεία

Τα στοιχεία αυτά είναι, από νομική άποψη, τα σημαντικότερα της επιχείρησης. Τα κυριότερα από αυτά είναι η πελατεία, τα δικαιώματα της επωνυμίας, του διακριτικού τίτλου, των σημάτων, της ευρεσιτεχνίας, της προστασίας κατ' αθέμιτου ανταγωνισμού, οι άδειες εκμεταλλεύσεως, οι φορολογικές απαλλαγές, η καλή φήμη και η οργάνωση. Στα στοιχεία αυτά στηρίζεται κυρίως η αξία της

επιχείρησης και δεν είναι δυνατόν από περιουσιακή άποψη να υπολογιστούν ακριβώς.

Το ζήτημα για την νομική φύση της επιχείρησης εξετάζεται συνεχώς από την επιστήμη του εμπορικού δικαίου. Διάφορες θεωρίες έχουν αναπτυχθεί για την οικονομική έννοια της εμπορικής επιχείρησης.

Κατά μια θεωρία, η επιχείρηση είναι υποκείμενο δικαιωμάτων και υποχρεώσεων. Έχει, δηλαδή ικανότητα δικαίου και αποτελεί νομική προσωπικότητα. Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, η επιχείρηση έχει ίδια υπόσταση και δράση ανεξάρτητα αν ο φορέας της είναι φυσικό ή νομικό πρόσωπο, ίδια περιουσία και ίδια κατοικία. Η επιχείρηση, εφ' όσον έχει περιουσιακή αξία, μπορεί να γίνει αντικείμενο συναλλαγής, δηλαδή να μεταβιβαστεί, να εκμισθωθεί, να κατασχεθεί.

Η έννοια τη επιχείρησης καλύπτει κάθε οικονομική δραστηριότητα, ανεξάρτητα αν έχει ως μοναδικό σκοπό το κέρδος ή αν τελικά πετυχαίνει το σκοπό αυτό. Ιδιαίτερη σημασία έχει η εμπορική εγκατάσταση, ο τόπος δηλαδή όπου ασκείται η επιχειρηματική δραστηριότητα, συχνά μάλιστα, εκτός από την κύρια εγκατάσταση, η επιχείρηση δημιουργεί και δευτερεύουσες εγκαταστάσεις, τα υποκαταστήματα τα οποία είναι σε εξάρτηση από την κύρια εγκατάσταση, χωρίς τα δικά τους κεφάλαια να είναι υποχρεωμένα να ακολουθούν τις κατευθύνσεις τις.

Η επιχείρηση προστατεύεται με μια σειρά από κανόνες, πολλοί από τους οποίους έχουν θεσπιστεί από διεθνείς συμβάσεις, που στην συνέχεια η Ελλάδα κύρωσε και υιοθέτησε ως εσωτερικό της δίκαιο, όπως για παράδειγμα η περίφημη Σύμβαση της Ένωσης των Παρισίων του 1883 που κατ' επανάληψη στη συνέχεια αναθεωρήθηκε και τροποποιήθηκε. Από την Ελλάδα κυρώθηκε ήδη για πρώτη φορά με το Π.Δ της 1/8 Σεπτεμβρίου 1924.

Έτσι σύμφωνα με τον νόμο 703, ως επιχείρηση θεωρήθηκε και η εκδοτική επιχείρηση εφημερίδων παρά τις ιδιαιτερότητες που έχει και την ποικιλόμορφη κρατική βοήθεια. Επιχειρήσεις, υπό την έννοια των άρθρων 1 και 2 του νόμου 703 είναι και οι δημόσιες επιχειρήσεις ή επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας (άρθρο 5 του νόμου 703), ως ΔΕΗ, ΟΤΕ και ως και τα ελεύθερα επαγγέλματα. Αντικείμενο της οικονομικής δραστηριότητας είναι τόσο η παραγωγή και η εμπορία προϊόντων όσο και η παροχή υπηρεσιών. Το μέγεθος της επιχειρήσεως είναι αδιάφορο, γι' αυτό «επιχείρηση» είναι και ο εφευρέτης που απλώς χορήγησε άδεια εκμεταλλεύσεως της εφευρέσεως του σε τρίτο. Επίσης είναι αδιάφορος ο αστικός ή εμπορικός χαρακτήρας αφού και οι επιχειρήσεις γεωργικές, εξορυκτικές, κτηνοτροφικές εμπλέκονται στις διατάξεις των άρθρων 1 και 2. Δραστηριότητες που ασκούνται

μόνο για την κάλυψη προσωπικών αναγκών ή κατά παροχή εξαρτημένης εργασίας δεν συνιστούν όμως την έννοια της επιχειρήσεως.

Το σύνολο των θεσμών που έχουν ως στόχο την προστασία της επιχείρησης ονομάζεται εμπορική βιομηχανική ιδιοκτησία. Οι κυριότεροι θεσμοί της είναι τα διακριτικά γνωρίσματα της επιχείρησης, τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας και ο αθέμιτος ανταγωνισμός.

B. Διακριτικά γνωρίσματα της επιχείρησης

Τα διακριτικά γνωρίσματα είναι μέσα εξατομικεύσεως. Το αντικείμενο που εξατομικεύουν είναι το πρόσωπο, η επιχείρηση, τα εμπορεύματα και τα έργα του λόγου και της τέχνης. Με τα διακριτικά γνωρίσματα, επιδιώκεται η εξατομίκευση της επιχείρησης στις συναλλαγές, καθώς επίσης η προσέλκυση αλλά και συγκράτηση της πελατείας. Προϋπόθεση κατά συνέπεια είναι να είναι διαφορετικά από τα αντίστοιχα των ομοειδών επιχειρήσεων. Για τον λόγο αυτό, είναι απαραίτητο να έχουν το χαρακτήρα του ιδιαίτερου, του πρωτότυπου και του ευδιάκριτου. Είναι δυνατόν να μεταβιβαστούν είτε μόνα τους, είτε με την επιχείρηση, εκτός εάν υπάρχει αντίθετη σχετική διάταξη, όπως για παράδειγμα στην περίπτωση του σήματος. Ο νόμος τα προστατεύει με ειδικές διατάξεις που πολλές φορές είναι ιδιαίτερα αυστηρές. Πρόκειται για την επωνυμία, το σήμα, τον διακριτικό τίτλο της επιχείρησης, το έμβλημα, τη συσκευασία των προϊόντων, τον ιδιαίτερο σχηματισμό τους και την ιδιαίτερη διακόσμηση τους.

Τα διακριτικά γνωρίσματα διακρίνονται, λόγω της μεγάλης ποικιλίας αντικειμένων τα εξατομικεύουν, σε διακριτικά γνωρίσματα επιχειρήσεως και σε διακριτικά γνωρίσματα εμπορευμάτων.

- **Διακριτικά γνωρίσματα επιχειρήσεως** είναι εκείνα που προορίζονται να διακρίνουν την επιχείρηση στο σύνολο της και να την ξεχωρίσουν από άλλες επιχειρήσεις.
- **Διακριτικά γνωρίσματα εμπορευμάτων** είναι εκείνα τα οποία προορίζονται να δηλώσουν την προέλευση ενός εμπορεύματος από ορισμένη επιχείρηση και να το διακρίνουν από εμπορεύματα άλλων επιχειρήσεων.

Κοινά χαρακτηριστικά των διακριτικών γνωρισμάτων είναι:

- α) Δημιουργούν δικαιώματα αποκλειστικότητας
- β) Το προβάδισμα προστασίας τους καθορίζεται βάση της αρχής της προτεραιότητας. Η προτεραιότητα άλλοτε καθορίζεται

με ουσιαστικά κριτήρια όπως είναι η χρησιμοποίηση και η καθιέρωση του διακριτικού γνωρίσματος στις συναλλαγές και άλλοτε με το τυπικό κριτήριο της καταθέσεως.

γ) Το διακριτικό γνώρισμα προστατεύεται για την νομιμοποιούμενη έναντι του παραβάτη χρήση.

δ) Όλα τα διακριτικά γνωρίσματα συνδέονται με μια εν ζωή επιχείρηση και δεν μπορούν να μεταβιβαστούν χωρίς αυτή.

ε) Κοινή ελάχιστη προϋπόθεση προστασίας όλων των διακριτικών γνωρισμάτων, σε σχέση με την λειτουργία και το περιεχόμενό τους, είναι η ύπαρξη διακριτικής δυνάμεως και να είναι αληθινή δηλαδή να μην είναι παραπλανητικά υπό την έννοια του άρθρου 3 ν.146/1914

Κεφάλαιο 1^ο

Εμπορικά Σήματα



ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΗΜΑΤΑ

1.1 Έννοια

Πολλές φορές στη μακρόχρονη πορεία μιας επιχείρησης αποδεικνύεται ότι σημαντικό κεφάλαιο αυτής αποτελεί και το σήμα της. Λανθασμένα θεωρείται από πολλούς ότι το σήμα μιας επιχείρησης είναι η επωνυμία ή ο διακριτικός της τίτλος. Αρκετές φορές βέβαια, μπορεί το σήμα μιας επιχείρησης να ταυτίζεται με την επωνυμία ή το διακριτικό της τίτλος, αλλά πολλές φορές μπορεί αυτό να διαφέρει. Λανθασμένα επίσης θεωρούν οι περισσότεροι επιχειρηματίες ότι κατοχυρώνοντας την επωνυμία ή το διακριτικό τίτλο της επιχείρησής τους στο οικείο Επιμελητήριο έχουν κατοχυρώσει και το σήμα της.

Σήμα, σύμφωνα με το νόμο, θεωρείται κάθε σημείο, λέξη, απεικόνιση ή και συνδυασμός τους, που έχει ως προορισμό τον προορισμό της προέλευσης των προϊόντων από ορισμένη βιομηχανική, γεωργική ή κτηνοτροφική επιχείρηση, καθώς και των αντικειμένων εμπορίας από ορισμένη εμπορική επιχείρηση. Επίσης ως σήμα θεωρείται και ο τίτλος εφημερίδας ή περιοδικού.

Το σήμα, λοιπόν, που διακρίνει τα προϊόντα μιας επιχείρησης είναι ένα διακριτικό γνώρισμα διαφορετικό τόσο από την επωνυμία που διακρίνει τον φορέα της, όσο και από τον διακριτικό τίτλο, που αφορά το κατάστημα. Παρ' όλα αυτά, είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθεί τόσο η επωνυμία όσο και ο διακριτικός τίτλος ως σήμα, με την προϋπόθεση ότι θα τηρηθούν οι προϋποθέσεις που προβλέπει ο νομοθέτης για την απόκτηση δικαιώματος στο σήμα. Η διακριτική ικανότητα, αναφέρεται στην ικανότητα του σήματος να εξατομικεύει ένα συγκεκριμένο προϊόν από άλλα όμοια προϊόντα. Αποτελεί δηλαδή βασικό εννοιολογικό στοιχείο του σήματος. Αλλά και η λειτουργία προελεύσεως είναι απαραίτητο εννοιολογικό στοιχείο του σήματος. Παρέχει στο καταναλωτικό κοινό τις πληροφορίες ότι όλα τα εμπορεύματα που έχουν το συγκεκριμένο σήμα, προέρχονται πάντα από την ίδια επιχείρηση και επομένως, έχουν ορισμένες ιδιότητες, οι οποίες ικανοποιούν καλύτερα τις ανάγκες του κοινού. Αυτό δεν σημαίνει ότι ο φορέας της επιχείρησης είναι υποχρεωμένος να προσδίδει τις ίδιες ιδιότητες στο προϊόν της επιχειρήσεως του.

Επίσης το σήμα εκτελεί και λειτουργία διαφημιστική. Όταν τα προϊόντα προσφέρονται στην αγορά με εντυπωσιακά διαμορφωμένα σήματα, από τις διάφορες επιχειρήσεις, τα οποία αφορούν την τιμή, την ποιότητα, την ποσότητα και την ομοιόμορφη

συσκευασία τους. Πάντως η κύρια χαρακτηριστική λειτουργία του σήματος είναι η λειτουργία προελεύσεως. Οι υπόλοιπες λειτουργίες είναι βοηθητικές.

Η χρήση του σήματος είναι κατά κανόνα προαιρετική. Η επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιεί για την διάκριση των εμπορευμάτων τις ενδείξεις, οι οποίες δεν έχουν κατατεθεί ως σήματα. Οι ενδείξεις που δεν έχουν κατατεθεί προστατεύονται μόνο από τον νόμο περί αθέμιτου ανταγωνισμού. Εξάλλου, η προστασία του σήματος αναφέρεται σε όμοια προϊόντα, ακόμη και αν πρόκειται για σήμα μεγάλης φήμης.

Ειδικά σήμερα με την πληθώρα των καταναλωτικών αγαθών που παράγουν οι βιομηχανίες και οι βιοτεχνίες, καθώς και με την προσφορά των πολυάριθμων υπηρεσιών που περιέχουν οι ποικίλες επιχειρήσεις, καθίσταται αναγκαία η διάκριση των προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρουν κι αυτό διασφαλίζεται μόνο με τα σήματα.

Έτσι το σήμα αποβαίνει ένα εργαλείο, πολύ σημαντικό στα χέρια του επιχειρηματία και του εμπόρου, για να διεγείρει την προσοχή, του καταναλωτή στο προϊόν που του προσφέρει και συνακόλουθα να διακριθεί στην αγορά και να την κατακτήσει, αποκτώντας νέους πελάτες και συγκρατώντας παλιούς. Ως φορέας εμπορικής αξίας το σήμα δημιουργεί έναν ισχυρό δεσμό με το προϊόν ή την υπηρεσία που διακρίνει, επιβοηθώντας τον επιχειρηματία – φορέα του να αναπτύξει τη δραστηριότητα του και να ανταγωνιστεί τις ομοειδείς επιχειρήσεις. Αυτή τη δυναμική που έχει το εμπορικό σήμα, αποτελώντας θεμέλιο του ανταγωνισμού στην οικονομία της αγοράς, η επιχείρηση οφείλει να τη γνωρίσει και να την εκμεταλλευθεί στο έπακρον όχι μόνο σε εθνικό, αλλά και σε κοινοτικό και σε διεθνές επίπεδο.

Κατ' αρχάς με το «στήσιμο» της επιχείρησης, η κατοχύρωση του σήματός της πρέπει να γίνεται σε εθνικό επίπεδο. Η σχετική διοικητική διαδικασία γίνεται στο Υπουργείο Ανάπτυξης (Γεν. Γραμ. Εμπορίου-Πλατεία Κάνιγγος-Αθήνα) δια πληρεξουσίου δικηγόρου, ο οποίος θα ενημερώσει τον πελάτη του για τα σημεία που κατά το νόμο δεν μπορούν να αποτελέσουν σήμα, όπως π.χ. είναι οι υβριστικές λέξεις, οι δηλωτικές του προϊόντος, της ποιότητας, της ποσότητας, της αξίας, της γεωγραφικής προέλευσης, οι κοινόχρηστες λέξεις κ.λ.π., στη συνέχεια θα ελέγξει την ύπαρξη όμοιων ή παρόμοιων προγενέστερων σημάτων και τελικά θα προβεί στην κατάθεση του σήματος, το οποίο τελικά θα εγκρίνει η Διοικητική Επιτροπή Σημάτων (Δ.Ε.Σ.), που εποπτεύεται από τον Υπουργό Ανάπτυξης.

Το σύστημα κατοχύρωσης εμπορικών σημάτων που ισχύει στη Χώρα μας παρέχει εγγυήσεις στους δικαιούχους, αφενός γιατί το Υπουργείο Ανάπτυξης προβαίνει σε αυτεπάγγελτη έρευνα στα προγενέστερα ισχύοντα σήματα, έτσι ώστε να μην εγκρίνονται όμοια ή παρόμοια με αυτά και αφετέρου γιατί ο νόμος προβλέπει τη δυνατότητα ελέγχου της ορθότητας των αποφάσεων της Δ.Ε.Σ. από τα Διοικητικά Δικαστήρια της Αθήνας.

Με τη καταχώρηση του σήματός του ο επιχειρηματίας μπορεί να εναντιωθεί αποτελεσματικά σε κάθε τρίτο που προσβάλλει το σήμα του στην αγορά, προσκομίζοντας στο Δικαστήριο αντίγραφο του σήματός του από τα Βιβλία Σημάτων που τηρούνται στο Υπουργείο Ανάπτυξης.

Αλλά και όταν ακόμα η δραστηριότητα μιας επιχείρησης ξεπεράσει τα ελληνικά σύνορα, δίνεται η δυνατότητα στους έλληνες επιχειρηματίες καταθέτοντας μια αίτηση στη Χώρα τους, αποφεύγοντας πολυδάπανες και πολύπλοκες διαδικασίες με την αναζήτηση πληροφοριών και δικηγόρων για κατοχύρωση των σημάτων τους στο εξωτερικό, να πετυχαίνουν την καταχώρηση αυτών σε κοινοτικό (27 χώρες) ή διεθνές επίπεδο (78 χώρες).

Δεν είναι τυχαίο ότι τόσο οι χώρες – μέλη του Παγκόσμιου Οργανισμού Διανοητικής Ιδιοκτησίας (W.I.P.O.), όσο και τα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης ίδρυσαν αυτόνομα γραφεία, όπως είναι το Διεθνές και το Κοινοτικό Γραφείο Σημάτων (ΟΗΙΜ) και επικύρωσαν διεθνείς συνθήκες (Σύμβαση των Παρισίων, Πρωτόκολλο της Μαδρίτης, ΤLΤ, και άλλες) για να διασφαλίσουν ένα ευέλικτο και αποτελεσματικό συγχρόνως σύστημα κατοχύρωσης και προστασίας εμπορικών σημάτων σε παγκόσμιο και ευρωπαϊκό επίπεδο.

1.2 Είδη Σημάτων¹

Τα σήματα με βάση τη μορφή εμφανίσεως ή τον προορισμό τους διακρίνονται σε διάφορα είδη ως εξής:

- **Λεκτικά και εικαστικά σήματα**

Τα λεκτικά σήματα σχηματίζονται με μία ή περισσότερες λέξεις, οι οποίες μπορεί να είναι φανταστικές ή το όνομα και η επωνυμία του δικαιούχου. Εμφανίζονται στις συναλλαγές ηχητικά, οπτικά ή εννοιολογικά. Ο ηχητικός παράγοντας είναι ο σπουδαιότερος για την διαφημιστική λειτουργία του σήματος. Οι

1

http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C_%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%B1#.CE.9C.CE.B5.CF.84.CE.B1.CE.B2.CE.AF.CE.B2.CE.B1.CF.83.CE.B7_.CF.83.CE.AE.CE.BC.CE.B1.CF.84.CE.BF.CF.82

διαφημιστικές φράσεις προστατεύονται, ως σήμα, μόνο όταν έχουν διακριτική ικανότητα. Αυτό ισχύει για τα γράμματα, αριθμούς ή συνδυασμό αυτών.

Τα εικαστικά σήματα σχηματίζονται από παραστάσεις, ασπρόμαυρες ή έγχρωμες, συγκεκριμένες, φανταστικές ή αφηρημένες, οι οποίες έχουν διακριτικότητα. Ως εικαστικά σήματα χαρακτηρίζονται και γράμματα, αριθμοί ή λέξεις, εφ' όσον το επικρατές στοιχείο σ' αυτά είναι η απεικόνιση.

- **Εμπορικά και βιομηχανικά σήματα**

Το εμπορικό σήμα προσδιορίζει τη προέλευση του εμπορεύματος από μία συγκεκριμένη επιχείρηση η οποία δεν παράγει το συγκεκριμένο εμπόρευμα αλλά απλά τα εμπορεύεται. Το βιομηχανικό σήμα προσδιορίζει αν το εμπόρευμα προέρχεται από βιομηχανική, γεωργική ή κτηνοτροφική επιχείρηση. Επομένως, εμπορικό και βιομηχανικό σήμα μπορεί να συνυπάρξουν στο ίδιο εμπόρευμα.

- **Ατομικά και συλλογικά σήματα**

Τα ατομικά σήματα προορίζονται να διακρίνουν εμπορεύματα από μία επιχείρηση της οποίας ο δικαιούχος είναι είτε φυσικό είτε νομικό πρόσωπο. Αντίθετα, τα συλλογικά σήματα προορίζονται να διακρίνουν εμπορεύματα από μία επιχείρηση της οποίας ο δικαιούχος είναι μόνο νομικό πρόσωπο. Τα συλλογικά σήματα χρησιμεύουν για την διάκριση των εμπορευμάτων για τα μέλη του νομικού προσώπου.

- **Σήματα πρόνοιας και αμυντικά σήματα**

Το σήμα πρόνοιας υπάρχει όταν ο δικαιούχος του σήματος έχει την πρόθεση να το χρησιμοποιήσει στο μέλλον μόλις κυκλοφορήσει το εμπόρευμα ή όταν η επιχείρηση επεκτείνει τις δραστηριότητες της. Σήμα πρόνοιας υπάρχει επίσης όταν ο δικαιούχος σταμάτησε να χρησιμοποιεί το σήμα για μικρό διάστημα και έχει σκοπό να το ξαναχρησιμοποιήσει.

Αντίθετα τα αμυντικά σήματα δεν προορίζονται για μελλοντική χρήση. Έχουν ως σκοπό τη παράταση προστασίας του ήδη χρησιμοποιημένου σήματος σε σχέση με τα νέα παρόμοια σήματα.

Εκτός από τα παραπάνω σήματα υπάρχουν και άλλα τα οποία δεν καταχωρούνται ως σήματα από τον νόμο. Αυτά είναι τα σήματα υπηρεσιών, τα σήματα συνδεδεμένων επιχειρήσεων και τα σήματα ποιότητας.

- **Επωνυμικό σήμα**

Είναι το σήμα που διακρίνει το σύνολο των προϊόντων ή υπηρεσιών που προέρχονται ή θα προέλθουν από την επιχείρηση από μία επιχείρηση(το σήμα αυτό δεν αναγνωρίζεται από το δίκαιό μας. Το σήμα, κατά το δίκαιό μας, διακρίνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες για τις οποίες έχει κατατεθεί. Έτσι, ο καταθέτης, οφείλει να καταθέτει το κατάλογο των προϊόντων ή υπηρεσιών, τα οποία το σήμα πρόκειται να διακρίνει).

- **Σήματα σειράς**

Περισσότερα σήματα που έχει καταθέσει ο ίδιος φορέας για διάφορα προϊόντα και που έχουν ως βάση κοινό θέμα, τον ίδιο κορμό.

- **Κύρια σήματα και σήματα είδους**

Πολλές επιχειρήσεις, εκτός από ένα κύριο σήμα, (το οποίο συναρτά τα προϊόντα που διακρίνει με την επιχείρηση του φορέα του), χρησιμοποιούν και δεύτερα σήματα για να διακρίνουν τον τύπο των προϊόντων τους, έτσι ώστε να διακρίνονται αυτά από τα άλλα παρόμοια, συνήθως, προϊόντα που προσφέρει η ίδια η επιχείρηση και όχι από παρόμοια προϊόντα άλλων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων.

- **Συνδεδεμένα σήματα**

Περισσότερα σήματα χρησιμοποιούνται από μία επιχείρηση ως μια ενότητα. Αυτό βέβαια συμβαίνει ακόμα κι όταν μια επιχείρηση αγοράσει το σήμα μιας άλλης και το χρησιμοποιήσει παράλληλα με το δικό της.

- **Σήμα συνδεδεμένων επιχειρήσεων**

Σε περίπτωση περισσότερων επιχειρήσεων που έχουν συνασπιστεί υπό ενιαία διοίκηση, η ένδειξη που χρησιμοποιεί ένα μέλος της ένωσης μπορεί να έχει καθιερωθεί στις συναλλαγές ως διακριτικό γνώρισμα που προσδιορίζει την προέλευση των προϊόντων από τις συνδεδεμένες επιχειρήσεις ως ενότητας.

- **Σήματα ποιότητας**

Σκοπός των σημάτων αυτών είναι η πιστοποίηση ότι τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που τα φέρουν, διαθέτουν ένα επίπεδο ποιότητας, το οποίο είναι σύμφωνο με τις απαιτήσεις εθνικών ή διεθνών προτύπων.

1.3 Διάκριση με βάση τη διακριτική δύναμη του σήματος

Με βάση τη διακριτική τους δύναμη τα σήματα διακρίνονται: σε συνήθη, ασθενή και ισχυρά μεταξύ των οποίων ιδιαίτερη σημασία έχουν τα σήματα φήμης. Η διάκριση αυτή γίνεται σε στενή σχέση με τον κίνδυνο σύγχυσης. Όσο ισχυρότερη διακριτική δύναμη έχει ένα σήμα τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος σύγχυσης στον οποίο εκτίθεται και το αντίστροφο. Γι' αυτό οι ανταγωνιστές οφείλουν να κρατούν μεγαλύτερη απόσταση από τα ισχυρότερα παρά από τα ασθενέστερα διακριτικά γνωρίσματα. Όσο εντονότερος είναι ο διακριτικός χαρακτήρας ενός σήματος, τόσο ευρύτερη είναι η προστασία του. Ειδικότερα:

1. Τα **συνήθη** σήματα έχουν διακριτική δύναμη και απολαμβάνουν συνήθη προστασία. Η απόσταση που οι ανταγωνιστές οφείλουν να τηρούν από αυτά είναι συνήθης.
2. Στα **ασθενή** σήματα ο κίνδυνος σύγχυσης αποτρέπεται με μικρές μόνο παραλλαγές. Τα διακριτικά αυτά γνωρίσματα, μερικές φορές, επιχειρείται να ισχυροποιηθούν με την προσθήκη ενδείξεων χωρίς διακριτική δύναμη. Πάντως, η ένδειξη που δεν έχει από μόνη της διακριτική δύναμη δεν προστατεύεται. Παραμένει, κατ' αρχή, ελεύθερη, ώστε να χρησιμοποιηθεί από κάθε ενδιαφερόμενο.
3. Τα **ισχυρά** σήματα έχουν διακριτική δύναμη που ξεπερνά τα συνήθη. Και την έχουν είτε αυτοδύναμα, δηλαδή από την αρχή, είτε ως επίκτητη, δηλαδή λόγω χρησιμοποίησης και καθιέρωσης τους στις συναλλαγές, όπως είναι κυρίως τα σήματα φήμης. Τα ισχυρά διακριτικά γνωρίσματα, συγκριτικά με τα συνήθη, έχουν ευρύτερο πεδίο προστασίας, αφού και μικρή έστω ομοιότητα μπορεί να δημιουργήσει κίνδυνο σύγχυσης.
4. Σήματα φήμης είναι οι ενδείξεις, που κατά τις αντιλήψεις της ελληνικής αγοράς, συγκεντρώνουν τα στοιχεία της: α) Ιδιαιτερότητας (Eigerart), που συγκεντρώνουν συνήθως τα φανταστικά διακριτικά γνωρίσματα, β) Μοναδικότητας (Alleinstellung, Einmaligkeit) που αξιώνει η ένδειξη να έχει επιλεγεί και να χρησιμοποιείται προς διάκριση ενός μόνο προϊόντος και έτσι να μην έχει φθαρεί από τη χρήση του σε ανάμοια προϊόντα ή υπηρεσίες, γ) Υψίστου βαθμού επικράτησης στις συναλλαγές. Ειδικότερα, απαιτείται η σχετική ένδειξη να έχει γίνει γνωστή και έξω από το σχετικό κύκλο των καταναλωτών, δ) της ιδιαίτερης εκτίμησης στις συναλλαγές (Wertschaetzung). Η εκτίμηση του κοινού σφυρηλατείται συνήθως από την ποιότητα των διακρινόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών, την ηλικία του

σήματος, το μέγεθος της επιχείρησης, τον αριθμό των κυκλοφορούντων προϊόντων κτλ.

1.4 Διαδικασίες για την απόκτηση δικαιώματος στο Σήμα

Το δικαίωμα για την χρησιμοποίηση ενός σήματος αποκτάται από κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο με την κατάθεση του σήματος στο Υπουργείο Εμπορίου, στο τμήμα Σημάτων και την δικαστική παραδοχή του.

Η διαδικασία καταθέσεως του σήματος περιλαμβάνει την υποβολή δηλώσεως στο τμήμα σημάτων του Υπουργείου Εμπορίου και η σύνταξη εκθέσεως, σχετικά με την κατάθεση της δηλώσεως, η οποία βιβλιοδετείται σε ειδικό βιβλίο, διαφορετικό για τα ημεδαπά και αλλοδαπά σήματα.

Η δήλωση υποβάλλεται σε τέσσερα αντίγραφα και περιέχει:

- α) Αίτηση για καταχώρηση σήματος.
- β) Ανατύπωση του σήματος.
- γ) Ονοματεπώνυμο, κατοικία και επάγγελμα του καταθέτη και επί νομικών προσώπων επωνυμία και έδρα.
- δ) Κατάλογο των προϊόντων ή υπηρεσιών τα οποία το σήμα πρόκειται να διακρίνει, ταξινομημένα κατά κλάση με αναγραφή της οικίας κλάσεως κατά ομάδα προϊόντων.
- ε) Διορισμό πληρεξούσιου δικηγόρου και αντικλήτου, οι οποίοι νομιμοποιούνται με την αναγραφή του ονόματός τους στη δήλωση.
- στ) Ημερομηνία της προγενέστερης κατάθεσης, εάν διεκδικείται προτεραιότητα ως και την χώρα στην οποία έχει γίνει αυτή.
- ζ) Υπογραφή του πληρεξούσιου δικηγόρου.
- η) Αν το σήμα είναι ηχητικό, γίνεται ειδική αναφορά στη δήλωση.
- θ) Αν ζητείται έγχρωμη καταχώρηση, γίνεται ειδική αναφορά στη δήλωση.

Η δήλωση συνοδεύεται από:

α) Δέκα αντίτυπα του σήματος, στη περίπτωση δε έγχρωμης και δέκα έγχρωμα συνθέσεως του σήματος αντίτυπά του.

Τόμος _____	
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΜΗΜΑ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΣΗΜΑΤΩΝ ΔΗΛΩΣΗ ΗΜΕΔΑΠΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ	
Αριθμός Σήματος _____	
Ημερομηνία _____	Ώρα _____
Δικαιούχος (ονοματεπώνυμο ή επωνυμία)	
Κατοικία ή έδρα (οδός, αριθμός, πόλη, Τ.Κ.)	
Πληρεξούσιος Δικηγόρος	
Αντίκλητος	
Ημερομηνία δικασίμου Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων _____	
<input type="checkbox"/> λεκτικό	
<input type="checkbox"/> απεικόνιση	
<input type="checkbox"/> αριθμός	
<input type="checkbox"/> ηχητικό	
<input type="checkbox"/> συσκευασία ή σχήμα	
<input type="checkbox"/> με ορισμένη έγχρωμη σύνθεση	
<input type="checkbox"/> συλλογικό	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	

β) Πέντε αντίγραφα του καταλόγου των προς διάκριση προϊόντων ή υπηρεσιών.

γ) Παράβολο του Δημοσίου για την καταβολή των νόμιμων δικαιωμάτων αυτού.

δ) Πληρεξούσιο έγγραφο για κατάθεση σημάτων, με απλή υπογραφή του καταθέτη.

Αν έχουν τηρηθεί οι παραπάνω διατυπώσεις, η δήλωση συντάσσεται σε ειδικό έντυπο, η μορφή και το περιεχόμενο του οποίου καθορίζεται με απόφαση του Υπουργού Εμπορίου. Με την κατάθεση της δήλωσης αναγράφεται σε αυτήν η ημερομηνία, η ώρα της υποβολής της και ο αριθμός αυτής, υπογράφεται δε αρμοδίως. Δηλώσεις που δεν τηρούν τους παραπάνω όρους δεν γίνονται δεκτές από την υπηρεσία. Αν η δήλωση, που κατατέθηκε, περιέχει ελλείψεις ή λάθη, ειδοποιείται ο καταθέτης με έγγραφο ως απόδειξη παραλαβής ή με δικαστικό επιμελητή, ο οποίος πρέπει να τα διορθώσει εντός προθεσμίας δεκαπέντε ημερών. Εάν οι ελλείψεις δεν καλυφθούν ή τα λάθη δεν διορθωθούν εμπρόθεσμα, η δήλωση παραπέμπεται στην Διοικητική Επιτροπή Σημάτων όπως έχει.

Για την παραδοχή της δηλώσεως καταχωρήσεως σήματος αποφασίζει η Διοικητική Επιτροπή Σημάτων. Δικαίωμα προσφυγής κατά των αποφάσεων της επιτροπής αυτής έχουν και τα εμπορικά, βιομηχανικά, επαγγελματικά και βιοτεχνικά επιμελητήρια. Η Διοικητική Επιτροπή Σημάτων αποφασίζει, επίσης για κάθε αμφισβήτηση, που προκύπτει μεταξύ της αρμόδιας υπηρεσίας και των καταθετών ή δικαιούχων σήματος. Οι αποφάσεις της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων, των τακτικών διοικητικών δικαστηρίων και του Συμβουλίου της Επικρατείας σημειώνονται στο ειδικό βιβλίο. Όταν το σήμα γίνει δεκτό με αμετάκλητη απόφαση, σημειώνονται στο ειδικό βιβλίο η λέξη «κατεχωρήθη» με τις τυχόν μεταβολές ως προς τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες στα οποία αναφέρεται το σήμα. Η πράξη καταχωρίσεως χρονολογείται και υπογράφεται από τον αρμόδιο.

Το ειδικό βιβλίο είναι δημόσιο. Αντίγραφα ή αποσπάσματα των εγγραφών παρέχονται σε κάθε αιτούντα. Αντίγραφα ή αποσπάσματα για το σήμα που έχει καταχωρηθεί παρέχεται στο δικαιούχο ατελώς.

Περιλήψεις που δέχονται το σήμα δημοσιεύονται εντός μηνός από την δημοσίευση της αποφάσεως, στο Δελτίο Εμπορίου και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας της Εφημερίδας της Κυβερνήσεως. Η περίληψη περιέχει το σήμα, το ονοματεπώνυμο, το επάγγελμα και την κατοικία του δηλούντος, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες προς διάκριση των οποίων προορίζεται το σήμα. Οι απορριπτικές αποφάσεις κοινοποιούνται με εντολή της αρμόδιας υπηρεσίας προς τους διαδίκους ή τους αντικλήτους σε αυτών. Έτσι ολοκληρώνεται η διαδικασία για την απόκτηση δικαιώματος στο σήμα.

1.5 Δικαιώματα που παρέχει το Σήμα

Ο καταθέτης του σήματος έχει το δικαίωμα για την αποκλειστική χρήση του σήματος. Αυτό σημαίνει ότι το σήμα του παρέχει την δυνατότητα να εμποδίζει τρίτον να χρησιμοποιεί το ίδιο σήμα. Επομένως, το δικαίωμα επί του σήματος είναι απόλυτο, όπως τα προβλεπόμενα, σύμφωνα με τον αστικό κώδικα, εμπράγματα δικαιώματα. Με την διαφορά ότι αυτά έχουν ως αντικείμενο υλικά αγαθά ενώ εκείνο άυλο αγαθό. Η αποκλειστικότητα του δικαιώματος επί του σήματος εκτείνεται στα όρια της λειτουργίας αυτού. Η προστασία του σήματος δεν εκτείνεται πέρα των εμπορευμάτων τα οποία προορίζεται, το σήμα, να διακρίνει.

Οποιοσδήποτε μπορεί να χρησιμοποιήσει το ίδιο σήμα αλλά για την διάκριση ανομοιοειδών προϊόντων.

Ακόμη, στην κατάθεση του σήματος δεν εμποδίζεται τρίτος να χρησιμοποιεί ως σήμα μια ένδειξη, εφόσον η χρησιμοποίησή της δεν έγινε με τρόπο σαν να πρόκειται για σήμα.

Ειδικότερα, με την κατάθεση του σήματος, δεν απαγορεύεται σε κάποιον άλλον να χρησιμοποιεί το όνομα, την επωνυμία, την κατοικία του, ακόμη και δηλώσεις σχετικές με το είδος, τον χρόνο και τον τόπο της παραγωγής, την ποιότητα, τον προορισμό, την τιμή ή το βάρος κάποιου ομοειδούς εμπυρεύματος ή προϊόντος. Απλά, δεν θα πρέπει η χρησιμοποίηση των στοιχείων αυτών να γίνεται σαν να πρόκειται για σήμα.

1.6 Τρόπος χρήσεως του Σήματος

Η καταχώρηση του σήματος παρέχει στον καταθέτη και μόνο, το αποκλειστικό δικαίωμα να το χρησιμοποιεί στα προϊόντα του ή τα εμπορεύματα του, τα οποία πρόκειται να διακρίνει το σήμα από τα άλλα ομοειδή, στα περικαλύμματα και στις συσκευασίες τους, το χαρτί αλληλογραφίας, τα τιμολόγια, τους τιμοκαταλόγους, τις αγγελίες, σε κάθε είδους διαφήμιση και σε κάθε άλλο έντυπο. Η απαρίθμησή τους γίνεται από το νόμο και είναι ενδεικτική. Το σήμα αυτό μπορεί να χρησιμοποιεί ο δικαιούχος μόνο στα δικά του προϊόντα. Δεν υπάρχει δηλαδή δυνατότητα να το χρησιμοποιεί άλλος, ακόμα και αν συναινέσει σ' αυτό ο δικαιούχος. Παρόλα αυτά, υπάρχουν ορισμένες εξαιρέσεις στον κανόνα αυτό, τις οποίες προβλέπει ο νόμος.

Συγκεκριμένα:

Είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθεί το σήμα και από αυτόν που συναρμολογεί ή συμπληρώνει τα προϊόντα του δικαιούχου. Εάν μάλιστα η κατασκευή, συναρμολόγηση ή η συμπλήρωση γίνεται σε χώρα διαφορετική από εκείνη όπου για πρώτη φορά χρησιμοποιήθηκε το σήμα, πρέπει να αναγράφεται με τρόπο ευδιάκριτο ο τρόπος που γίνεται αυτή και μάλιστα στα ελληνικά, αν ο τόπος είναι η Ελλάδα.

Είναι δυνατόν να υπάρχουν στο ίδιο προϊόν δύο σήματα, ένα εμπορικό και ένα βιομηχανικό. Και αυτό γιατί είναι δυνατόν, ο μη παραγωγός του αυτού ή ομοίου προϊόντος να μπορεί να κάνει χρήση του σήματος του στα ξένα προϊόντα που πωλεί, με τον όρο όμως να διατηρήσει άθικτο το σήμα του παραγωγού τους που τυχόν υπάρχει σ' αυτά.

Τέλος με απόφαση της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων, μπορεί να επιτραπεί η κατάθεση ή και μόνον η χρήση του ίδιου σήματος για διάκριση των ίδιων ή παρόμοιων προϊόντων και από άλλο φυσικό ή νομικό πρόσωπο, εφ' όσον υπάρχει «στενός και

ουσιώδης οικονομικός δεσμός» ανάμεσα στον δικαιούχο και το τρίτο πρόσωπο. Αυτό με την προϋπόθεση ότι η χρήση αυτή του σήματος από τρίτο πρόσωπο δεν δημιουργεί κινδύνους παραπλανήσεως του καταναλωτικού κοινού, ούτε είναι αντίθετο προς το δημόσιο συμφέρον. Ως οικονομικός θεσμός μπορεί να νοηθεί η παροχή χρηματικών κεφαλαίων ή μηχανημάτων, επίσης, η παροχή εκμετάλλευσης, εφεύρεσης ή βιομηχανικών μυστικών ή βασικών πρώτων υλών. Απαγορεύεται πάντως η εκμίσθωση του σήματος.

Εκτός από τις παραπάνω περιπτώσεις, δεν επιτρέπεται σε καμιά άλλη να γίνει χρήση σήματος σε προϊόντα ή εμπορεύματα άλλου προσώπου ακόμη και με την συναίνεση του δικαιούχου του σήματος.

Το δικαίωμα μεταβίβασης του ονόματος μπορεί να μεταβιβασθεί όσο ζει ο δικαιούχος του μόνο μαζί με την επιχείρηση. Όταν η επιχείρηση συνεχίζεται από περισσότερους κληρονόμους, η συνέχιση πρέπει να γίνεται από κοινού. Αν όμως δεν συνεχισθεί ή διασπαστεί η επιχείρηση τότε το σήμα διαγράφεται. Το ίδιο εφαρμόζεται και στην περίπτωση διάλυσης της εταιρείας.

1.7 Σήματα απαράδεκτα προς κατάθεση

Σύμφωνα με το νόμο 2239/1994 υπάρχουν σήματα τα οποία δεν θεωρούνται παραδεκτά και επομένως απορρίπτονται από τη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων.

Σήματα απαράδεκτα προς κατάθεση είναι τα εξής:

α) Τα κοινόχρηστα

Κοινόχρηστα είναι τα σήματα που περιέχουν ενδείξεις οι οποίες, εξαιτίας της χρησιμοποίησής τους από διάφορες επιχειρήσεις που δεν συνδέονται μεταξύ τους, έχασαν την διακριτική ικανότητα την οποία είχαν αρχικά. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να μην μπορούν να προσδιορίσουν τη προέλευση ενός εμπορεύματος από μια συγκεκριμένη επιχείρηση. Χαρακτηριστικό παράδειγμα της περίπτωσης αυτής είναι η λέξη πύραυλος για τα παγωτά ή η έγχρωμη απεικόνιση λευκού σταυρού σε πράσινο κύκλο για τα φαρμακευτικά είδη.

β) Τα σήματα που στερούνται διακριτικού χαρακτήρα

Τα σήματα αυτά σχηματίζονται από ενδείξεις οι οποίες στερούνται το στοιχείο της διακριτικής ικανότητας με αποτέλεσμα να μην μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως διακριτικά γνωρίσματα όπως για παράδειγμα μια γραμμή ή μια τελεία. Υπάρχει όμως και

η πιθανότητα μια τέτοια ένδειξη να γίνει για κατάθεση ως σήμα, αν έχει επικρατήσει στις συναλλαγές.

γ)Τα περιγραφικά

Περιγραφικά είναι τα σήματα που σχηματίζονται από ενδείξεις οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να δηλώσουν το είδος, τη ποιότητα, την ποσότητα, το βάρος, τον προορισμό, την αξία, τον τόπο προέλευσης του εμπορεύματος. Οι ενδείξεις αυτές είναι περιγραφικές. Επομένως δεν μπορούν να προσδιορίσουν την προέλευση ενός εμπορεύματος από μια συγκεκριμένη επιχείρηση και να καταχωρηθούν ως σήμα. Περιγραφικές ενδείξεις μπορεί να είναι οι γραμμές, οι αριθμοί, οι λέξεις, τα σημεία ή οι παραστάσεις.

Οι γραμμές και οι αριθμοί, ανεξάρτητα αν μπορούν να δηλώσουν τις ιδιότητες του εμπορεύματος, δεν μπορούν να καταχωρηθούν ως σήματα γιατί στερούνται το στοιχείο της διακριτικής ικανότητας. Αλλά μπορούν να καταχωρηθούν ως σήματα αν μετά από μακρά χρησιμοποίησή τους έχουν καθιερωθεί ως διακριτικά γνωρίσματα των εμπορευμάτων στις συναλλαγές.

δ)Τα εμβλήματα και σύμβολα του ελληνικού κράτους,καθώς και κάθε αρχής, όπως επίσης και θρησκευτικά σύμβολα

Τα σήματα αυτά έχουν θεωρηθεί απαράδεκτα προς κατάθεση, για να προστατευτεί το κύρος των κρατικών και θρησκευτικών εμβλημάτων και συμβόλων και να μην χρησιμοποιηθούν για εμπορικούς σκοπούς.

ε)Τα σήματα που αντιβαίνουν στην ηθική και στην δημόσια τάξη

Τα σήματα αυτά περιέχουν ενδείξεις οι οποίες προσβάλλουν την ηθική, την θρησκεία ή μπορεί να προκαλέσουν αναταραχή.

στ)Τα σήματα που περιέχουν παραπλανητικές ενδείξεις

Παραπλανητικές ενδείξεις είναι οι δηλώσεις ή παραστάσεις που περιέχονται στο σήμα, οι οποίες δεν ανταποκρίνονται στην αλήθεια με αποτέλεσμα να παραπλανούν το καταναλωτικό κοινό. Με τον τρόπο αυτό ο καταναλωτής σχηματίζει εσφαλμένες εντυπώσεις για τις ουσιώδεις ιδιότητες του εμπορεύματος.

ζ)Αυτά που αποτελούν παραποίηση ή απομίμηση σήματος

Δεν μπορούν να γίνουν δεκτά προς κατάθεση για σήμα, αυτά που αποτελούν παραποίηση ή απομίμηση σήματος που έχει ήδη δηλωθεί νόμιμα και δεν έχει διαγραφεί και το οποίο χρησιμεύει για την διάκριση του ίδιου ή παρόμοιου προϊόντος. Ως

παραποίηση εννοείται η πιστή ή κατά τα κύρια επί μέρους στοιχεία αντιγραφή άλλου σήματος. Ως απομίμηση εννοείται η προσέγγιση προς άλλο σήμα σε τέτοιο βαθμό, ώστε η ομοιότητα μεταξύ τους να είναι προφανής.

η) Ονόματα και εικόνες τρίτων προσώπων

Η χρησιμοποίηση, ως σήμα, ονόματος ή τρίτου προσώπου ακόμα και με την συναίνεσή του, απαγορεύεται. Σκοπός της απαγόρευσης αυτής είναι, κατά μια άποψη η προστασία της προσωπικότητας ή του ονόματος του τρίτου προσώπου. Ενώ, από την άλλη πλευρά, σκοπός της απαγόρευσης είναι να προστατέψει το κοινό ώστε να μη σχηματίσει λανθασμένες εντυπώσεις για τις σχέσεις του τρίτου προσώπου με τον καταθέτη του σήματος.

Ο καταθέτης όμως μπορεί να χρησιμοποιήσει ως σήμα το όνομά του ή την εικόνα του και επομένως την επωνυμία ή τον διακριτικό τίτλο της επιχείρησής του. Είναι αυτονόητο ότι είναι επίσης απαράδεκτα προς κατάθεση τα σήματα που δεν μπορούν να επικολληθούν στα βιβλία σημάτων και να εκτυπωθούν στο Δελτίο Εμπορικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας της Εφημερίδας της Κυβέρνησης, π.χ. τα ανάγλυφα ή τα ακουστικά σήματα.

Όταν το σήμα αποτελείται από το ίδιο το όνομα του καταθέτη, το οποίο όμως όνομα έχει ήδη κατατεθεί από άλλο πρόσωπο ως σήμα για τα ίδια ή για ομοειδή προϊόντα πρέπει να προστεθεί κάποιο διακριτικό στοιχείο, ώστε να ξεχωρίζει το ένα από το άλλο.

1.8 Μεταβίβαση Σήματος

Το δικαίωμα επί του σήματος, παρέχει στον δικαιούχο την εξουσία να μεταβιβάσει το σήμα εν ζωή ή μετά θάνατον. Η μεταβίβαση επιτρέπεται ακόμη και όταν το σήμα αποτελείται από το όνομα του δικαιούχου. Στην περίπτωση αυτή, το σήμα του νέου δικαιούχου σχηματίζεται με το όνομα τρίτου προσώπου. Είναι λογικό ο δικαιούχος του σήματος να μην παραμένει πάντα το ίδιο πρόσωπο, αλλά να αλλάζει. Όταν όμως γίνονται οι αλλαγές θα πρέπει να τηρούνται ορισμένες προϋποθέσεις, αφού από το νόμο απαγορεύεται η ελεύθερη μεταβίβαση του σήματος.

α) Μεταβίβαση σήματος εν ζωή

Ο νόμος ορίζει ότι το δικαίωμα επί του σήματος μπορεί να μεταβιβαστεί εν ζωή μόνο μαζί με την επιχείρηση στην οποία αναφέρεται. Αυτό γίνεται για να προστατευτεί το κοινό από τον κίνδυνο παραπλάνησης σχετικά με την προέλευση των προϊόντων από μια ορισμένη επιχείρηση. Επομένως θεωρείται άκυρη η σύμβαση όταν μεταβιβάζεται μόνο το σήμα.

Αν ένα σήμα έχει δηλωθεί για πολλά ομοειδή προϊόντα και η μεταβίβαση της επιχείρησης μαζί με το σήμα σε άλλον γίνεται ως προς ένα από αυτά, δεν επιτρέπεται στο νέο δικαιούχο να χρησιμοποιήσει το σήμα και για τα υπόλοιπα προϊόντα. Από αυτό συνεπάγεται ότι μπορεί να γίνει μεταβίβαση τμήματος της επιχείρησης και ότι απαγορεύεται η χρήση του σήματος, από τον νέο δικαιούχο και για τα υπόλοιπα προϊόντα που δεν έχουν μεταβιβαστεί.

Σε περίπτωση που ο δικαιούχος θέλει να χρησιμοποιεί παράλληλα το σήμα, μπορεί να παραχωρήσει άδεια χρήσεως του σήματος αντί να το μεταβιβάσει. Ακόμα ο δικαιούχος μπορεί να εξακολουθεί να χρησιμοποιεί το σήμα και μετά την μεταβίβαση εφόσον αναφέρεται στο τμήμα της επιχείρησης που δεν έχει μεταβιβαστεί. Αλλά στην περίπτωση που αναφέρεται σε ομοειδή προϊόντα μπορεί να το χρησιμοποιήσει σε άλλη χώρα.

Η μεταβίβαση του σήματος δημοσιεύεται και η μεταβίβαση ισχύει μετά την καταχώρηση της στο βιβλίο σημάτων.

Εκτός της συμβατικής μεταβίβασης του σήματος, ο νόμος επιτρέπει και την αναγκαστική κατάσχεση και εκποίηση του σήματος καθώς και την εκποίηση σε περίπτωση πτωχεύσεως. Η αναγκαστική κατάσχεση και εκποίηση σήματος επιτρέπεται μόνο για ολόκληρη την επιχείρηση. Δηλαδή κατάσχονται αναγκαστικά και εκποιούνται όλα τα στοιχεία της επιχείρησης. Αν το σήμα αποτελείται από το όνομα του δικαιούχου, ο νόμος δεν επιτρέπει κατάσχεση ούτε εκποίηση.

β) Μεταβίβαση σήματος εξαιτίας θανάτου

Και στη μεταβίβαση σήματος εξαιτίας θανάτου ισχύουν οι ίδιες διαδικασίες όπως και στη περίπτωση σήματος εν ζωή. Στην περίπτωση αυτή μεταβίβαση του σήματος γίνεται προς τους κληρονόμους. Όταν υπάρχουν πολλοί κληρονόμοι, η επιχείρηση θα πρέπει να συνεχίσει να λειτουργεί ενιαία και να μην διασπαστεί γιατί αλλιώς το σήμα διαγράφεται.

Αν ο διαθέτης αφήσει σε ένα κληρονόμο της επιχείρησης και σε άλλον το σήμα, τότε το σήμα περιέχεται στον κληρονόμο της επιχείρησης. Επομένως και στην περίπτωση όπου λύεται μία εταιρεία, το σήμα περιέχεται σε εκείνον ή εκείνους οι οποίοι συνεχίζουν την εταιρική επιχείρηση. Όταν υπάρχει αμφισβήτηση, η

Διοικητική Επιτροπή Σημάτων αποφασίζει αν συνεχίζει ή διασπάται η εταιρική επιχείρηση.

1.9 Διάρκεια προστασίας του Σήματος

Η προστασία του σήματος διαρκεί για μια δεκαετία που αρχίζει από την επομένη της καταθέσεως. Η διάρκεια της προστασίας μπορεί εκάστοτε να παρατείνεται για μια δεκαετία, με αίτηση του δικαιούχου και με την εμπρόθεσμη υποβολή στο Υπουργείο Εμπορίου του κατά νόμο αποδεικτικού καταβολής των υπέρ του Δημοσίου τελών.

Η υποβολή του κατά νόμο αποδεικτικού καταβολής των υπέρ του Δημοσίου τελών γίνεται εντός του τελευταίου έτους της προστασίας. Η υποβολή της αίτησης και του κατά νόμου αποδεικτικού καταβολής των τελών, δύναται επίσης να γίνει εντός πρόσθετης προθεσμίας έξι μηνών μετά τη λήξη της δεκαετίας, υπό τον όρο της υποβολής αποδεικτικού καταβολής των τελών αυξημένων κατά το ήμισυ. Η παράταση καθώς και η απόσβεση του σήματος δημοσιεύονται περιληπτικά στο Δελτίο Εμπορικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας της Εφημερίδας της Κυβερνήσεως. Η απόσβεση του σήματος επέρχεται μετά την πάροδο της δεκαετίας. Για την απόσβεση αυτή ο αρμόδιος τμηματάρχης συντάσσει έκθεση η οποία έχει ενημερωτικό χαρακτήρα.

Κάθε αμφισβήτηση μεταξύ του αιτούντος για την παράταση του χρόνου διάρκειας της προστασίας του σήματος και της υπηρεσίας ως και κάθε αντίρρηση για την διαγραφή του σήματος, λύεται από τη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων με αίτηση του ενδιαφερόμενου.

1.10 Διαγραφή του Σήματος

Εκτός από την απόσβεση του δικαιώματος επί του σήματος μετά την πάροδο του χρόνου προστασίας, ο νόμος ρυθμίζει και την απόσβεση του σήματος με διαγραφή. Η διαγραφή του σήματος πραγματοποιείται μετά από απόφαση της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων καθώς και κάθε Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου. Η διαγραφή σημειώνεται από τον αρμόδιο στο βιβλίο σημάτων και η περίληψη της αποφάσεως δημοσιεύεται στο Δελτίο Εμπορικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας.

Οι λόγοι διαγραφής είναι οι εξής:

α) Η μη χρησιμοποίηση ή η παύση χρησιμοποίησης του σήματος.

Όταν ο δικαιούχος δεν ήθελε να θέσει σε κυκλοφορία τα προϊόντα που φέρουν το σήμα εντός συγκεκριμένης προθεσμίας από την καταχώρηση του σήματος. Η προθεσμία αυτή είναι τρία χρόνια. Προκειμένου για τίτλο εφημερίδας ή περιοδικού είναι ένα έτος και προκειμένου για σήματα φαρμακευτικών προϊόντων είναι τέσσερα χρόνια.

Όταν ο δικαιούχος σταμάτησε να κυκλοφορεί προϊόντα που φέρουν το σήμα για μια διετία προκειμένου για εφημερίδα ή περιοδικό ένα έτος.

β) Η παύση της λειτουργίας της επιχείρησης.

Εδώ η διαγραφή του σήματος γίνεται όταν η επιχείρηση σταματήσει την κυκλοφορία των προϊόντων, για τα οποία έχει κατατεθεί σήμα, για μια διετία και για ένα έτος όσο αφορά τις εφημερίδες και τα περιοδικά. Αυτό ισχύει και όταν δεν λειτουργεί η επιχείρηση.

Το σήμα δεν διαγράφεται αν ο δικαιούχος αποδείξει ότι δικαιολογημένα δεν έθεσε σε κυκλοφορία ή έπαψε την κυκλοφορία των προϊόντων ή ότι δικαιολογημένα η επιχείρηση δεν λειτουργεί.

γ) Όταν το σήμα μετατραπεί σε κοινόχρηστο.

Η περίπτωση αυτή αναφέρεται στο σήμα το οποίο, χωρίς να είναι απαράδεκτο προς καταχώρηση, κατέστη κοινόχρηστο λόγω χρησιμοποίησής του και από άλλες επιχειρήσεις.

δ) Την παραποίηση ή απομίμηση γνωστού διακριτικού γνωρίσματος στις συναλλαγές.

Η διαγραφή γίνεται με βάση την αρχή κατά την οποία ο δικαιούχος αποκτά το δικαίωμα αποκλειστικής χρήσης του σήματος από την στιγμή της κατάθεσής του. Προστατεύεται το διακριτικό γνώρισμα το οποίο δεν έχει κατατεθεί ως σήμα. Η αίτηση διαγραφής υποβάλλεται εντός προθεσμίας τριών ετών.

ε) Την ύπαρξη λόγου για τον οποίο το σήμα ήταν απαράδεκτο προς καταχώρηση.

Η περίπτωση αυτή αφορά το σήμα το οποίο, αν κατά το χρόνο της καταθέσεως ήταν απαράδεκτο προς καταχώρηση, τελικά καταχωρήθηκε. Το λάθος αυτό διορθώνεται με την διαγραφή

Το σήμα δεν διαγράφεται:

α) Εάν ο δικαιούχος προγενέστερου σήματος ή άλλου δικαιώματος που παρέχουν στον δικαιούχο του το δικαίωμα να απαγορεύει τη χρήση μεταγενέστερου σήματος, ανέχθηκε εν γνώση του τη χρήση μεταγενέστερου σήματος για περίοδο πέντε συνεχών ετών.

β) Εάν, παρά την ύπαρξη προγενέστερου αντιτιθέμενου σήματος, συντρέχουν λόγοι διαγραφής του προγενέστερου λόγω μη χρήσεως του σήματος ή παύσεως της επιχειρήσεως.

Η αίτηση διαγραφής υποβάλλεται από κάθε πρόσωπο που δικαιολογεί έννομο συμφέρον. Και τα επιμελητήρια μπορούν να υποβάλλουν αίτηση διαγραφής. Τα αποτελέσματα της αποφάσεως για διαγραφή του σήματος, σημειώνεται η διαγραφή και ο αριθμός της αποφάσεως στο ειδικό βιβλίο σημάτων. Το σήμα επίσης διαγράφεται, τμήμα ή ολόκληρο, οποτεδήποτε, με απλή δήλωση του δικαιούχου, που κατατίθεται στην αρμόδια υπηρεσία και καταχωρείται στα βιβλία σημάτων.

1.11 Αστική και ποινική προστασία του Σήματος

Ο νόμος περί σημάτων αναγνωρίζει αστική προστασία στο δικαιούχο του σήματος σε περίπτωση προσβολής του δικαιώματός του επί του σήματος. Ειδικότερα, εναντίον εκείνου που χρησιμοποιεί, παραποιεί ή απομιμείται σήμα που ανήκει σε άλλον, μπορεί να γίνει αγωγή ενώπιον του αρμοδίου πρωτοδικείου για παράλειψη ή αποζημίωση ή και τα δύο, από τον δικαιούχο. Η αγωγή για αποζημίωση παραγράφεται τρία χρόνια μετά το τέλος του έτους κατά το οποίο έγινε για πρώτη φορά η παράνομη χρησιμοποίηση, παραποίηση ή απομίμηση. Μπορεί βέβαια να ζητηθεί και η λήψη προσωρινών μέτρων.

Προβλέπεται ποινή φυλάκισης μέχρι ενός έτους ή χρηματική ποινή μέχρι εκατό χιλιάδες ή και με τα δύο όποιος:

α) Παραποίησε σήμα ή έκανε ενσυνείδητα χρήση παραποιημένου σήματος.

β) Έθεσε ξένο σήμα, πάνω στα προϊόντα της επιχείρησής τους ή σε αντικείμενα του εμπορίου του.

γ) Απομιμήθηκε ολόκληρο ή τμήμα του ξένου σήματος με στόχο την παραπλάνηση των αγοραστών.

δ) Πώλησε ή κυκλοφόρησε προϊόντα με σήμα για το οποίο γνώριζε ότι αποτελούσε παραποίηση ή απομίμηση άλλου σήματος.

ε) Όταν χρησιμοποιεί δικό του σήμα σε ξένα προϊόντα.

στ) Όταν χρησιμοποιεί έστω και χωρίς κατάθεση ως σήματα και σύμβολα απαράδεκτα προς κατάθεση.

Είναι δυνατόν οι ποινές που αναφέραμε να διπλασιαστούν. Το δικαστήριο διατάσει ακόμη την αφαίρεση του σήματος από τα προϊόντα και την καταστροφή αυτών που τυχόν κατασχέθηκαν. Αυτό μπορεί να συμβεί και σε περίπτωση αθώωσης του κατηγορούμενου και το δικαστήριο κρίνει ότι υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης.

1.12 Συλλογικά Σήματα

Τα συλλογικά σήματα ανήκουν σε νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου όπως συνεταιρισμοί, ενώσεις, σύλλογοι, οι οποίοι επιδιώκουν επαγγελματικούς σκοπούς ή δημοσίου δικαίου, όπως δήμους, κοινότητες, επιμελητήρια. Τα πρόσωπα αυτά έχουν το δικαίωμα να καταθέτουν σήματα προς διάκριση των προϊόντων που παράγουν ή πωλούν από τα εμπορεύματα που πωλούνται από τα μέλη τους χωριστά. Αυτό αποτελεί παρέκκλιση από την αρχή ότι μόνο ο δικαιούχος του σήματος μπορεί να το χρησιμοποιεί στα προϊόντα που ο ίδιος παράγει ή πωλεί.

Δικαιούχος του συλλογικού σήματος είναι ένα από τα νομικά πρόσωπα που αναφέραμε. Το δικαίωμα της χρήσης του όμως το έχουν τα μέλη του, που ασκούν χωριστές επιχειρήσεις και όχι το ίδιο το νομικό πρόσωπο, δεδομένου ότι δεν ασκεί κάποιο επάγγελμα εμπορικό ή παραγωγικό. Αντίθετα η άσκηση των δικαιωμάτων που απορρέουν από την καταχώρηση του συλλογικού σήματος, ανήκει σε κάθε περίπτωση μόνο στο Νομικό Πρόσωπο του δικαιούχου του συλλογικού σήματος συνεταιρισμού ένωσης ή συλλόγου.

Η δήλωση καταθέσεως συλλογικού σήματος πρέπει να συνοδεύεται από μία υπεύθυνη δήλωση. Η δήλωση αυτή περιέχει τον τίτλο, την έδρα, τον σκοπό, το ονοματεπώνυμο των νομίμων εκπροσώπων του νομικού προσώπου, τον ονομαστικό κατάλογο των μελών του, των δικαιούμενων την χρήση καθώς τους όρους και τους κανονισμούς που αφορούν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των μελών που έχουν σχέση με τη χρήση του συλλογικού σήματος. Κάθε μεταβολή των στοιχείων αυτών θα πρέπει να δηλώνεται με υπεύθυνη δήλωση στο Υπουργείο Εμπορίου στο οποίο τηρείται ειδικό βιβλίο σημάτων.

Εκτός από τα ημεδαπά νομικά πρόσωπα, μπορούν να καταθέσουν συλλογικά σήματα, με τον όρο της αμοιβαιότητας και αλλοδαπά νομικά πρόσωπα. Οι αλλοδαποί συνεταιρισμοί, οι ενώσεις, οι σύλλογοι ή νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου μπορούν να καταθέσουν συλλογικά σήματα στην Ελλάδα, αν και

στην χώρα τους καταθέτονται και προστατεύονται τα ελληνικά συλλογικά σήματα.

Στα συλλογικά σήματα ισχύουν, εκτός από τους γενικούς λόγους διαγραφής σήματος, και ειδικοί λόγοι διαγραφής. Οι ειδικοί λόγοι διαγραφής είναι οι εξής:

- Όταν ο δικαιούχος ανέχεται τη χρήση του σήματος,
- α) με το τρόπο που εξυπηρετεί τα συμφέροντα του νομικού προσώπου
 - β) με τρόπο που έρχεται σε αντίθεση με τους όρους κατάθεσης και κανονισμούς
 - γ) όταν η χρήση του σήματος επιφέρει πλάνη στις συναλλαγές

Γι' αυτό το σκοπό τα μέλη του νομικού προσώπου οφείλουν να ελέγχουν τον δικαιούχο του συλλογικού σήματος.

Το συλλογικό σήμα θεωρείται ότι εξυπηρετεί εθνικό σκοπό κυρίως, γιατί αποδεικνύει την πιστοποίηση και τον έλεγχο της ποιότητας των προϊόντων από την Ένωση ή τον Σύλλογο. Η χρήση του συλλογικού σήματος από τα μέλη του νομικού προσώπου, πρέπει να γίνεται πάντα με την ένδειξη «συλλογικό σήμα».

1.13 Αλλοδαπά Σήματα

Αλλοδαπά σήματα είναι αυτά που ανήκουν είτε σε Έλληνες είτε σε αλλοδαπούς, οι οποίοι έχουν την επαγγελματική τους εγκατάσταση έξω από την Ελλάδα και στα οποία προστατεύονται από την αλλοδαπή πολιτεία.

Τα αλλοδαπά σήματα προστατεύονται, όπως ακριβώς και τα ημεδαπά, εφόσον συντρέχουν οι παρακάτω προϋποθέσεις:

- α) ότι το σήμα αυτού, που ζητά την προστασία, προστατεύεται στη πολιτεία της επαγγελματικής εγκατάστασής του
- β) ότι υπάρχει, στη πολιτεία αυτή, αμοιβαιότητα για την προστασία των ελληνικών σημάτων καθιερωμένη με διεθνή σύμβαση ή ανταλλαγή κυβερνητικής δηλώσεως μεταξύ της Ελλάδας και της αλλοδαπής πολιτείας
- γ) ότι θα κατατεθεί στην Ελλάδα, σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου περί σημάτων.

Το αλλοδαπό σήμα, από την στιγμή της νόμιμης καταχώρησης του στην Ελλάδα, γίνεται ανεξάρτητο από το σήμα της χώρας όπου βρίσκεται η επαγγελματική εγκατάσταση του δικαιούχου του. Συνεπώς και αν ακόμη πάψει να προστατεύεται στην αλλοδαπή πολιτεία, αυτό δεν αλλάζει τίποτα όσο αφορά την χώρα μας, όπου συνεχίζεται να προστατεύεται σύμφωνα με την δική μας νομοθεσία.

1.14 Κοινοτικά Σήματα

Σύμφωνα με τον Κανονισμό του Συμβουλίου και το κοινοτικό Σήμα, κοινοτικά σήματα καλούνται τα σήματα με τα οποία μπορούν να προσδιοριστούν τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες κατά τρόπο ενιαίο στο σύνολο της Κοινότητας, ανεξαρτήτων συνόρων.

Είναι απαραίτητη η ύπαρξη κοινοτικού καθεστώτος σημάτων γιατί θα παρέχει στις επιχειρήσεις το δικαίωμα να αποκτούν, σύμφωνα με ενιαία διαδικασία, κοινοτικά σήματα τα οποία θα προστατεύονται με τρόπο ενιαίο και θα παράγουν τα αποτελέσματά τους σε όλο το έδαφος της Κοινότητας. Για να μπορέσουν οι επιχειρήσεις να ασκήσουν χωρίς εμπόδια την οικονομική τους δραστηριότητα στο σύνολο της κοινής αγοράς, είναι αναγκαία η θέσπιση σημάτων διεπόμενων από ενιαίο κοινοτικό δίκαιο το οποίο θα εφαρμόζεται άμεσα, σε όλα τα κράτη μέλη.

Το κοινοτικό δίκαιο περί σημάτων δεν αντικαθιστά τα δίκαια περί σημάτων των κρατών μελών. Δεν υπάρχει λόγος να υποχρεωθούν οι επιχειρήσεις να καταθέτουν τα σήματά τους ως κοινοτικά σήματα, δεδομένου ότι η ύπαρξη εθνικών σημάτων εξακολουθεί να είναι απαραίτητη για τις επιχειρήσεις οι οποίες δεν επιθυμούν την προστασία των σημάτων τους σε κοινοτική κλίμακα.

Το δικαίωμα επί του κοινοτικού σήματος αποκτάται μόνο με την καταχώρηση η οποία δεν γίνεται αποδεκτή αν το σήμα στερείται διακριτικού χαρακτήρα, αν είναι παράνομο ή αν υπάρχουν αντίθετα προγενέστερα δικαιώματα.

Η προστασία επί του κοινοτικού σήματος ισχύει στην περίπτωση ταυτότητας μεταξύ αφενός του σήματος και του σημείου και αφετέρου των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Η έννοια της ομοιότητας θα πρέπει να ερμηνευτεί σε συνάρτηση με τον κίνδυνο συγχύσεως, ο οποίος αποτελεί ειδική προϋπόθεση της προστασίας.

Σύμφωνα με την αρχή της ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων, ο δικαιούχος κοινοτικού σήματος δεν μπορεί να απαγορεύει τη χρήση του από τρίτον για προϊόντα που έχουν τεθεί σε εμπορία στην Κοινότητα, υπό το σήμα αυτό, από τον ίδιο ή με την συγκατάθεση του, εκτός αν νόμιμοι λόγοι αιτιολογούν το να αντιταχθεί ο δικαιούχος στην περαιτέρω διάθεση των προϊόντων στο εμπόριο.

Θα πρέπει να προστατεύονται τα κοινοτικά σήματα και έναντι αυτών, κάθε σήμα το οποίο έχει καταχωρηθεί, μόνο εφόσον τα σήματα αυτά πράγματι χρησιμοποιούνται. Το κοινοτικό σήμα πρέπει να θεωρείται ως αντικείμενο κυριότητας. Πρέπει να μεταβιβάζεται, με την προϋπόθεση να μην παραπλανά το κοινό εξαιτίας της μεταβίβασης. Πρέπει επιπλέον να είναι δυνατόν να

συσταθεί επ' αυτού ενέχυρο υπέρ τρίτου ή να παραχωρείται η χρήση του με άδεια.

Για την ενίσχυση της προστασίας των κοινοτικών σημάτων, πρέπει να ορίζουν τα κράτη μέλη, βάσει της εθνικής νομοθεσίας. Το μικρότερο δυνατό αριθμό εθνικών δικαστηρίων πρώτου και δεύτερου βαθμού ως αρμόδια για θέματα παραποίησης/ απομίμησης και εγκυρότητας του κοινοτικού σήματος. Οι αποφάσεις περί εγκυρότητας και παραποίησης/ απομίμησης των κοινοτικών σημάτων είναι απαραίτητο να ισχύουν και να καλύπτουν το σύνολο της Κοινότητας. Γιατί αυτό είναι ο μόνος τρόπος για να αποφεύγονται αντιφατικές αποφάσεις των δικαστηρίων και να μην προσβάλλεται ο ενιαίος χαρακτήρας των κοινοτικών σημάτων. Οι κανόνες της σύμβασης των Βρυξελλών περί δικαιοδοσίας και της εκτέλεσης των δικαστικών αποφάσεων που εκδίδονται επί αστικών και εμπορικών υποθέσεων εφαρμόζονται σε όλες τις δικαστικές υποθέσεις που αφορούν κοινοτικά σήματα, εκτός εάν προβλέπεται παρέκκλιση από τον παρόντα κανονισμό.

Το δίκαιο των σημάτων το οποίο θεσπίζει ο κανονισμός για το κοινοτικό σήμα απαιτεί, για κάθε σήμα, τη λήψη διοικητικών εκτελεστικών μέτρων, σε κοινοτικό επίπεδο. Κατά συνέπεια είναι απαραίτητο ενώ θα διατηρηθεί η υπάρχουσα διάρθρωση των οργάνων της Κοινότητας και η ισορροπία των εξουσιών, να συσταθεί ένα γραφείο, ανεξάρτητο σε Τεχνικό επίπεδο, το οποίο να έχει επαρκή νομική, διοικητική και οικονομική αυτονομία. Για το σκοπό αυτό είναι αναγκαίο και σκόπιμο να του αποδοθεί ο χαρακτήρας κοινοτικού οργανισμού, ο οποίος να έχει τη νομική προσωπικότητα και να ασκεί τις εκτελεστικές εξουσίες που του παρέχει ο κανονισμός περί κοινοτικού σήματος, στα πλαίσια του κοινοτικού δικαίου και χωρίς να θίγονται οι αρμοδιότητες που ασκούν τα Όργανα της Κοινότητας.

1.15 Η σημασία του Σήματος

Στη σύγχρονη βιομηχανική παραγωγή και στην ανταγωνιστική οικονομία, η δυνατότητα διάκρισης των εμπορευμάτων έχει μεγάλη σημασία. Με την διάκριση αυτή αποφεύγεται η δημιουργία συγχύσεως στο καταναλωτικό κοινό για την προέλευση των προϊόντων από μια συγκεκριμένη επιχείρηση. Η δυνατότητα αυτή επιτυγχάνεται με τη διακριτική ικανότητα και τη λειτουργία του σήματος.

Το σήμα, σε αντίθεση με την επωνυμία, η οποία χαρακτηρίζει την επιχείρηση και τον φορέα της, και τον διακριτικό τίτλο ο οποίος προσδιορίζει το κατάστημα, αποτελεί διακριτικό γνώρισμα των

προϊόντων της επιχείρησης. Προσδιορίζει το δεσμό μεταξύ προϊόντος και επιχείρησης η οποία παράγει ή εμπορεύεται το προϊόν. Επομένως το σήμα έχει μεγάλη σημασία για το φορέα της επιχείρησης, είτε είναι φυσικό ή νομικό πρόσωπο, για τους ανταγωνιστές, για το καταναλωτικό κοινό και γενικά για την οικονομία.

Για τον φορέα της επιχείρησης, το σήμα αποκτά μεγάλη οικονομική αξία. Εξαιτίας του ότι έχει την ικανότητα να διακρίνει τα προϊόντα μιας επιχείρησης από τα προϊόντα άλλων επιχειρήσεων, αποτελεί μέσο προσπέλασης των προτιμήσεων του κοινού. Κάθε προϊόν επικρατεί στην αγορά και διαδίδεται πιο εύκολα μέσω του σήματος.

Για τους ανταγωνιστές, η διακριτική λειτουργία του σήματος προστατεύει αυτούς κατά την εκμετάλλευση της φήμης του σήματός τους.

Για τους καταναλωτές, η χρησιμοποίηση σήματος προσδιορίζει την προέλευση του προϊόντος από μια συγκεκριμένη επιχείρηση. Αυτό συντελεί στο να κυκλοφορούν και να διανέμονται τα αγαθά με μεγαλύτερη ευκολία.

Παραδείγματα γνωστών σημάτων

Οι λέξεις coca-cola(θεωρείτε το πλέον αναγνωρίσιμο σήμα παγκοσμίως), καθώς και το μπουκάλι της Coca-Cola με το χαρακτηριστικό καμπυλωτό σχήμα, οι πυραμίδες με τις λέξεις Camel στα ομώνυμα τσιγάρα, η λέξη BMW μαζί με τον κύκλο με τα άστρα και τα γαλάζια τεταρτημόρια, η λέξη Mercedes με το χαρακτηριστικό αστέρι της εταιρείας, οι λέξεις Silk Cut στο μωβ τετράγωνο των τσιγάρων, η λέξη Marlboro με τη συγκεκριμένη γραμματοσειρά και τον συγκεκριμένο άσπρο και κόκκινο διασχηματισμό, η λέξη Lancome μαζί με το τριαντάφυλλο που υπάρχει επάνω σε όλα τα προϊόντα της γνωστής εταιρείας καλλυντικών, η λέξη Campari με το συγκεκριμένο πολύχρωμο διασχηματισμό που τη συνοδεύει, η λέξη Tide με τους πολύχρωμους ομόκεντρους κύκλους, η λέξη Lacoste με το συγκεκριμένο κροκοδειλάκι, η λέξη Shell με την απεικόνιση της κίτρινης και κόκκινης αχιβάδας, η λέξη Ferrari καθώς και το αλογάκι στο κίτρινο φόντο, η λέξη Levis αλλά και το σήμα 501 ξεχωριστά, είναι μερικά από τα πιο γνωστά σήματα παγκοσμίως και για το λόγο αυτό ονομάζονται “σήματα φήμης”. Επίσης, οι λέξεις DHL για αποστολή επιστολών και δεμάτων, Virgin Airlines για αερομεταφορές, TUI για ταξιδιωτικές υπηρεσίες, HILTON και HYATT για ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, Vodafone-Cosmote για υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας, είναι από τα πλέον γνωστά σήματα υπηρεσιών.

Επίσης, η λέξη Λουμίδης μαζί με την απεικόνιση του γνωστού παπαγάλου, τα μπισκότα Παπαδοπούλου, όπως και ειδικότερα τα μπισκότα Μιράντα, καθώς και οι λέξεις "ΖΑΝΑΕ", "baby-lino", "ΕΒΓΑ", "ΔΕΛΤΑ", "Goody's", "ΜΕΒΓΑΛ", "SATO", "ΓΕΡΜΑΝΟΣ", "Το Βήμα", "Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ" και "ΑΛΛΑΤΙΝΗ", με τους συγκεκριμένους χρωματικούς διασχηματισμούς που τα συνοδεύουν, είναι μερικά από τα γνωστότερα ελληνικά σήματα.



Shell



ΔΕΛΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΓΩΤΟΥ Α.Ε.

Κεφάλαιο 2^ο Επωνυμία



ΕΠΩΝΥΜΙΑ

2.1 Έννοια

Κάθε έμπορος και γενικά κάθε επιχείρηση θα πρέπει να εμφανίζονται στις συναλλαγές προσδιοριζόμενοι και εξατομικευμένοι με ένα όνομα γιατί αυτό εξυπηρετεί τόσο τους εμπορικούς συναλλασσόμενους όσο και το κοινό. Το όνομα με το οποίο ένας έμπορος και γενικότερα μια επιχείρηση εμφανίζεται και ενεργεί στις εμπορικές συναλλαγές, λέγεται εμπορικό όνομα ή εμπορική επωνυμία.

Επομένως, εμπορική επωνυμία είναι το όνομα το οποίο χρησιμοποιεί ο έμπορος στις συναλλαγές του και διακρίνει το φορέα της είτε είναι φυσικό είτε είναι νομικό πρόσωπο. Όταν ο φορέας της επιχειρήσεως είναι φυσικό πρόσωπο ονομάζεται ειδικότερα ατομική, όταν είναι εμπορική εταιρεία οποιαδήποτε μορφής, ονομάζεται εταιρική επωνυμία.

Η ατομική επωνυμία αποτελεί λειτουργία παράλληλη προς το αστικό όνομα του εμπόρου, αλλά στον περιορισμένο κύκλο των εμπορικών συναλλαγών. Το αστικό όνομα και η εμπορική επωνυμία του εμπορικού φυσικού προσώπου συμπίπτουν και η διάκριση βασίζεται αποκλειστικά στη φύση της συναλλαγής ως αστικής ή εμπορικής.

2.2 Η Επωνυμία ως διακριτικό γνώρισμα

Στο δίκαιο θεωρείται ότι η επωνυμία αποτελεί διακριτικό γνώρισμα του εμπόρου. Ο έμπορος κατά την άσκηση της εμπορικής του δραστηριότητας χρησιμοποιεί την επωνυμία του. Η χρησιμοποίηση της επωνυμίας στις εμπορικές συναλλαγές εκδηλώνεται κυρίως με την υπογραφή. Με αυτό τον τρόπο η επωνυμία αναφέρεται στον επιχειρηματία και όχι στην επιχείρηση.

Με την εξέλιξη των συναλλαγών, η επωνυμία κατέστη και διακριτικό γνώρισμα, μέσο προβολής της επιχείρησης με σκοπό την προσέλκυση και συγκράτηση της πελατείας. Άρα η επωνυμία χαρακτηρίζει τόσο την επιχείρηση όσο και τον επιχειρηματία.

Όταν η επωνυμία χαρακτηρίζει την επιχείρηση έχει περιουσιακή αξία και επομένως μπορεί να μεταβιβαστεί σύμφωνα με διατάξεις την νομοθεσίας. Η επωνυμία μπορεί να χαρακτηρίζει και τον έμπορο ως φορέα της επιχείρησης ο οποίος μπορεί να υπογράψει, να ενάγει και να ενάγεται, αφού η επιχείρηση δεν έχει νομική προσωπικότητα.

Υποστηρίζεται η άποψη ότι η επωνυμία χαρακτηρίζει άλλοτε τον επιχειρηματία, άλλοτε την επιχείρηση. Άρα η υποκειμενική επωνυμία χαρακτηρίζει τον επιχειρηματία ενώ η αντικειμενική την επιχείρηση. Η εταιρική και πρωτότυπος ατομική επωνυμία προσδιορίζουν πάντοτε τον φορέα της επιχείρησης, ενώ η παράγωγος ατομική χαρακτηρίζει την επιχείρηση.

Οι απόψεις αυτές θεωρούνται ως μη ικανοποιητικές και επιφέρουν σύγχυση αφού η οικονομική και νομική αποστολή της επωνυμίας είναι ενιαία.

2.3 Τρόποι χρησιμοποίησης της Επωνυμίας

Ο έμπορος, φυσικό ή νομικό πρόσωπο, μπορεί στις εμπορικές συναλλαγές να χρησιμοποιεί με πολλούς τρόπους την επωνυμία του.

Κατ' αρχήν, ο δικαιούχος της επωνυμίας έχει το αποκλειστικό δικαίωμα μεταχείρισής της. Συναλλάσσεται και υπογράφει, ενάγει και ενάγεται μέσω αυτής. Δικαιούται να ζητήσει με αγωγή την προστασία του δικαιώματος αυτού. Η επωνυμία χρησιμοποιείται στην επιγραφή του καταστήματος του εμπόρου, στον προσδιορισμό της προελεύσεως των προϊόντων από μια βιομηχανική επιχείρηση. Χρησιμοποιείται δηλαδή ή επωνυμία ως διακριτικός τίτλος της επιχείρησης, ως διακριτικός τίτλος του καταστήματος ή ως σήμα. Επίσης, η επωνυμία χρησιμοποιείται στις διαφημίσεις του εμπόρου στον τύπο, ραδιόφωνο, τηλεόραση, στα τιμολόγια, στην αλληλογραφία καθώς και σε διάφορες άλλες δραστηριότητες της επιχείρησης.

Αντίθετα, δεν επιτρέπεται η χρησιμοποίηση της επωνυμίας του εμπόρου στις αστικές του συναλλαγές όπως για παράδειγμα στη σύναψη γάμου ή υιοθεσίας ή στη σύνταξη διαθήκης. Αν τελικά χρησιμοποιηθεί, στις παραπάνω περιπτώσεις, επιφέρει αβεβαιότητα ως προς την ταυτότητα του αστικώς συμβαλλόμενου εμπόρου και κατά συνέπεια ακυρότητα της σχετικής συναλλαγής. Ενώ η χρησιμοποίηση του αστικού ονόματος του εμπόρου στις εμπορικές του συναλλαγές δεν επιφέρει ακυρότητα, κατά κανόνα, των συναλλαγών αυτών.

2.4 Μορφές Επωνυμίας²

Τα φυσικά πρόσωπα ασκούν ατομική επιχείρηση και έχουν ως επωνυμία το αστικό τους όνομα.

Στην Ομόρρυθμη Εταιρεία(Ο.Ε.) η επωνυμία σχηματίζεται από το αστικό όνομα όλων των ομόρρυθμων εταίρων που συμμετέχουν σε αυτήν, ή μερικών εξ αυτών, μαζί με τη σύντμηση “ και Σία “, “ Αφοί “ κ.λπ., μαζί με τη σύντμηση “ Ο.Ε. “(ΒΔ 19 Απριλίου/ 1 Μαΐου 1835, Περί του Εμπορικού Νόμου, άρθρο 21).

Στην Ετερόρρυθμη Εταιρεία(Ε.Ε.) η επωνυμία σχηματίζεται από το αστικό όνομα όλων των ομόρρυθμων εταίρων που συμμετέχουν σε αυτήν και μόνο αυτών, ή μερικών εξ αυτών, μαζί με τη σύντμηση “ και Σία “, “ Αφοί “ κ.λπ., και μαζί με τη σύντμηση “ Ε.Ε. “(ΒΔ 19 Απριλίου/1 Μαΐου 1835, Περί του Εμπορικού Νόμου, άρθρο 23, 25)

Στην Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης(Ε.Π.Ε.) η επωνυμία σχηματίζεται, είτε από το όνομα ενός ή περισσότερων εταίρων, είτε από το είδος της δραστηριότητας που ασκεί η επιχείρηση, είτε από τον συνδυασμό των παραπάνω, συνοδευόμενη σε κάθε περίπτωση από τις λέξεις “ Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης “. Όταν μια ομόρρυθμη ή ετερόρρυθμη μετατραπεί σε εταιρεία περιορισμένης ευθύνης, μπορεί να διατηρήσει την αρχική της επωνυμία, συνοδευόμενη από τις λέξεις “ Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης “ (Ν. 3190/1955 “ Περί Εταιριών Περιορισμένης Ευθύνης “ ,άρθρα 2, 53)

Στην Ανώνυμη Εταιρεία η επωνυμία σχηματίζεται από το είδος της δραστηριότητας που ασκεί η επιχείρηση, συνοδευόμενη σε κάθε περίπτωση από τις λέξεις “ Ανώνυμη Εταιρεία “. Σε περίπτωση που ο σκοπός της εταιρείας περιλαμβάνει πλείονες δραστηριότητες, η επωνυμία σχηματίζεται από τις κυριότητες, όταν η εταιρεία έχει γίνει ήδη γνωστή στις συναλλαγές με μία συγκεκριμένη επωνυμία, η τυχόν διερεύνηση του σκοπού της δεν συνεπάγεται αναγκάως και με τη μεταβολή της επωνυμίας. Η επωνυμία μπορεί να συμπεριλαμβάνει και το ονοματεπώνυμο ιδρυτή ή άλλου φυσικού προσώπου, καθώς και την επωνυμία μιας άλλης εμπορικής εταιρίας (Ν. 2190/1920 “ περί Ανώνυμων Εταιριών “ , άρθρο 5).

2.5 Πώς γίνεται η επιλογή της Επωνυμίας μιας εταιρείας

Σύμφωνα με το άρθρο 5 του Κ.Ν.2190/1920 (όπως συμπληρώθηκε από το άρθρο 3 του Ν.2339/95), η Ανώνυμη Εταιρεία παίρνει την επωνυμία της από το είδος της επιχείρησης που ασκεί.

Στην επωνυμία μπορεί ακόμα, να περιέχεται και το ονοματεπώνυμο κάποιου από τους ιδρυτές ή άλλου φυσικού προσώπου, είτε η επωνυμία κάποιας εμπορικής εταιρείας.

Πάντως στην επωνυμία θα πρέπει να περιέχονται οι λέξεις «Ανώνυμη Εταιρεία». Σε περίπτωση που ο σκοπός της εταιρείας εκτείνεται σε πολλά αντικείμενα, η επωνυμία μπορεί να λαμβάνεται από τα κυριότερα από αυτά. Επιπλέον αν ο σκοπός της εταιρείας διευρυνθεί, δεν συνεπάγεται αναγκαία ότι πρέπει να μεταβληθεί και η εταιρική επωνυμία με την οποία η εταιρεία είναι ήδη γνωστή στις συναλλαγές. Για τις διεθνείς συναλλαγές της εταιρείας η επωνυμία μπορεί να εκφράζεται και σε ξένη γλώσσα σε πιστή μετάφραση ή με λατινικά στοιχεία. Τέλος, ειδικά για την τραπεζική Α.Ε. ο νόμος(άρθρο 10 παρ.2 Ν.5076/31) προβλέπει ότι η επωνυμία αυτής πρέπει να εγκριθεί από το Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας.

2.6 Αρχές που διέπουν την Επωνυμία

Για λόγους οικονομικούς και σκοπιμότητας, χάριν της αρμονίας και της τάξεως στις συναλλαγές, έχουν διατυπωθεί ορισμένες αρχές που πρέπει να τηρούνται κατά το σχηματισμό της επωνυμίας και οι οποίες μερικές φορές αλληλοσυγκρούονται.

Οι αρχές που διέπουν την επωνυμία είναι επτά:1)Η Αρχή της αλήθειας, 2)Η Αρχή της διάρκειας, 3)Η Αρχή της αποκλειστικότητας ή του ευδιακρίτου, 4)Η Αρχή της ενότητας, 5)Η Αρχή της σύνδεσης επωνυμίας και επιχείρησης, 6)Η Αρχή της δημοσιότητας και 7)Η Αρχή της χρονικής προτεραιότητας.

Παρακάτω θα αναλύσουμε τέσσερις από τις σημαντικότερες αρχές που είναι οι εξής:

1)Η Αρχή της αλήθειας

Σύμφωνα με αυτή την αρχή, η επωνυμία πρέπει να ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα, να μην είναι φανταστική ή παραπλανητική και να αποδίδει το αληθές όνομα του εμπόρου. Έτσι το καταναλωτικό κοινό θα είναι σε θέση να πληροφορείται αμέσως, με ασφάλεια, για την πραγματική ταυτότητα του εμπόρου, είτε αυτός είναι φυσικό είτε είναι νομικό πρόσωπο.

Επί εμπόρων φυσικών προσώπων, η αρχή της αλήθειας επιβάλλει τη χρησιμοποίηση από αυτούς ως επωνυμία το αστικό τους όνομα. Σε περίπτωση μεταβολής του αστικού ονόματος συνεπάγεται, βάση της αρχής της αλήθειας, μεταβολή της επωνυμίας, για να είναι αληθινή και να ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα.

Επί εμπόρων νομικών προσώπων, η αρχή της αλήθειας επιβάλλει επί προσωπικών εταιρειών τη χρησιμοποίηση των αστικών ονομάτων των ομόρρυθμων εταιρειών, επί κεφαλαιουχικών εταιρειών την ένδειξη του αντικειμένου της επιχείρησης. Επί συνεταιρισμού, η επωνυμία είναι αντικειμενική, ενώ επί εταιρείας περιορισμένης ευθύνης μπορεί να είναι υποκειμενική, αντικειμενική ή μικτή. Πάντως η επωνυμία πρέπει να είναι αληθής. Σε περίπτωση που δεν εφαρμόζεται αυτό τότε παραβιάζεται η αρχή της αλήθειας και ίσως ο νόμος περί αθέμιτου ανταγωνισμού.

Υποστηρίχθηκε η άποψη να χρησιμοποιηθούν νόμιμα οι ψευδείς ή οι αυθαίρετες ή οι φανταστικές επωνυμίες. Η άποψη όμως αυτή δεν επικράτησε γιατί θα ήταν αντίθετη προς τις διάφορες διατάξεις της ελληνικής νομοθεσίας και ιδιαίτερα προς τις διατάξεις για το σχηματισμό των εταιρικών επωνυμιών.

2) Η Αρχή της διάρκειας

Σύμφωνα με την αρχή αυτή η επωνυμία μεταβιβάζεται δια μέσου κληρονομιάς και ειδικής διαδοχής. Από αυτό προκύπτει ότι σε περιπτώσεις των παραγώγων επωνυμιών, οι εμπορευόμενοι μπορούν να χρησιμοποιούν επωνυμία η οποία δεν είναι και το όνομά τους και συνεπώς μη ανταποκρινόμενη στην αρχή της αλήθειας.

Η αρχή της αλήθειας παραμένει ως κύρια αρχή για το σχηματισμό των επωνυμιών. Η μεταβίβαση της επωνυμίας δεν είναι δυνατόν να οδηγήσει στο παραμερισμό της αρχής της αλήθειας με τρόπο που να δημιουργεί κινδύνους παραπλάνησης του κοινού. Αυτό είναι δυνατόν να συμβεί σε περίπτωση μεταβίβασης επωνυμίας φυσικού προσώπου σε εταιρεία και αντίστροφα. Στις περιπτώσεις αυτές η χρησιμοποίηση αυτούσιας της μεταβιβασθείσης επωνυμίας από το διάδοχο χωρίς τη προσθήκη διακριτικού, με το οποίο να φαίνεται η μεταβολή, τότε δεν πρόκειται για παραγώγου επωνυμία αλλά για κατάχρηση της επωνυμίας. Σύμφωνα με το άρθρο 2 του ν.δ. 28 Απριλίου/17 Μαΐου 1923. «περί μεταρρυθμίσεως διατάξεων περί εταιριών» επιτρέπεται η συνέχιση ομόρρυθμου ή ετερόρρυθμου εταιρείας με τους κληρονόμους τους θανόντος εταίρου, εφόσον είχε συμφωνηθεί μεταξύ των εταίρων, ότι μπορεί να συνεχιστεί η υπάρχουσα επωνυμία εμπορικής εταιρείας, ανεξαρτήτως της μεταβολής από το θάνατο. Για συνέχιση όμως της επωνυμίας στην οποία περιέχεται το όνομα του αποθανόντος εταίρου απαιτείται και η συναίνεση των κληρονόμων αυτού έστω και αν δεν

συμμετέχουν στην εταιρεία. Γι' αυτό, μετά το θάνατο του εταίρου, η συνεχιζόμενη επωνυμία καθίσταται εν μέρει αναληθής.

Σε περίπτωση αποχωρήσεως ή αποκλεισμού εταίρων ενώ η εταιρεία εξακολουθεί να υπάρχει μεταξύ των υπολοίπων εταίρων, η συναίνεση θα πρέπει να δοθεί και από τον εταίρο που αποχωρεί. Σύμφωνα με το άρθρο 53 του νόμου 3190/1955 «περί εταιριών περιορισμένης ευθύνης» ορίζεται ότι η επωνυμία της εταιρείας που μετατρέπεται μπορεί να διατηρηθεί εφόσον προστεθούν σ' αυτήν οι λέξεις «εταιρεία περιορισμένης ευθύνης».

Σχετικά με την Α.Ε. το άρθρο 5 του νόμου 2190/1920 «περί ανωνύμων εταιριών» ορίζει ότι μπορεί στην επωνυμία της Α.Ε. να περιληφθεί και το ονοματεπώνυμο ιδρυτού ή άλλου φυσικού προσώπου ή ακόμη η επωνυμία μιας άλλης εμπορικής εταιρείας. Σύμφωνα με τη διάταξη αυτή επιτρέπεται, σε περίπτωση μετατροπής ορισμένης επιχείρησης σε ανώνυμη εταιρεία, να περιληφθεί η επωνυμία της επιχείρησης, ατομικής ή εταιρικής στην επωνυμία της Α.Ε., ώστε να προκύπτει από αυτή η συνέχεια της επιχειρήσεως υπό την νέα της μορφή.

3) Η Αρχή της αποκλειστικότητας ή του ευδιακρίτου

Η Αρχή της αποκλειστικότητας καθιερώθηκε με τον νόμο 184/1914 «περί εμπορικών και βιομηχανικών επιμελητηρίων». Σύμφωνα με το νόμο αυτό, κάθε νέα επωνυμία θα πρέπει να διαφέρει κατά τρόπο ευδιάκριτο από τις ήδη εγγεγραμμένες επωνυμίες για να αποφευχθεί η σύγχυση.

Στις εταιρικές επωνυμίες η τήρηση της αρχής αυτής δεν δημιουργεί κάποιο σοβαρό πρόβλημα, δεδομένου ότι το δίκαιο επιτρέπει για το σχηματισμό τους αρκετή ελευθερία.

Στις ατομικές επωνυμίες, επειδή τα φυσικά πρόσωπα είναι υποχρεωμένα να χρησιμοποιούν το αστικό τους όνομα ως επωνυμία, είναι πολύ πιθανό να υπάρξουν συνωνυμίες, οπότε υπάρχει αδυναμία διακρίσεως των επωνυμιών. Γι' αυτό ο νόμος, προς αποφυγή συγχύσεως, ορίζει ότι αν το ονοματεπώνυμο του εμπόρου μοιάζει με μια επωνυμία η οποία είναι ήδη εγγεγραμμένη, θα πρέπει ο έμπορος να προσθέσει ένα διακριτικό γνώρισμα το οποίο θα το διακρίνει από την προγενέστερη επωνυμία.

Η συντόμευση του βαπτιστικού ονόματος ή η αλλαγή της σειράς των πολλών βαπτιστικών ονομάτων δεν είναι αρκετά για τη σαφή διάκριση των επωνυμιών. Επίσης σαφή διάκριση των επωνυμιών δεν υπάρχουν όταν αυτές συμπίπτουν φωνητικά, έστω και αν υπάρχει διαφορά κατά την γραφή.

Ως επαρκή διακριτικά των επωνυμιών κρίνονται, κατά τις περιστάσεις και χρησιμοποιούνται από τους επιχειρηματίες, οι διάφορες

ενδείξεις όπως το πατρικό όνομα, ο τόπος καταγωγής ή εμπορίας, η λέξη «νεώτερος» ή «υιός», το είδος της εμπορίας.

Οι ενδείξεις αυτές θα πρέπει να ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Στις περιπτώσεις που πραγματοποιούνται ψευδείς προσθήκες και μεταβολές τόσο στην ατομική όσο και στην εταιρική επωνυμία, παρατηρούμε ότι παραβιάζεται η αρχή της αλήθειας και μπορεί οι περιπτώσεις αυτές, να προκαλέσουν παραπλάνηση του κοινού ως προς το μέγεθος, το είδος, το αντικείμενο, τη μορφή της επιχείρησης ή την ύπαρξη σχέσεως προς το δημόσιο ή αλλοδαπό κράτος.

4) Η Αρχή της ενότητας

Σύμφωνα με την αρχή της ενότητας ο έμπορος απαγορεύεται να χρησιμοποιεί πολλές επωνυμίες για την επιχείρησή του. Αυτό έχει διατυπωθεί από το νόμο 1089/1980 ο οποίος ορίζει ότι κάθε επιχείρηση θα πρέπει να διεξάγει τις εργασίες της υπό μια εμπορική ή εταιρική επωνυμία.

Σε περίπτωση που υπάρχουν υποκαταστήματα και τα οποία αποτελούν τις δευτερεύουσες εγκαταστάσεις της επιχείρησης εξαρτώμενες από την κύρια εγκατάσταση, τότε η αναγγελία της επωνυμίας γίνεται και στα επιμελητήρια στα οποία υπάγονται τα υποκαταστήματα. Αυτά χρησιμοποιούν την επωνυμία του κύριου καταστήματος με την προσθήκη διακριτικών γνωρισμάτων τα οποία δείχνουν ότι πρόκειται για υποκαταστήματα.

Αν ο έμπορος, φυσικό πρόσωπο, έχει στην κατοχή του πολλές αυτοτελείς επιχειρήσεις θα πρέπει να χρησιμοποιεί διαφορετική επωνυμία για κάθε επιχείρηση έτσι ώστε να μην υπάρχει κίνδυνος παραπλάνησης του κοινού. Καθεμιά επωνυμία περιλαμβάνει το αστικό όνομα του εμπόρου στο οποίο προστίθεται ένα διακριτικό γνώρισμα ώστε να αποφευχθεί η σύμπτωση μεταξύ των επωνυμιών.

Δεν είναι δυνατόν να συμβεί το ίδιο και στους εμπόρους νομικών προσώπων της εταιρείας που εμφανίζεται με μια μόνο επωνυμία στις συναλλαγές. Διαφορετικά θα υπήρχε σοβαρός κίνδυνος συγχύσεως στις συναλλαγές για την ταυτότητα της εταιρείας.

2.7 Συστήματα σχηματισμού της Επωνυμίας

Τα βασικότερα συστήματα τα οποία ακολουθούνται από τις νομοθεσίες των διαφόρων κρατών για το σχηματισμό των επωνυμιών είναι τα εξής:

1. **Το σύστημα της αλήθειας:** Σύμφωνα με αυτό ο έμπορος οφείλει να εφαρμόσει την αρχή της αλήθειας στην επιλογή και χρησιμοποίηση της επωνυμίας του και να μην παραπλανεί τους συναλλασσόμενους.
2. **Το σύστημα της ελεύθερης επιλογής της επωνυμίας:** Με βάση το σύστημα αυτό ο έμπορος έχει την ελευθέρια να διαλέξει την επωνυμία του.
3. **Το μικτό ή ενδιάμεσο σύστημα:** Στο σύστημα αυτό ισχύει βασικά η αρχή της αλήθειας για την αρχική, την πρωτότυπη, χρησιμοποίηση της επωνυμίας, ενώ προκειμένου περί διαδοχής στην επωνυμία διασπάται χάρη της διάρκειας της επωνυμίας.

2.8 Η απόκτηση και η απώλεια του δικαιώματος στην επωνυμία

Η έναρξη και η λήξη του δικαιώματος στην επωνυμία συμπίπτουν με την χρησιμότητα και την παύση της χρησιμοποίησης της, ανεξάρτητα από την τήρηση οποιοδήποτε διατυπώσεων. Εν τούτοις, ο νόμος προβλέπει ορισμένες υποχρεώσεις για τον έμπορο, κυρίως όσο αφορά την απόκτηση του δικαιώματος. Ειδικότερα :

Απόκτηση δικαιώματος στην επωνυμία

Ο έμπορος ή ο βιομήχανος έχει την υποχρέωση μέσα σε δύο μήνες από την έναρξη των εργασιών του να την αναγγείλει στα Εμπορικά και Βιομηχανικά Επιμελητήρια του τόπου, όπου έχει το κύριο γραφείο και τα υποκαταστήματά του. Η επωνυμία γράφεται στο ειδικό πρωτόκολλο των εμπορικών και βιομηχανικών επωνυμιών. Αν περάσει άπρακτη η δίμηνη προθεσμία, η επωνυμία μπορεί να εγγραφεί αυτεπάγγελα από τον πρόεδρο του επιμελητηρίου. Εντός της ίδιας προθεσμίας, ο έμπορος ή ο βιομήχανος υποχρεούται να αναγγείλει και κάθε μεταβολή σχετικά με το περιεχόμενο και την αλλαγή του φορέα της επωνυμίας.

Η αναγγελία της επωνυμίας περιέχει:

- I. Όνομα, επώνυμο, όνομα πατρός και επί εγγάμου γυναίκας όνομα συζύγου και ονοματεπώνυμο πατρός, έτος και τόπος γεννήσεως, διεύθυνση καταστήματος, διεύθυνση κατοικίας εμπόρου ή βιομηχάνου, των μελών της ομορρύθμου και ετερορρύθμου εταιρείας, των μελών και διαχειριστών της εταιρείας περιορισμένης ευθύνης, των μελών του διοικητικού συμβουλίου της ανώνυμης εταιρείας και των μελών του διοικητικού συμβουλίου του συνεταιρισμού.
- II. Την εμπορική επωνυμία ή την εταιρική επωνυμία σύμφωνα με την οποία διεξάγονται οι εργασίες, καθώς και το διακριτικό τίτλο της επιχείρησης.
- III. Την έδρα και τη διεύθυνση της επιχείρησης, τη χρονολογία ενάρξεως και λειτουργία της, το είδος, τους κλάδους, τους αντιπροσώπους, μέχρι και τα κεφάλαιά της.

Η αναγγελία της επωνυμίας και η εγγραφή της στο πρωτόκολλο επωνυμιών δεν έχουν δημιουργικό ή συστατικό χαρακτήρα αλλά αποτελεί τη δήλωση του δικαιώματος. Γιατί το δικαίωμα στην επωνυμία αποκτάται με την χρησιμοποίησή της. Η εγγραφή της επωνυμίας απλώς δημιουργεί τεκμήριο υπέρ του εμπόρου ότι είναι νόμιμος κάτοχός της.

Η επωνυμία αποτελεί τόσο στοιχείο της προσωπικότητας του επιχειρηματία όσο και διακριτικό γνώρισμα της επιχείρησης. Προστατεύεται από το δίκαιο τόσο ως όνομα όσο και ως διακριτικό γνώρισμα με περιεχόμενο οικονομικό. Η επωνυμία εξυπηρετεί τα συμφέροντα της επιχείρησης και αποτελεί συστατικό της στοιχείο. Έχει περιουσιακή αξία γι' αυτό μεταβιβάζεται σύμφωνα με τις διατάξεις των περισσότερων νομοθεσιών. Θα πρέπει να σημειωθεί πως η επωνυμία δεν μεταβιβάζεται χωρίς την επιχείρηση. Επομένως, ο διάδοχος της επωνυμίας είναι και ο συνεχιστής στην οποία η επωνυμία αναφέρεται.

Απώλεια δικαιώματος στην επωνυμία

Σε περίπτωση αλλαγής της επωνυμίας, ατομικής ή εταιρικής, είναι προφανές ότι αποκτάται δικαίωμα επί της Νέας επωνυμίας, ενώ το δικαίωμα επί της Παλιάς επωνυμίας, μη χρησιμοποιούμενη από το φορέα, παραγράφεται. Διάφορα περιστατικά μπορούν να οδηγήσουν στην αλλαγή της ατομικής ή εταιρικής επωνυμίας.

Νόμιμοι λόγοι, που μπορούν να οδηγήσουν στην αλλαγή της ατομικής επωνυμίας, είναι η υιοθεσία, η αναγνώριση, η έγκριση της Νομαρχίας για αλλαγή του επωνύμου, ο γάμος, το διαζύγιο. Όπως για παράδειγμα, όταν μία γυναίκα μετά το γάμο διατηρεί το πατρώνυμο παράλληλα με το επώνυμο του αντρός της αν διαπιστώσει πως είναι

προς όφελός της. Υπάρχει ο προβληματισμός αν μπορεί η γυναίκα να διατηρήσει το όνομα του συζύγου της και μετά από το διαζύγιό τους. Σύμφωνα με το νόμο 1329/1983 υποστηρίχθηκε η άποψη ότι μπορεί η διαζευγμένη σύζυγος να διατηρήσει το όνομα του συζύγου της, αν τη βοηθήσει στο να συγκρατήσει την πελατεία της, στη διατήρηση της οικονομικής αξίας της επιχείρησης.

Η αλλαγή της εταιρικής επωνυμίας γίνεται με βάση το καταστατικό όπου το δικαίωμα επί της παλιάς επωνυμίας διαγράφεται. Αλλαγή στην εταιρική επωνυμία έχουμε σε περίπτωση θανάτου ή αποχώρησης του ενός εταίρου.

Το δικαίωμα επί της επωνυμίας χάνεται όταν παύσει να την χρησιμοποιεί ο φορέας της ή όταν παύει να λειτουργεί η επιχείρηση. Συγκεκριμένα σε περίπτωση θανάτου του εμπόρου η επωνυμία μεταβιβάζεται στον κληρονόμο της επιχείρησης, εκτός εάν μετά από επιθυμία του εμπόρου έχει απαγορευτεί η μεταβίβαση της επωνυμίας του. Στην εμπορική εταιρεία, η εταιρική επωνυμία δεν χάνεται με το θάνατο του εμπόρου αλλά συνεχίζει να υπάρχει και στο στάδιο της εκκαθάρισεως της εταιρείας, το δικαίωμα επί της επωνυμίας χάνεται.

Το δικαίωμα επί της επωνυμίας χάνεται και στην περίπτωση πτωχεύσεως του εμπόρου, φυσικού ή νομικού προσώπου. Γενικά η επωνυμία ακολουθεί τη τύχη της επιχειρήσεως. Αν μεταβιβαστεί η επιχείρηση τότε μεταβιβάζεται και το δικαίωμα επί της επωνυμίας. Αν διακοπεί η λειτουργία της επιχείρησης τότε το δικαίωμα επί της επωνυμίας χάνεται.

Δεδομένου ότι η εγγραφή της επωνυμίας στο πρωτόκολλο επωνύμων στο επιμελητήριο δεν έχει συστατική σημασία αλλά μόνο δηλωτική, συνάγεται ότι η διαγραφή από το πρωτόκολλο αυτό δεν σημαίνει και απώλεια του δικαιώματος επί της επωνυμίας. Η διαγραφή μπορεί να έγινε εσφαλμένα γι' αυτό θα πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ απώλειας του δικαιώματος επί της επωνυμίας και διαγραφής αυτής.

2.9 Η Προστασία της Επωνυμίας-Παραγραφή αξιώσεων δικαιούχου

Η Προστασία της επωνυμίας

Ο φορέας που καταθέτει πρώτος μία επωνυμία, έχει τεκμήριο προτεραιότητας και δικαίωμα αποκλειστικής χρήσης της επωνυμίας αυτής. Η επωνυμία προστατεύεται δικαστικά και ο κατά προτεραιότητα καταθέτης της(φορέας της επωνυμίας), δικαιούται να αξιώσει με ασφαλιστικά μέτρα ή με αγωγή, την απαγόρευση χρήσης της από οποιοδήποτε τρίτο, αποδεικνύοντας κίνδυνο σύγχυσης στις συναλλαγές

και παραπλάνησης των καταναλωτών, ως προς την επιχείρηση που εξατομικεύει η επωνυμία.

Εάν ο επιχειρηματίας δεν καταχώρησε την εμπορική επωνυμία του στο πρωτόκολλο του αρμόδιου επιμελητηρίου, αλλά απλώς έχει την προτεραιότητα της χρήσης στις συναλλαγές, πρόκειται για καθιέρωση εμπορικής επωνυμίας δια της χρήσεως στις συναλλαγές και προστατεύεται με τις διατάξεις περί αθέμιτου ανταγωνισμού.

Ο δικαιούχος μπορεί να αξιώσει δικαστικά την παράλειψη της χρήσης και την ανόρθωση της προσκληθείσας ζημιάς. Σε περίπτωση που η χρήση εκ μέρους του τρίτου έγινε με πρόθεση να προκαλέσει σύγχυση στις συναλλαγές, τιμωρείται με φυλάκιση έως 6 μήνες και χρηματική ποινή.

Η προστασία της αρχίζει με την χρησιμοποίησή της και λήγει με την οριστική παύση της χρησιμοποίησή της ή την παύση της οικονομικής δραστηριότητας του φορέα της ή την παύση της λειτουργίας της επιχείρησης. Η προστασία της επωνυμίας παρέχεται αφενός από τον Αστικό Κώδικα με τις διατάξεις για την προστασία της προσωπικότητας και αφετέρου από την εμπορική νομοθεσία. Η παρεχόμενη προστασία της επωνυμίας διακρίνεται σε διοικητική, ποινική και αστική προστασία.

Η διοικητική προστασία της επωνυμίας συνίσταται στο ότι ο Πρόεδρος του οικείου Επιμελητηρίου οφείλει να αρνηθεί την εγγραφή στο πρωτόκολλο επωνυμιών μιας νέας επωνυμίας αν και αυτή δεν διαφέρει κατά τρόπο ευδιάκριτο από τις προεγγεγραμμένες επωνυμίες.

Η ποινική προστασία της επωνυμίας παρέχεται στο φορέα της επωνυμίας που χρησιμοποιείται και από άλλον με σκοπό να προκληθεί σύγχυση στις συναλλαγές. Για την προστασία της επωνυμίας μπορεί να χρησιμοποιηθούν οι διατάξεις του Ποινικού Κώδικα για την πλαστογραφία και την απάτη.

Η αστική προστασία συνίσταται σε αγωγή «επί παραλείψει» ενώπιον του Πολυμελούς Πρωτοδικείου της κατοικίας του εναγόμενου, σε αγωγή αποζημιώσεως, στη λήψη ασφαλιστικών και σε ικανοποίηση ηθικής βλάβης.

- Η αγωγή «επί παραλείψει» συνίσταται στη χρησιμοποίηση επωνυμίας από άλλον, η οποία προσβάλλει το δικαίωμα του δικαιούχου της. Οι προϋποθέσεις οι οποίες πρέπει να συντρέχουν για την έγερση της αγωγής αυτής είναι:
 - i. Όταν χρησιμοποιείται επωνυμία στις εμπορικές και βιομηχανικές συναλλαγές κατά τρόπο μπορεί να προκαλέσει σύγχυση προς την επωνυμία του δικαιούχου.

- ii. Όταν τελείται πράξη η οποία αντιτίθεται στα χρηστά ήθη και γίνεται με σκοπό ανταγωνισμού στις εμπορικές, βιομηχανικές ή γεωργικές συναλλαγές.
 - iii. Όταν προσβάλλεται γενικά η επωνυμία με την παράνομη χρησιμοποίησή της γιατί η επωνυμία προσδιορίζει και εξατομικεύει το φορέα της επιχείρησης.
 - iv. Όταν προσβάλλεται το δικαίωμα επί της επωνυμίας με την αναγγελία και εγγραφή στο πρωτόκολλο επωνυμιών, επωνυμίας η οποία μοιάζει με εκείνη του δικαιούχου και
 - v. Όταν χρησιμοποιείται μεταγενέστερα επωνυμία από άλλον ως σήμα όμοιο με την προχρησιμοποιούμενη επωνυμία.
- Η αγωγή αποζημιώσεως του δικαιούχου για ζημιά την οποία υπέστη λόγω προσβολής του δικαιώματος επί της επωνυμίας του. Για την έγερση της αγωγής απαιτούνται οι εξής προϋποθέσεις:
 - i. Παράνομη προσβολή του δικαιώματος επί της επωνυμίας του δικαιούχου
 - ii. Δόλος ή αμέλεια του εναγόμενου
 - iii. Ζημιά του δικαιούχου.

Η σχετική αξίωση συνίσταται στην αποκατάσταση της περιουσιακής καταστάσεως στην οποία θα βρισκόταν ο δικαιούχος αν δεν είχε πραγματοποιηθεί η προσβολή της επωνυμίας.

- Τα ασφαλιστικά μέτρα τα οποία μπορεί να ζητήσει ο δικαιούχος της επωνυμίας από το Μονομελές Πρωτοδικείο του τόπου κατοικίας του εναγόμενου ή του τόπου όπου πραγματοποιήθηκε η προσβολή της επωνυμίας.
- Η αγωγή προς ικανοποίηση της ηθικής βλάβης του δικαιούχου λόγω προσβολής της επωνυμίας. Τα στοιχεία της είναι:
 - i. Παράνομη προσβολή του δικαιώματος επί της επωνυμίας
 - ii. Υπαιτιότητα
 - iii. Ηθική βλάβη.

Η ποινική και αστική προστασία χαρακτηρίζεται ως κύρια προστασία. Η παραπάνω προστασία ισχύει και για τις επώνυμες αλλοδαπών, φυσικών ή νομικών προσώπων.

Παραγραφή αξιώσεων δικαιούχου

Όταν η αίτηση παροχής δικαστικής προστασίας στηρίζεται στις διατάξεις περί αθέμιτου ανταγωνισμού, πρέπει να ασκηθεί εντός έξι μηνών από το χρονικό σημείο κατά το οποίο ο δικαιούχος έλαβε γνώση

πράξης καθώς και του υπεύθυνου προσώπου. Σε κάθε περίπτωση, μετά την πρόοδο της τριετίας από την τέλεση της πράξης.(άρθρο 19 ν.146/1914 περί αθέμιτου ανταγωνισμού).

2.10 Η σημασία της Επωνυμίας

Η επωνυμία έχει οικονομική και κοινωνική σημασία για τον έμπορο και για το κοινό των συναλλασσομένων. Ο έμπορος, φυσικό ή νομικό πρόσωπο, έγινε γνωστός και απέκτησε καλή φήμη στις συναλλαγές με μια συγκεκριμένη επωνυμία. Γι' αυτό έχει κάθε συμφέρον να μην εμφανιστεί άλλος στις συναλλαγές με την ίδια με αποτέλεσμα να προκαλέσει σύγχυση. Ακόμη για τον έμπορο η επωνυμία αποτελεί περιουσιακή αξία, έχει οικονομικό περιεχόμενο γι' αυτό και θα πρέπει να προστατευτεί.

Αλλά και για το κοινό των συναλλασσόμενων υπάρχει το ίδιο συμφέρον και η ίδια ανάγκη προστασίας των επωνυμιών. Και για το κοινό η επωνυμία έχει οικονομικό περιεχόμενο. Το κοινό βλέπει τις εγγυήσεις τις οποίες παρέχει η επωνυμία ως προς τη φερεγγυότητα του φορέα της και την δυναμικότητα της επιχείρησης στην οποία αναφέρεται. Επομένως έχει συμφέρον να μην εξαπατάται από την χρήση παραπλανητικών επωνυμιών.

2.11 Διαδικασία προέγκρισης Επωνυμίας για κάθε τύπο εταιρείας³

Καταχώρηση επωνυμίας

Όποιος ασκεί εμπορική ή βιομηχανική επιχείρηση, υποχρεούται εντός δύο μηνών από την έναρξη των εργασιών της, να αναγγείλει την έναρξη των εργασιών του, στο επιμελητήριο του τόπου όπου βρίσκεται το κύριο κατάστημα και τα υποκαταστήματα της επιχείρησής του.

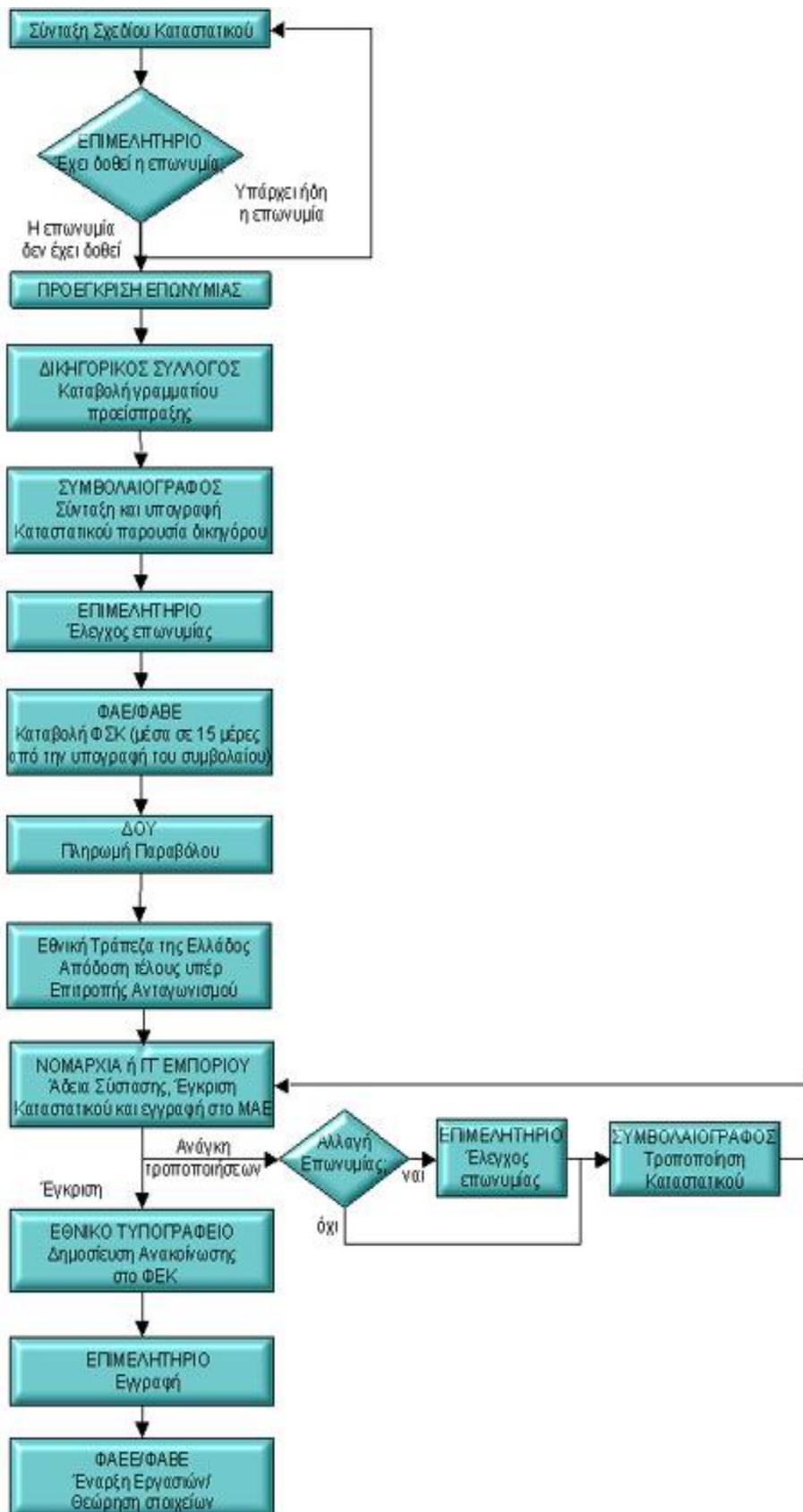
Στην αναγγελία αυτή, δηλώνεται στο επιμελητήριο μεταξύ των άλλων και η εμπορική επωνυμία της επιχείρησης, η οποία καταχωρείται στο πρωτόκολλο επωνυμιών. Δημιουργείται έτσι ένα τεκμήριο προτεραιότητας όσον αφορά την καταχωρηθείσα επωνυμία. Ανάλογα με την μορφή της επιχείρησης, η επωνυμία μπορεί να αποτελείται από το όνομα του επιχειρηματία(ονοματική επωνυμία), από το είδος της ασκούμενης επιχείρησης (πραγματική επωνυμία) ή από έναν

³ <http://www.gge.gr/09diadsystasis/html/oe.html>

συνδυασμό των δύο(μικτή επωνυμία). Η επωνυμία κάθε επιχείρησης πρέπει να διαφέρει με ευδιάκριτο τρόπο από τις ήδη καταχωρημένες στο πρωτόκολλο, επωνυμίες των άλλων επιχειρήσεων. Το Επιμελητήριο ελέγχει εάν η επωνυμία που πρόκειται να δηλωθεί ταυτίζεται με άλλη προγενέστερα δηλωθείσα επωνυμία. Σε περίπτωση ομοιότητας ονοματεπώνυμου εμπόρου, με επωνυμία που έχει καταχωρηθεί νωρίτερα, προστίθεται στο ονοματεπώνυμο ένα επιπλέον διακριτικό, ώστε να μην υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης των συναλλασσόμενων. (Ν.1089/1980, `` Περί Εμπορικών και Βιομηχανικών Επαγγελματιών και Βιοτεχνικών Επιμελητηρίων `` , άρθρο 4 παρ.1 , άρθρο 8, ΦΕΚ Α ' 261/12.11.1980).

Παρακάτω ακολουθούν κάποια σχεδιαγράμματα που δείχνουν τις διαδικασίες σύστασης επιχειρήσεις καθώς και την προέγκριση της επωνυμίας όπως είναι για κάθε εταιρεία.

- Προέγκριση επωνυμίας για την Ανώνυμη Εταιρεία:



Με την επίσκεψη στο επιμελητήριο θα πρέπει να κατατεθεί συμπληρωμένη μία αίτηση (που φαίνεται παρακάτω) και ένα παράβολο των 6 ευρώ. Ένα μετά την αίτηση, η επιλεγμένη επωνυμία και ο διακριτικός τίτλος είναι αποδεκτός, θα δοθεί μία βεβαίωση όπου θα είναι ένας αύξων αριθμός κράτησης της συγκεκριμένης επωνυμίας ο οποίος θα έχει ισχύει για 2 μήνες. Ενώ όμως σε περίπτωση που η επωνυμία έχει ήδη χρησιμοποιηθεί ή δεν είναι συμβατή με τις απαιτήσεις του νόμου, θα πρέπει να γίνει η επιλογή νέας επωνυμίας και να προσαρμοστεί εξίσου στο Σχέδιο Καταστατικού. Αξίζει να σημειώσουμε ότι το στάδιο αυτό Προέγκρισης Επωνυμίας δεν είναι υποχρεωτικό αλλά είναι χρήσιμο να γίνει πριν τη σύνταξη και υπογραφή του καταστατικού, γιατί έτσι βεβαιώνεται ότι η συγκεκριμένη επωνυμία που έχει επιλεγθεί είναι δεκτή και δεν θα χρειαστεί να αλλαγές στο καταστατικό.

Α Ι Τ Η Σ Η

Προς το
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
 Τμήμα Μητρώου

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΙΤΟΥΝΤΟΣ

ΕΠΩΝΥΜΟ: Σας παρακαλώ, να ελέγξετε την Ελληνική
 ΟΝΟΜΑ: Επωνυμία:

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
 ΟΔΟΣ:
 ΑΡ.: Τ.Κ.: Λατινική Επωνυμία:
 ΠΕΡΙΟΧΗ:
 ΤΗΛ. 1: ή τον Ελληνικό Διακρ. Τίτλο:
 ΤΗΛ. 2:
 FAX: προκειμένου να τα χρησιμοποιήσω στην
 υπό σύσταση ή τροποποίηση επιχείρηση
 με αντικείμενο εργασιών

 και προβείτε σε προσωρινή καταχώρηση
 αυτής στα Μητρώα σας ώστε εντός
 μηνός από σήμερα να σας προσκομίσω
 τα σχετικά καταστατικά ή τροποποιητικά
 για οριστική καταχώρηση.

Αθήνα, / / 2000

..... Αιτών/ούσα

- Προέγκριση Επωνυμίας για την Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης:



Εφόσον έχει επιλεχθεί η επωνυμία και ο διακριτικός τίτλος της νέας εταιρείας και εφόσον γνωρίζουμε το σκοπό και τον τύπο της, είναι σκόπιμο να γίνει μία επίσκεψη στο επιμελητήριο για να γίνει η απαιτούμενη βεβαίωση ότι η συγκεκριμένη επωνυμία και διακριτικός τίτλος δεν έχει ήδη δοθεί σε κάποια άλλη Ε.Π.Ε. και είναι σύμφωνη με τις απαιτήσεις του νόμου(άρθρο 6, Ν.3190/1955). Κατά την επίσκεψη στο επιμελητήριο πρέπει να κατατεθεί μία συμπληρωμένη αίτηση και ένα παράβολο των 6 ευρώ. Εάν η επωνυμία και ο διακριτικός τίτλος είναι αποδεκτός, θα δοθεί ένας αύξων αριθμός κράτησης της επωνυμίας ο οποίος θα ισχύει για 2 μήνες. Στην περίπτωση βέβαια που η επωνυμία που έχει επιλεχθεί χρησιμοποιείτε ήδη ή δεν είναι συμβατή με τις απαιτήσεις του νόμου, θα πρέπει να επιλεχθεί μία επωνυμία και να προσαρμοστεί ανάλογα στο Σχέδιο Καταστατικού. (Το στάδιο αυτό της Προέγκρισης της Επωνυμίας, δεν είναι υποχρεωτικό αλλά είναι χρήσιμο να γίνει πριν από την σύνταξη και την υπογραφή του καταστατικού, για να βεβαιωθούν έτσι οι εταίροι ότι η επωνυμία που έχουν επιλέξει είναι δεκτή και να μην χρειαστεί να κάνετε αλλαγές στο καταστατικό.)

- Προέγκριση επωνυμίας για την Ετερόρρυθμη Εταιρεία:



Εφόσον έχει επιλεγθεί η επωνυμία και ο διακριτικός τίτλος της νέας εταιρείας και εφόσον είναι γνωστός ο σκοπός και ο τύπος της, είναι σκόπιμο να γίνει μία επίσκεψη στο οικείο επιμελητήριο για να ελεγχθεί ότι η συγκεκριμένη επωνυμία και διακριτικός τίτλος δεν έχει δοθεί ήδη σε κάποια άλλη Ομόρρυθμη Εταιρεία και είναι σύμφωνη με τις απαιτήσεις του νόμου. Κατά την επίσκεψη στο οικείο επιμελητήριο θα πρέπει να κατατεθεί μία αίτηση(έχει αναρτηθεί πιο πάνω) και ένα παράβολο περίπου των 6 ευρώ. Εάν η επιλεγμένη επωνυμία και ο διακριτικός τίτλος είναι αποδεκτός θα δοθεί στους εταίρους μία βεβαίωση Προέγκριση Επωνυμίας. Στην περίπτωση όπου η επωνυμία που έχει επιλεγθεί έχει ήδη χρησιμοποιηθεί ή δεν είναι συμβατή με τις απαιτήσεις του νόμου, θα πρέπει να γίνει απαραίτητως η επιλογή μιας νέας επωνυμίας για την επιχείρηση. (Το στάδιο αυτό της Προέγκρισης της Επωνυμίας, δεν είναι υποχρεωτικό αλλά είναι χρήσιμο να γίνει πριν από την σύνταξη και την υπογραφή του καταστατικού, για να βεβαιωθούν έτσι οι εταίροι ότι η επωνυμία που έχουν επιλέξει είναι δεκτή και να μην χρειαστεί να κάνετε αλλαγές στο καταστατικό.)

- Προέγκριση επωνυμίας για την Ομόρρυθμη Εταιρεία:



Εφόσον έχει επιλεγθεί η επωνυμία και ο διακριτικός τίτλος της νέας εταιρείας, και εφόσον οι εταίροι γνωρίζουν το σκοπό και τον τύπο της, είναι σκόπιμο να επισκεφθούν το οικείο επιμελητήριο για να βεβαιωθούν ότι η συγκεκριμένη επωνυμία και διακριτικός τίτλος δεν έχει ήδη δοθεί σε κάποια άλλη Ομόρρυθμη Εταιρεία και είναι σύμφωνη με τις απαιτήσεις του νόμου. Κατά την επίσκεψη αυτή στο Επιμελητήριο, πρέπει να κατατεθεί συμπληρωμένη μία αίτηση και ένα παράβολο των 6 ευρώ. Εάν η επιλεγμένη επωνυμία και διακριτικός τίτλος είναι αποδεκτός, θα δοθεί βεβαίωση Προέγκρισης Επωνυμίας. Στην περίπτωση όπου η επωνυμία που έχει επιλεγθεί ήδη χρησιμοποιείτε ή δεν είναι συμβατή με τις απαιτήσεις του νόμου, θα πρέπει να γίνει η επιλογή μιας νέας επωνυμίας. (Το στάδιο αυτό της Προέγκρισης Επωνυμίας, δεν είναι υποχρεωτικό αλλά είναι χρήσιμο να γίνει πριν τη σύνταξη και υπογραφή του καταστατικού, για να βεβαιωθείτε ότι η επωνυμία που επιλέξατε είναι δεκτή και να μην χρειαστεί να κάνετε αλλαγές στο καταστατικό.)

2.12 Πώς γίνεται η βεβαίωση ελέγχου Επωνυμίας

Η βεβαίωση εκδίδεται από το οικείο (ανάλογα με τη δραστηριότητα της επιχείρησης) Επιμελητήριο (Εμπορικό & Βιομηχανικό ή Βιοτεχνικό ή Επαγγελματικό) για την Δ.Ο.Υ. (σύμφωνα με το άρθρο 7 παρ. 1 εδάφιο β Ν 2081/92).

Για να εκδοθεί από την ΕΒΕΑ βεβαίωση για κάποια επωνυμία ή διακριτικό τίτλο, θα πρέπει να διαφέρει κατά τρόπο ευδιάκριτο από άλλες/ους εγγεγραμμένες/ους στα βιβλία (άρθρο 4 παρ. 5 Ν.1089/80), γι' αυτό θα πρέπει, να ερευνηθεί (κατά την ίδρυση της επιχείρησής σας) στο Επιμελητήριο, αν η Επωνυμία ή ο Διακριτικός τίτλος, που προτίθεστε να χρησιμοποιήσετε, χρησιμοποιούνται ήδη ή έχουν καταχωρισθεί και καταχωρηθεί από άλλη επιχείρηση.

Το παρακάτω έντυπο αιτήσεως, γίνεται για την χορήγηση βεβαιώσεως που μαζί με τις σχετικές οδηγίες χορηγούνται από το Τμήμα Μητρώου.

ΑΙΤΗΣΗ
ΠΡΟΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ / ΤΙΤΛΟΥ
ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Προς το
ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Τμήμα ΜΗΤΡΩΟΥ

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΙΤΟΥΝΤΟΣ

Επώνυμο : _____ Όνομα : _____
Όνομα Πατρός : _____ Όνομα Μητρός _____
Αριθ. Ταυτότητας ή Διαβατηρίου : _____

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ Οδός : _____ Αριθ. : _____
Τ.Κ. : _____ ΠΕΡΙΟΧΗ : _____
Τηλ. : _____ FAX. : _____
Κινητό Τηλ. : _____

Παρακαλώ, να ελέγξετε στο ευρετήριο Επωνυμιών και Διακριτικών Τίτλων, που τηρείται και να **με πληροφορήσετε** για το δικαίωμα χρήσης των κατωτέρω (επωνυμίας και διακριτικού τίτλου) :

Ελληνική Επωνυμία : _____

Λατινική Επωνυμία: _____

Ελληνικός Διακριτικός Τίτλος : _____
Λατινικό Διακριτικός Τίτλος : _____

προκειμένου να εξετασθεί η χρησιμοποίησή των σε υπό σύσταση ή τροποποίηση επιχείρηση :
σκοπό (αντικείμενο) εργασιών : _____

και με έδρα : _____

Επίσης παρακαλώ, να προβείτε σε **Προσωρινή καταχώρηση (προ-κατοχύρωση)** αυτών και να μου εκδώσετε σχετική **ΒΕΒΑΙΩΣΗ**, έτσι ώστε, **εντός δύο μηνών από σήμερα** να σας προσκομίσω τα σχετικά δικαιολογητικά **δήλωση με τα οριστικά κατά τα ανωτέρω στοιχεία ή σχέδιο καταστατικού ή καταστατικό** και να λάβω **προέγκριση του δικαιώματος χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου.**

Αθήνα, ... / ... / ...

Ο/Η Αιτών/ούσα

ΠΡΟΣΟΧΗ: Η προσωρινή καταχώρηση (προ-κατοχύρωση) ισχύει **ΜΟΝΟ** για **ΔΥΟ** μήνες. Μετά την παρέλευση του διμήνου, το ΕΒΕΑ θα διαγράψει αυτεπάγγελα την προσωρινή καταχώρηση και δικαιούται να παραχωρήσει την επωνυμία ή/και το διακριτικό τίτλο σε άλλον ενδιαφερόμενο.

Για τον έλεγχο, με κάθε αίτηση προσωρινής καταχώρησης, καταβάλλεται παράβολο 75,00 €.

Κεφάλαιο 3^ο Διακριτικός Τίτλος Επιχείρησης



3.1 Διακριτικός τίτλος

Πως γίνεται η καταχώρηση ενός διακριτικού τίτλου;

- Γίνεται έλεγχος, από τον αρμόδιο υπάλληλο του Επιμελητηρίου, ότι ο διακριτικός τίτλος που έχει επιλεγεί από την ενδιαφερόμενη επιχείρηση, μπορεί να χρησιμοποιηθεί.
- Προσκομίζεται από τον ενδιαφερόμενο Υπεύθυνη δήλωση στην οποία θα δηλώνεται ότι θα χρησιμοποιεί στην επιχείρηση του τον διακριτικό τίτλο που δηλώνεται, υπογεγραμμένη ενώπιον υπαλλήλου του επιμελητηρίου ή θεωρημένο το γνήσιο της υπογραφής.
- Χορήγηση βεβαίωσης χρήσης του διακριτικού τίτλου από το Τμήμα Μητρώου Επιχειρήσεων του Επιμελητηρίου, για καταχώρηση και στην αρμόδια Δ.Ο.Υ.

3.2 Εταιρική Ταυτότητα

Η εταιρική ταυτότητα είναι η εικόνα της εταιρείας. Μέσα από τα σχήματα , τα χρώματα και την γραμματοσειρά της εταιρικής ταυτότητας φαίνεται το ύφος της εταιρείας, η δραστηριότητά της, οι στόχοι της, η φιλοσοφία της, η κουλτούρα της. Κάθε εταιρική ταυτότητα έχει ένα δυνατό σημείο (είτε αυτό είναι κάποιο σχήμα, είτε κάποιο χρώμα ή συνδυασμός χρωμάτων) το οποίο προσπαθεί να προωθήσει και να καθιερώσει προκειμένου να γίνει εύκολα αναγνωρίσιμο.

Τα στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας

Τα βασικά στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας αποτελούν το λογότυπο, η επαγγελματική κάρτα, το επιστολόχαρτο και ο φάκελος. Συμπληρωματικά στοιχεία είναι όλα τα παραστατικά με τα οποία γίνονται οι συναλλαγές και επιπλέον έντυπα όπως μπλοκ σημειώσεων, ευχαριστήριες κάρτες, εξώφυλλα για θήκες cd κλπ.

Όλα αυτά τα στοιχεία θα πρέπει να έχουν μία ενιαία εικόνα, ένα κοινό στοιχείο. Είναι τα στοιχεία με τα οποία γίνεται η καθημερινή επικοινωνία είτε με συνεργάτες, είτε με πιθανούς πελάτες.

Το σημαντικό βέβαια απ' όλα είναι το λογότυπο. Η σχεδίαση της εταιρικής ταυτότητας ξεκινάει πάντα από τη σχεδίαση λογότυπου. Αυτό είναι που θα καθορίσει και την εικόνα των υπόλοιπων στοιχείων. Τα χρώματά του και τα σχήματά του θα επικρατήσουν και θα διαμορφώσουν ολόκληρο το ύφος της. Είναι το πιο σημαντικό στοιχείο και θα εμφανίζεται σε όλες τις

προωθητικές κινήσεις της εταιρίας (διαφημιστικά έντυπα και καταχωρήσεις, ιστοσελίδας κλπ).

Παρακάτω θα αναφέρουμε όλα τα στοιχεία που αφορούν το λογότυπο, από το τι θα πρέπει να προσέξουμε και τα είδη μέχρι και στο γιατί θα πρέπει να επενδύσουμε τα χρήματά μας για την σχεδίαση ενός καλού λογότυπο.

3.3 Λογότυπο- Η καρδιά της Εταιρικής Ταυτότητας⁴

Το λογότυπο θα πρέπει να κάνει καλή πρώτη και με διάρκεια εντύπωση. Ο σκοπός του είναι να δημιουργήσει μια αξιοσημείωτη, αναγνωρίσιμη εικόνα στο μυαλό του πιθανού πελάτη και ταυτόχρονα να μεταδώσει, στο βαθμό που είναι δυνατό, στοιχεία για την ταυτότητα της εταιρείας ή του προϊόντος. Το λογότυπο αποτελεί την καρδιά της εταιρικής ταυτότητας και πολύ συχνά είναι ένα από τα καθοριστικά στοιχεία για την εικόνα που θα αποκομίσει κάποιος για την εταιρεία του λογότυπου που έχει δημιουργηθεί.

Στην συνέχεια αναφέρεται μία σειρά από ορισμένα σημαντικά στοιχεία που απαιτείται περισσότερο προσοχή κατά το σχεδιασμό ή την επιλογή του λογότυπου από την εκάστοτε εταιρεία.

Τι θα πρέπει να προσέξουμε κατά την διάρκεια του σχεδιασμού.

Ο καλύτερος τρόπος για να ξεκινήσει κάποιος τη σχεδίαση ενός λογότυπου ή να αξιολογήσει μία πρόταση για το μελλοντικό λογότυπο, είναι να απαντήσει την εξής ερώτηση: *Τι εντύπωση θέλετε να σχηματίσει ο πελάτης για την εταιρεία σας βλέποντας το λογότυπό σας;* Δευτερευόντως είναι σημαντικό να δώσουμε προσοχή και σε μία σειρά από πιο πρακτικά ζητήματα.

- Επιλογή ενός λογότυπου το οποίο μπορεί να σταθεί ανεξάρτητα σε ποιο πλαίσιο θα χρησιμοποιηθεί (π.χ. έντυπο, ιστοσελίδα, προϊόν)
 - Δεν θα πρέπει να φορτώνονται στο λογότυπο πολλές μικρές λεπτομέρειες
 - Θα πρέπει να γίνει η επιλογή ενός λογότυπου που τυπώνεται σωστά τόσο έγχρωμο όσο και ασπρόμαυρο
 - Επιλογή ενός λογότυπου που μπορεί εύκολα να γίνει ανάγλυφο
 - Επιλογή ενός λογότυπου που είναι απλό και χαρακτηριστικό ακόμα και με μία ματιά
 - Αποφυγή λογότυπου με περίτεχνα γράμματα που ανταγωνίζεται άλλα γραφικά στοιχεία και τέλος
 - Αποφυγή γραμμών και σχημάτων χωρίς νόημα
- ΟΣΟ ΛΙΓΟΤΕΡΑ ΤΟΣΟ ΤΟ ΚΑΛΥΤΕΡΑ**

⁴ <http://www.grel.gr/logos.htm>

Είδη λογότυπων

Υπάρχουν τρία βασικά είδη λογοτύπων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν μόνα τους ή σε συνδυασμό με ένα σχέδιο:

- **Επεξηγηματικά λογότυπα**

Ένα λογότυπο που επεξηγεί σαφώς τη δραστηριότητα της εκάστοτε επιχείρησης

- **Γραφικά λογότυπα**

Ένα λογότυπο που περιλαμβάνει έναν αφαιρετικό γραφικό σχετικό με τη δραστηριότητά της επιχείρησής σας. Σε πολλές περιπτώσεις ακόμη και ένα σχέδιο χωρίς άμεση σύνδεση με τη δραστηριότητα της εκάστοτε εταιρείας μπορεί να προσδίδει ένα συγκεκριμένο επιδιωκόμενο ύφος.

- **Λογότυπα βασισμένα στο γράμμα**

Μια μικρή επέμβαση στη γραμματοσειρά έτσι ώστε να αποδοθεί ένα χαρακτηριστικό στοιχείο της εταιρείας.

Συνήθως, μία πρόταση από ένα δημιουργικό γραφείο θα πρέπει να περιλαμβάνει κάποια ενδεικτικά σχέδια και από τις τρεις κατηγορίες.

Δεν θα πρέπει να ξεχνάμε ότι το λογότυπο δεν είναι βιομηχανικό προϊόν, οπότε η προσπάθεια να ενταχθεί πλήρως σε μία διαδικασία με συγκεκριμένα βήματα δεν είναι απαραίτητο ότι θα οδηγήσει πάντα στο επιθυμητό αποτέλεσμα.

Κάθε επαγγελματίας σχεδιαστής έχει τον δικό του τρόπο με τον οποίο δημιουργεί ένα λογότυπο. Πολλοί σχεδιαστές θα ξεκινήσουν κάνοντας διάφορα σκίτσα ή συνδυάζοντας διάφορα σκίτσα στην οθόνη του υπολογιστή μέχρι να βρουν κάτι που θα τους τραβήξει το ενδιαφέρον για να αποκτήσουν μία βάση. Ένας άλλος τρόπος είναι να επιλέξουν ένα σχήμα που αντιπροσωπεύει το ύφος της εταιρείας και να εργαστούν πάνω σ' αυτό προσθέτοντας στοιχεία. Άλλοι μπορεί να αφιερώσουν αρκετές ώρες χρησιμοποιώντας το προϊόν για το οποίο πρέπει να δημιουργήσουν ή να ξεφυλλίσουν σχετικά περιοδικά κλπ. Ο στόχος είναι να βγει κάτι ενδιαφέρον, μια έξυπνη ιδέα, μία άποψη διαφορετική ή ένας ασυνήθιστος συνδυασμός μορφών που θα αποδίδουν το ύφος και την εικόνα της εταιρείας. Κάποιες φορές είναι κάτι που θα απαιτήσει εικασία από τον θεατή, άλλες φορές είναι ξεκάθαρο, κάποιες άλλες διαφέρει ανάλογα από την οπτική γωνία.

Αρκετοί σχεδιαστές προτιμούν να δημιουργούν λογότυπα εξ' ολοκλήρου από το κείμενο. Πειραματίζονται με γράμματα, μεγέθη και σχήματα και βρίσκουν πολύ ενδιαφέρον τρόπους να

αντιπροσωπεύσουν την εταιρεία χρησιμοποιώντας τις φόρμες των γραμμάτων.

Θα πρέπει να διατηρηθεί η απλότητα

Ένα λογότυπο θα πρέπει να είναι απλό και χωρίς στοιχεία εντυπωσιασμού. Έτσι θα πρέπει να παρατηρηθεί πιο προσεκτικά τα λογότυπα μεγάλων και επιτυχημένων εταιρειών προκειμένου να επαληθευθεί η προηγούμενη πρόταση.

Απαιτείτε να είναι ευανάγνωστο και το ίδιο όμορφο σε όλες τις διαστάσεις και να μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε μεγάλη γκάμα υλικών και μεγεθών. Σίγουρα θα υπάρχουν πολλά λογότυπα τα οποία περιέχουν τρισδιάστατα στοιχεία, animation, ντεγκραντέ και πολλά άλλα οπτικά εφέ τα οποία με μια ματιά μπορεί να φαίνονται εντυπωσιακά. Παρόλα αυτά, εάν το λογότυπο δεν μπορεί να αποδοθεί το ίδιο καλά σε μία ασπρόμαυρη εκτύπωση ώστε να χρησιμοποιηθεί σε fax, φωτοτυπίες και άλλα έντυπα, τότε έχει ήδη αποτύχει σε μεγάλο μέρος της αποστολή τους. Όσο εντυπωσιακά και αν είναι όλα αυτά τα οπτικά εφέ, είναι απαραίτητο πριν την τελική επιλογή να ληφθεί σοβαρά υπόψη η δυνατότητα του λογοτύπου να δημιουργήσει μία δυνατή εικόνα της εταιρείας σε μία απλή εταιρική κάρτα ή τη συσκευασία ενός προϊόντος. Εάν το πετύχει αυτό, τότε είναι πολύ εύκολο να εξελιχθεί με την προσθήκη οπτικών εφέ ανάλογα την εφαρμογή.

3.4 Γιατί αξίζει να επενδυθούν χρήματα για την σχεδίαση του λογότυπου;

Εάν υπάρχει ο απαραίτητος χρόνος, γνώσεις σχεδίασης ή ζωγραφικής και χρήσης σχεδιαστικών προγραμμάτων σε υπολογιστή μπορεί ο οποιοσδήποτε να δοκιμάσει να σχεδιάσει το λογότυπο για μια επιχείρηση ή ένα προϊόν μόνος του.

Αν βέβαια δεν διαθέτει κάτι από τα παραπάνω είναι μάλλον καλύτερα να εμπιστευτεί κάποιον επαγγελματία. Πρώτα όμως θα πρέπει να υπάρχει στο μυαλό του καθενός το πόσες φορές του έχει δημιουργήσει άσχημη εντύπωση ένα κακοσχεδιασμένο λογότυπο. Ένα καλό λογότυπο δημιουργεί μία θετική προδιάθεση ενώ ένα πρόχειρο και κακοσχεδιασμένο λογότυπο προξενεί επιφυλακτικότητα ή και απόρριψη.

Η σχεδίαση του λογότυπου της εταιρείας ή του προϊόντος απαιτεί αρκετό χρόνο και ιδιαίτερη προσοχή.

- Για να γίνει καλή πρώτη εντύπωση και να δοθεί στους πελάτες η επαγγελματική εικόνα που αρμόζει στην εκάστοτε επιχείρηση
- Για να έχει η καλή εντύπωση ώστε ο κόσμος να αναγνωρίσει την εταιρεία του λογότυπου την επόμενη φορά που θα δει κάποιο στοιχείο της εταιρικής ταυτότητας
- Για να διαφοροποιηθεί η εκάστοτε εταιρεία η προϊόν από τον ανταγωνισμό. Πρέπει να γίνουν μελέτες για το πώς οι ανταγωνιστές προβάλλουν την εταιρεία τους και έτσι θα μπορεί να αποφασισθεί η πορεία που πρέπει να ακολουθηθεί.

Το σκισάρισμα του λογότυπου είναι μόνο ένα μικρό μέρος της δουλειάς. Το μεγαλύτερο μέρος είναι η έρευνα (ποιοι είναι οι ανταγωνιστές, που θα παρουσιαστεί το λογότυπο, ποιος είναι ο στόχος του) , και η εφαρμογή του λογότυπου σε όλες τις πιθανές μορφές του (ασπρόμαυρο, έγχρωμο, στο διαδίκτυο, fax, επιστολόχαρτα, φακέλους, εταιρικές κάρτες, φόρμες κτλ.). Για τις μεγάλες εταιρείες το λογότυπο είναι μέρος ενός πολύ μεγαλύτερου συστήματος εταιρικής ταυτότητας, που περιλαμβάνει έναν οδηγό(brand book) με όλες τις απαραίτητες οδηγίες σχετικά με το πώς θα εφαρμόζεται το λογότυπο σε κάθε περίπτωση (καταχωρίσεις, διαφημιστικά έντυπα, websites κτλ.) και με όλους τους δυνατούς συνδυασμούς.

Παρακάτω θα παρουσιασθούν κάποια παραδειγματικά λογότυπα:

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡ. ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ(ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΣ)



ΜΟΝΑΔΑ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ



ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ



ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ



ΟΠΤΙΚΑ



ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΟ



ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΗΧΟΣ-ΕΙΚΟΝΑ-ΦΩΤΙΣΜΟΣ



Online ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ



Ένα άλλο στοιχείο την εταιρικής ταυτότητας είναι και η

3.5 Επαγγελματική Κάρτα

Η εταιρική κάρτα είναι ένα από τα πιο σημαντικά εργαλεία επικοινωνίας που θα πρέπει να φτιάξει κάποιος που θέλει να έχει μία πετυχημένη διαφήμιση των δραστηριοτήτων της εταιρείας.

Η κάρτα αυτή θα δοθεί σε όλους τους πιθανούς πελάτες έτσι ώστε να έχουν τα απαραίτητα στοιχεία της εταιρείας καθώς επίσης μπορεί να χρησιμοποιηθεί στις παρουσιάσεις, σε επιστολές και γενικά σε αμέτρητες άλλες περιπτώσεις ώστε να μπορεί να γνωρίσει ο κόσμος για την δραστηριότητα της.

Άσχετα πως χρησιμοποιείτε η εταιρική κάρτα, δεν πρόκειται να πετύχει τον στόχο της αν δεν δείχνει επαγγελματική, εύκολη στο διάβασμα και να βοηθάει αυτόν που την κρατάει στα χέρια του να

θυμάται την δραστηριότητα καθώς επίσης και για το λόγο που θα πρέπει να απευθυνθεί στον κάτοχο της επαγγελματικής κάρτας.

Η επιτυχία όλων αυτών σε ένα έντυπο διάστασης 5cmX8,5cm, είναι αρκετά δύσκολη δουλειά όχι όμως και αδύνατη. Υπάρχουν αρκετές κάρτες όπως θα έχουμε προσέξει όλοι μας, που είναι πάρα πολύ ωραίες και άλλες που φαίνονται ερασιτεχνικές. Κάποιες άλλες δίνουν την εντύπωση μιας σοβαρής και έγκυρης εταιρείας και άλλες μοιάζουν με εκπτωτικά κουπόνια που μοιράζουν στο δρόμο. Η σωστή και επιτυχημένη σχεδίαση μιας εταιρικής κάρτας δεν είναι κάποιο μυστήριο. Ακολουθώντας κάποιους βασικούς κανόνες μπορεί να σχεδιαστεί μία εταιρική κάρτα ώστε να ξεχωρίζει από τις άλλες.

Αντίθεση

Το πρώτο πράγμα που θα πρέπει να έχουμε στο μυαλό μας όταν σχεδιάζουμε μία εταιρική κάρτα είναι η αντίθεση. Η αντίθεση είναι ένα πολύ σημαντικό οπτικό στοιχείο. Η πιο απλή αντίθεση είναι το μαύρο κείμενο σε άσπρο χαρτί. Μπορούμε επίσης, να γίνουμε πολύ δημιουργικοί χρησιμοποιώντας χρωματικές αντιθέσεις όπως μπλε-πορτοκαλί ή κόκκινο-πράσινο. Ας θυμηθούμε στο σημείο αυτό τον χρωματικό κύκλο που συναντήσαμε πρώτη φορά στο σχολείο. Για να βρεθούν τα σωστά αντίθετα χρώματα καλό είναι να χρησιμοποιηθούν τα αντικριστά χρώματα του χρωματικού κύκλου(συμπληρωματικά χρώματα). Αντιθέσεις μπορούν επίσης να δημιουργηθούν και με τα γράμματα. Έτσι μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε έντονα γράμματα για το όνομα και λεπτά για τα υπόλοιπα στοιχεία της κάρτας.

Επανάληψη

Η επανάληψη στοιχείων στην κάρτα είναι πολύ σημαντική. Μπορούμε να επαναλάβουμε χρώματα, σχήματα, γραμματοσειρές, μεγέθη, εικόνες κτλ. Πολλοί γραφίστες πέφτουν στην παγίδα και χρησιμοποιούν πολλές διαφορετικές γραμματοσειρές και έχουν μεγάλες διαφοροποιήσεις ως προς τα μεγέθη των γραμμάτων. Έτσι καλό θα είναι η εταιρική κάρτα να περιοριστεί σε μία οικογένεια γραμματοσειράς και έτσι θα υπάρξει μία αισθητή διαφορά καθώς επίσης και το μέγεθος των γραμμάτων θα πρέπει να περιοριστεί σε μία συγκεκριμένη κλίμακα και τέλος να χρησιμοποιηθεί μία εικόνα αντί για πολλές.

Ευθυγράμμιση

Το επόμενο σημαντικό πράγμα είναι η ευθυγράμμιση των στοιχείων της εταιρικής κάρτας.

Το ανθρώπινο μάτι διαβάζει ευχάριστα και εύκολα ευθυγραμμισμένα κείμενα και εικόνες. Τα κείμενα μπορεί να είναι ευθυγραμμισμένα δεξιά, αριστερά ή ακόμα και κεντραρισμένα. Σημασία έχει οι εικόνες με τα κείμενα και τυχόν άλλα στοιχεία που περιέχονται στην κάρτα να είναι ευθυγραμμισμένα μεταξύ τους.

Σωστή τοποθέτηση των στοιχείων στη κάρτα

Το τελευταίο πράγμα που θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη είναι το πόσο οργανωμένα είναι τα στοιχεία της κάρτας. Όλες οι πληροφορίες που έχουν σχέση μεταξύ τους πρέπει να βρίσκονται κοντά. Για παράδειγμα δεν θα πρέπει το όνομα να βρίσκεται μακριά από τον τίτλο εφόσον το ένα αναφέρετε στο άλλο. Όλα τα στοιχεία επικοινωνίας αποτελούν μία ομάδα. Πολλές φορές στοιχεία επικοινωνίας που αναφέρονται αποκλειστικά στο αναφερόμενο όνομα καλό είναι να αποτελούν μία μικρότερη υπο-ομάδα. Θα πρέπει επίσης να υπάρχει ιδιαίτερη προσοχή στη τοποθέτηση των στοιχείων στην επιφάνεια της κάρτας. Είναι απαραίτητο να βρίσκονται τουλάχιστον 4-5 cm από την άκρη της κάρτας ώστε να μην φαίνονται ότι πέφτουν έξω από τα όριά της.

Η κάρτα πρέπει να είναι ευανάγνωστη

Θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί μεγάλο μέγεθος γραμμάτων ώστε να διαβάζονται πιο εύκολα τα στοιχεία. Επίσης, θα πρέπει να αποφεύγονται χρώματα στα κείμενα που δεν ξεχωρίζουν καλά από το φόντο. Για παράδειγμα ανοιχτό γκρι σε άσπρο φόντο έχει σαν αποτέλεσμα μα μη διαβάζονται εύκολα οι πληροφορίες. Σκοπός δεν είναι να δημιουργηθεί ένα έργο τέχνης αλλά μία αισθητικά καλή εταιρική κάρτα που μεταφέρει εύκολα σ' αυτόν που την έχει στα χέρια του όλα τα στοιχεία επικοινωνίας και την δραστηριότητα της εταιρείας. Εάν δεν διαβάζονται εύκολα αυτές οι πληροφορίες τότε αυτό οδηγεί στο χάσιμο από τις πωλήσεις.

Η κάρτα πρέπει να ξεχωρίζει από το σύνολο

Το πιο πιθανό είναι η εταιρική κάρτα να βρεθεί ανάμεσα σε ένα πακέτο από διάφορες κάρτες. Έτσι θα πρέπει να δοθεί στην κάρτα ένα ιδιαίτερο και έντονο ύφος (έντονα- φωτεινά χρώματα, ιδιαίτερο χαρτί κτλ) έτσι ώστε να ξεχωρίζει από τις υπόλοιπες.

Η εκτύπωση της εταιρικής κάρτας πρέπει να γίνει σε καλής ποιότητας χαρτί

Εάν το χαρτί που υπάρχει πιθανότητα να χρησιμοποιηθεί για την εταιρική κάρτα είναι λεπτό και φαίνεται σαν να έχει εκτυπωθεί σε ένα φθηνό εκτυπωτή, τότε θα αφήνει στον κόσμο την εντύπωση

ότι έχουν να κάνουν με μία μικρή εταιρεία η οποία θα εξαφανιστεί μόλις ο ιδιοκτήτης βρει μια πραγματική δουλειά. Έτσι για να αποφευχθεί αυτό θα πρέπει η εκτύπωση να γίνει επαγγελματικά, σε ένα καλό και βαρύ χαρτί.

Αν και υπάρχουν πολλά είδη προεκτυπωμένων καρτών σε αρκετά βαρύ χαρτί ώστε να δώσουν την εντύπωση πραγματικής κάρτας, θα υπάρχουν σίγουρα πολύ ανταγωνιστές που θα έχουν καλύτερα αποτελέσματα. Πολλές φορές οι επαγγελματικές κάρτες μπορεί να κοστίζουν λιγότερο από τις προεκτυπωμένες.

Απαραίτητα στοιχεία

Όνομα φυσικού προσώπου

Δεν είναι απαραίτητο σε κάθε εταιρική κάρτα να υπάρχει το όνομα φυσικού προσώπου αλλά κάνει την κάρτα πιο προσωπικά και άμεση. Σε μία μεγάλη εταιρεία είναι καλό ο πιθανός πελάτης να έχει το όνομα κάποιου συγκεκριμένου προσώπου να επικοινωνήσει. Το όνομα λοιπόν της εταιρείας και τις περισσότερες φορές το όνομα φυσικού προσώπου είναι από τα πιο σημαντικά στοιχεία μιας εταιρικής εταιρείας.

Τίτλος

Δεν είναι απαραίτητο στοιχείο. Η εμφάνιση του τίτλου στην εταιρική κάρτα κοντά στο όνομα είναι καθαρό θέμα επιλογής. Η ύπαρξή του δίνει εντύπωση μεγάλης εταιρείας.

Διεύθυνση, e-mail και website

Η διεύθυνση και το e-mail της εταιρείας είναι επίσης βασικά στοιχεία της εταιρικής κάρτας. Ακόμα και στην περίπτωση που η εταιρεία δραστηριοποιείται αποκλειστικά online καλό είναι να υπάρχει η διεύθυνση στην οποία εδρεύει, εμπνέοντας με τον τρόπο αυτό μεγαλύτερη ασφάλεια ως προς την εγκυρότητα της εταιρείας. Σε περίπτωση που η εταιρεία έχει website στην κάρτα έτσι ώστε ο καθένας να έχει πρόσβαση σ' αυτό για περισσότερες πληροφορίες.

Τηλέφωνα και fax

Τα διάφορα νούμερα τηλεφώνων συνήθως μπαίνουν με τη σειρά: τηλέφωνο, fax, κινητό χωρίς όμως αυτό να είναι δεσμευτικό. Υπάρχουν περιπτώσεις στις οποίες κρίνεται αναγκαίο να ξεχωρίζει με κάποιον τρόπο ο αριθμός του κινητού τηλεφώνου. Είναι σημαντικό στην εταιρική κάρτα να περιληφθούν μόνο οι αριθμοί τηλεφώνων στους οποίους χρησιμοποιεί η εταιρεία για την

επικοινωνία της. Δεν θα πρέπει να παραλείπονται οι κωδικοί της χώρας και τα εσωτερικά νούμερα εάν προβλέπονται. Η χρήση παρενθέσεων, κενών ή οποιονδήποτε άλλων στοιχείων για το διαχωρισμό των αριθμών είναι καθαρά θέμα προτίμησης. Πρέπει ο τρόπος όμως αυτός να εφαρμοστεί σε όλα τα αντίστοιχα στοιχεία της κάρτας.

Σλόγκαν ή μια μικρή περιγραφή της δραστηριότητας

Ένα σλόγκαν ή μια μικρή περιγραφή της δραστηριότητας της εταιρίας μπορεί να φανεί χρήσιμο στην περίπτωση που στο όνομα και στο λογότυπο της εταιρείας δεν είναι ξεκάθαρη η δραστηριότητά της.

Λογότυπο

Το λογότυπο της εταιρείας θα πρέπει να γίνει από έναν επαγγελματία. Εάν παρέχονται προϊόντα ή υπηρεσίες που μπορούν να αποδοθούν οπτικά με ένα σύμβολο, τότε το λογότυπο καλό θα είναι να συμβολίζει το προϊόν ή την υπηρεσία με κάποιον τρόπο. Θα πρέπει επίσης, να είναι ένα λογότυπο που θα μπορεί να έχει διάφορες εφαρμογές και να φαίνεται το ίδιο καλά σε όλες (επιστολόχαρτα, κάρτες, φακέλους, έντυπα, website κτλ.).

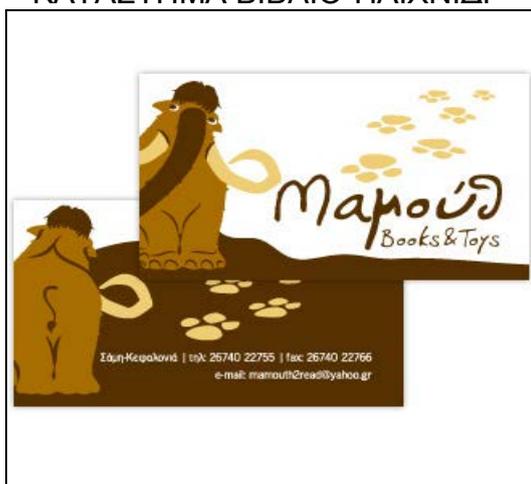
Παραδείγματα επαγγελματικών καρτών



ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ



ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΒΙΒΛΙΟ-ΠΑΙΧΝΙΔΙ



ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ



ΚΕΝΤΡΟ ΞΕΝΩΝ ΓΛΩΣΣΩΝ



3.6 Επιστολόχαρτο Εταιρικής Ταυτότητας

Το επιστολόχαρτο είναι συνήθως ένας συνδυασμός από το λογότυπο, τη γραμματοσειρά και τα χρώματα που χαρακτηρίζουν την εταιρεία. Είναι ένα από τα στοιχεία κλειδιά της εταιρικής ταυτότητας και το σημείο εκκίνησης για όλα τα υπόλοιπα στοιχεία της. Το στήσιμο, οι γραμματοσειρές και τα χρώματα που θα χρησιμοποιηθούν στο επιστολόχαρτο υποδεικνύουν τη σχεδίαση όλων των υπολοίπων στοιχείων που ακολουθούν (εταιρική κάρτα, φάκελοι, website, έντυπα κτλ.)

Το επιστολόχαρτο είναι ένα έντυπο που χρησιμοποιείτε σε κάθε σημαντική επαγγελματική συμφωνία που έχει να κάνει με πελάτες και συνεργάτες (παρουσιάσεις, προσφορές, προτάσεις, επιστολές κτλ.). Είναι λοιπόν σημαντικό το σχέδιο του επιστολόχαρτου να αποδίδει την επιθυμητή εικόνα της εταιρείας. Δεν θα ενημερώσει μόνο τα στοιχεία επικοινωνίας, αλλά θα δημιουργήσει και μία νέα εικόνα για την ποιότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών της εταιρείας. Το σχέδιο που θα επιλεγεί πρέπει να εκφράζει την προσωπικότητα και το ύφος της επιχείρησης. Το επιστολόχαρτο που θα σχεδιαστεί για μία εταιρεία παιχνιδιών θα πρέπει να είναι διαφορετικό από αυτό ενός δικηγορικού γραφείου. Σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να αντανakλά την προσωπικότητα της επιχείρησης και να δημιουργεί τη σωστή εικόνα. Αυτό επιτυγχάνεται με τη χρησιμοποίηση διαφορετικών στοιχείων όπως το λογότυπο, τα χρώματα και το είδος του χαρτιού που θα εκτυπωθεί.

Μερικά στοιχεία που θα βοηθήσουν στη δημιουργία ενός καλού επιστολόχαρτου

- Επιλογή μία ποιότητας χαρτιού που ενδείκνυται για laser εκτυπωτές
- Χρησιμοποίηση του λογότυπου σε τέτοια θέση ώστε να επικεντρώνει το ενδιαφέρον
- Χρησιμοποίηση στοιχείων που ξακρίζουν(δηλαδή τελειώνουν ακριβώς στην άκρη του χαρτιού) στο επιστολόχαρτο, αν και δείχνει πολύ όμορφο, ανεβάζουν το κόστος εκτύπωσης γιατί πρέπει να εκτυπωθούν σε μεγαλύτερο χαρτί και στη συνέχεια να κοπούν στη σωστή διάσταση.
- Επιλογή κάποιου χαρτιού που συνοδεύετε από τον αντίστοιχο φάκελο

- Επιλογή μια γραμματοσειράς για το όνομα της εταιρείας που θα ταιριάζει με το ύφος της και μία για τα υπόλοιπα στοιχεία του επιστολόχαρτου. Καλό θα είναι να περιοριστούμε σε 2 διαφορετικές οικογένειες. Για διαφοροποίηση μπορεί να χρησιμοποιηθεί bold, italic, light, κτλ)

Απαραίτητες πληροφορίες

Τα περιεχόμενα του επιστολόχαρτου αποτελούνται από οποιαδήποτε πληροφορία σχετική με τη δραστηριότητα και τα στοιχεία επικοινωνίας της εταιρείας. Τα ακόλουθα στοιχεία θα πρέπει λοιπόν να περιλαμβάνονται στο επιστολόχαρτο:

- ✓ Λογότυπο
- ✓ Όνομα εταιρίας και διεύθυνση
- ✓ Τηλέφωνα επικοινωνίας
- ✓ Fax
- ✓ E-mail
- ✓ Website(εάν υπάρχει)
- ✓ Slogan(εάν υπάρχει)

Το επιστολόχαρτο αν και δεν περιορίζεται μόνο στο πάνω μέρος της σελίδας, δεν πρέπει να περιέχει άχρηστες πληροφορίες και στοιχεία. Είναι σημαντικό να υπάρχει αρκετός ελεύθερος χώρος για την επιστολή.

Παραδείγματα επιστολόχαρτων

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ
ΕΙΚΟΝΑ- ΗΧΟΣ-ΦΩΤΙΣΜΟΣ



ΚΕΝΤΡΟ ΞΕΝΩΝ ΓΛΩΣΣΩΝ



ΑΓΓΛΙΚΑ - ΕΛΛΗΝΙΚΑ - ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ
Κολοκοιτώνη 3, Πειραιώς, τηλ: 210220 23053, Fax: 210220 24927, e-mail: ionian@ionian.gr

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ



Κ. ΡΑΦΑΝΙΔΗΣ Ε.Π.Ε.
Παραποταμιού 3, 113-63 - Αθήνα Τηλ: 210 6627227 Fax: 210 6626960 e-mail: info@rafanidis.gr

Κεφάλαιο 4^ο

Η Σύγκρουση των Διακριτικών Γνωρισμάτων



4.1 Η Έννοια των Διακριτικών Γνωρισμάτων

Το γεγονός ότι η έννοια της «σύγκρουσης των διακριτικών γνωρισμάτων» περιλαμβάνει ένα πλήθος ετερόκλητων και εντελώς διαφορετικών μεταξύ τους περιπτώσεων καθιστά ιδιαίτερα δυσχερή τη διατύπωση ενός πλήρους και περιεκτικού ορισμού που να καλύπτει ολόκληρο το εύρος της. Σε μια απόπειρα πρώτης προσέγγισης μπορεί να ειπωθεί ότι περίπτωση σύγκρουσης διακριτικών γνωρισμάτων συντρέχει, όταν τα πεδία προστασίας δύο διακριτικών γνωρισμάτων τέμνονται, ωστόσο, η παραπάνω διατύπωση αποτελεί μάλλον μια γενική περιγραφή που κινείται σε επίπεδο «ελάχιστου κοινού παρονομαστή» των διάφορων περιπτώσεων και χρειάζεται περαιτέρω διευκρίνιση, η οποία θα επιχειρηθεί αμέσως παρακάτω με την εξέταση καθενός από τους πιθανούς όρους του «πραγματικού» της σύγκρουσης των διακριτικών γνωρισμάτων.

Θα πρέπει βέβαια αρχικά να επισημανθεί ότι η σημασία διατύπωσης ενός ορισμού της σύγκρουσης των διακριτικών γνωρισμάτων δεν προκύπτει μόνο ως ανάγκη θεωρητικής οριοθέτησης της εξεταζόμενης έννοιας και των συναφών θεμάτων, αλλά έχει και πρακτική σπουδαιότητα συνιστάμενη στο διαχωρισμό της από παρεμφερείς περιπτώσεις, οι οποίες, επειδή ακριβώς δεν αποτελούν σύγκρουση διακριτικών γνωρισμάτων, απαιτούν ιδιαίτερη προσέγγιση και αντιμετωπίζονται βάσει διαφορετικών σταθμίσεων και κριτηρίων. Σ' αυτό το πλαίσιο αξίζει να σημειωθεί ότι η «γνήσια» σύγκρουση διακριτικών γνωρισμάτων, που αποτελεί και το αντικείμενο της παρούσας μελέτης, κατά κανόνα επιλύεται υπέρ της μίας ή της άλλης από τις συγκρουόμενες ενδείξεις, και μόνο κατ' εξαίρεση γίνεται αποδεκτή η συνύπαρξή τους, και τότε ως απόρροια της επίδρασης γενικότερων δικαιοτικών αρχών, όπως η απαγόρευση της κατάχρησης δικαιώματος, η μη διατάραξη ήδη διαμορφωμένων πραγματικών καταστάσεων, ο σεβασμός του δικαιώματος στην προσωπικότητα και στο όνομα κ.τ.λ.. Στην μεγάλη πλειοψηφία, λοιπόν, των περιπτώσεων η χρήση ενός εκ των δύο διακριτικών γνωρισμάτων παρίσταται ως παράνομη, και συνεπώς απαγορευμένη, ως συνέπεια του γεγονότος ότι το ελληνικό δίκαιο πλην των περιπτώσεων που ρητά προβλέπονται στο νόμο δεν ανέρχεται τη συνύπαρξη και παράλληλη λειτουργία στα πλαίσια των συναλλαγών περισσότερων παρόμοιων ενδείξεων με ασαφώς οριοθετημένα μεταξύ τους πεδία προστασίας. Με άλλα λόγια, ο νομοθέτης έχει αξιολογήσει τις περιπτώσεις της σύγκρουσης των διακριτικών γνωρισμάτων ως περιπτώσεις «υψηλού κινδύνου» για τις

συναλλαγές, οι οποίες δεν μπορούν να γίνουν ανεκτές, και ως εκ τούτου πρέπει να επιλύονται υπέρ μιας εκ των συγκρουόμενων ενδείξεων η βασική αυτή επιλογή του νομοθέτη καθίσταται εμφανής στη διάταξη του άρθ. 13 ν. 146/1914, όπου η προσβολή ενός διακριτικού γνωρίσματος από άλλο ανάγεται αξιωματικά σε αυτοτελή περίπτωση αθέμιτης ανταγωνιστικής συμπεριφοράς και ως τέτοια αντιμετωπίζεται.

Αντίθετα, στις περιπτώσεις όπου υπάρχει ταυτόχρονη χρήση περισσότερων ταυτόσημων ή παρόμοιων ενδείξεων, χωρίς όμως να πρόκειται για σύγκρουση διακριτικών γνωρισμάτων, προκρίνεται συχνά από τον ίδιο το νομοθέτη, με βάση διαφορετικά κριτήρια και σταθμίσεις(συναίνεση δικαιούχου, διευκόλυνση της επιχειρηματικής δράσης, προσαρμογή στην πρακτική των συναλλαγών), η συνύπαρξη και παράλληλη λειτουργία των υπό κρίση ενδείξεων (π.χ. περιπτώσεις παράλληλης κατάθεσης σήματος, παραχώρησης άδειας χρήσης σήματος ή διακριτικού γνωρίσματος) μέσα στα πλαίσια που ορίζει ο νόμος.

Πριν επιχειρηθεί η επιμέρους διερεύνηση των πιθανών όρων του πραγματικού της σύγκρουσης των διακριτικών γνωρισμάτων πρέπει να καταστεί σαφές ότι ως τέτοια δεν νοείται μόνον η σύγκρουση μεταξύ διακριτικών γνωρισμάτων που ανήκουν κατά τα παραπάνω στην ίδια κατηγορία (π.χ. μεταξύ διακριτικών γνωρισμάτων επιχείρησης ή μεταξύ διακριτικών γνωρισμάτων προϊόντος), αλλά είναι δυνατή και μάλιστα πολύ συνηθισμένη η σύγκρουση ενδείξεων που εξατομικεύουν διαφορετικό αντικείμενο (π.χ. σύγκρουση μεταξύ επωνυμίας και σήματος). Αυτό οφείλεται στο ότι, σύμφωνα και με όσα ήδη ειπώθηκαν, η διάκριση των γνωρισμάτων με βάση τη λειτουργία τους είναι μάλλον σχηματική και δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα, που καταδεικνύει ότι τα όρια για το χαρακτηρισμό μιας ένδειξης ως διακριτικού γνωρίσματος προσώπου, επιχείρησης ή εμπορεύματος είναι ρευστά και συγκεχυμένα. Υπό αυτές τις προϋποθέσεις δεν μπορεί παρά να γίνει αποδεκτή μια σχέση αλληλεξάρτησης και αλληλεπίδρασης μεταξύ των διαφορετικών λειτουργιών των διακριτικών γνωρισμάτων, με την έννοια ότι ένα διακριτικό γνώρισμα εμπορεύματος σαφώς και παραπέμπει αυτόματα στην επιχείρηση που το παράγει, ενώ από την άλλη μεριά και η εικόνα μιας επιχείρησης, όπως εξατομικεύεται μέσα από τα διακριτικά γνωρίσματα, έχει άμεσο αντίκτυπο στην εντύπωση του καταναλωτή για τα προϊόντα που προέρχονται από αυτή. Ενόψει της πολυσυζητημένης αυτής «διπλής λειτουργίας» των διακριτικών γνωρισμάτων καθίσταται σαφής η δυνατότητα προσβολής μιας ένδειξης από μια άλλη διαφορετικής κατηγορίας.

Κατά τον ίδιο τρόπο είναι δυνατή και η σύγκρουση μεταξύ διακριτικών γνωρισμάτων που ανήκουν σε διαφορετικά συστήματα προστασίας (π.χ. σύγκρουση μεταξύ σήματος και επωνυμίας), καθώς η υπαγωγή στο τυπικό ή στο ουσιαστικό σύστημα καθόλου δεν επηρεάζει την δυνατότητα προσβολής του ενός γνωρίσματος από το άλλο και συνακόλουθα την ανάγκη παροχής της αντίστοιχης προστασίας.

4.2 Οι όροι Σύγκρουσης Διακριτικών Γνωρισμάτων

Η συστηματική διερεύνηση των προϋποθέσεων που πρέπει να συντρέχουν, προκειμένου να μπορεί να γίνει λόγος για «σύγκρουση διακριτικών γνωρισμάτων», δεν μπορεί παρά να γίνει σε σχέση με τα δύο επιμέρους στοιχεία που συναπαρτίζουν τη εν λόγω έννοια: το στοιχείο της «σύγκρουσης» και τον όρο «διακριτικά γνωρίσματα». Με άλλα λόγια πρέπει αφενός να διερευνηθεί ποια διακριτικά γνωρίσματα και υπό ποιες προϋποθέσεις μπορούν να συμμετέχουν στο εξεταζόμενο φαινόμενο και αφετέρου να διευκρινιστεί πότε η σχέση μεταξύ δύο τέτοιων διακριτικών γνωρισμάτων θεωρείται ότι προσλαμβάνει το χαρακτήρα της σύγκρουσης.

1.α. Τα συγκρουόμενα διακριτικά γνωρίσματα: Αυτό που μπορεί να ειπωθεί ως πρώτη παρατήρηση είναι ότι υπό τον όρο «σύγκρουση διακριτικών γνωρισμάτων» δεν νοείται παρά μια σχέση μεταξύ δύο ή περισσότερων διακριτικών γνωρισμάτων. Συνεπώς το πρώτο που απαιτείται για την συνδρομή της είναι η ύπαρξη δύο ή περισσότερων ενδείξεων που να πληρούν τις νόμιμες προϋποθέσεις υπαγωγής τους σε κάποια από τις κατηγορίες των διακριτικών γνωρισμάτων και προστασίας τους ως τέτοια. Αν κάποια από τις ενδείξεις που συμμετέχουν στη σύγκρουση δεν πληροί τις σχετικές προϋποθέσεις, είναι σαφές ότι δεν συντρέχει περίπτωση σύγκρουσης διακριτικών γνωρισμάτων αλλά περίπτωση σύγκρουσης ενός διακριτικού γνωρίσματος με κάποια άλλη, μη προστατευόμενη ή προστατευόμενη βάση διαφορετικών διατάξεων ένδειξη.

Με βάση τα παραπάνω καθίσταται σαφές ότι είναι απαραίτητο να πληρούνται κατά περίπτωση όλοι οι όροι που απαιτούνται για τη κτίση δικαιώματος επί διακριτικού γνωρίσματος, και συγκεκριμένα για τα γνωρίσματα του ουσιαστικού συστήματος η διακριτική δύναμη, αρχική ή επί γενόμενη, η χρησιμοποίηση ή αντίστοιχα η επικράτηση του γνωρίσματος στις συναλλαγές και η χρήση του διακριτικού γνωρίσματος στα πλαίσια των εμπορικών

συναλλαγών: ενώ για το σήμα, που προστατεύεται βάση του τυπικού συστήματος, αρκεί η καταχώρηση στο σχετικό μητρώο της μη υποκείμενης σε ένδικο βοήθημα ή μέσω απόφασης της επιτροπής σημάτων, που έχει συστατική ενέργεια και λειτουργεί έτσι ως όρος γέννησης του αντίστοιχου απόλυτου δικαιώματος.

Μέσα στο πλαίσιο που μόλις περιγράφηκε είναι μάλιστα δυνατή και η προστασία επί μέρους στοιχείων ενός διακριτικού γνωρίσματος (συνήθως το ζήτημα αφορά σε συστατικά επωνυμιών ή διακριτικών τίτλων). Η προστασία εν προκειμένω μπορεί να είναι έμμεση, όταν πρόκειται για κυρίαρχο στοιχείο του συνολικού διακριτικού γνωρίσματος, το οποίο και προσδίδει στο τελευταίο την διακριτική του ικανότητα, οπότε η προστασία ολόκληρης π.χ. της επωνυμίας κατά του κινδύνου σύγχυσης καλύπτει και το εν λόγω κυρίαρχο συστατικό της. Γεγονός είναι πάντως ότι η πρακτική σημασία της κατά τα παραπάνω αυτοτελούς προστασίας φαίνεται να είναι περιορισμένη, καθώς στη συντριπτική πλειοψηφία των περιπτώσεων ο κίνδυνος να δημιουργηθεί σύγχυση ως προς ένα βασικό συστατικό της επωνυμίας θα αφορά και στη συνολική επωνυμία, οπότε και θα καλύπτεται από την προστασία της τελευταίας.

Πρέπει εδώ να διευκρινιστεί ότι το θέμα της πλήρωσης των όρων προστασίας μιας ένδειξης ως διακριτικού γνωρίσματος και γέννησης του αντίστοιχου δικαιώματος επ' αυτής είναι διαφορετικό από το ζήτημα του θεμιτού ή μη του τρόπου απόκτησης ή χρήσης του εν λόγω διακριτικού γνωρίσματος. Με άλλα λόγια, το γεγονός ότι ένα ολοκληρωμένο και πλήρες προστατευόμενο διακριτικό γνώρισμα έχει αποκτηθεί ή χρησιμοποιείται σε συγκεκριμένη περίπτωση κατά τρόπο που παραβιάζει κάποιες διατάξεις δεν αλλοιώνουν το χαρακτήρα του ως τέτοιου και συνακόλουθα αφήνει ανεπηρέαστη την δυνατότητα σύγκρουσής του με άλλα δικαιώματα. Θα μπορούσε λοιπόν να ειπωθεί ότι δεν αποτελεί προϋπόθεση της σύγκρουσης διακριτικών γνωρισμάτων το θεμιτό της απόκτησης και χρησιμοποίησης των συμμετεχουσών σ' αυτήν ενδείξεων, αφού κάτι τέτοιο θα καθιστούσε την εν λόγω έννοια κατ' ουσίαν άτοπη και αυτό, γιατί κατά κανόνα η χρήση του ενός από τα συγκρουόμενα γνωρίσματα αν μη τι άλλον του μεταγενέστερου παρίσταται ως αθέμιτη έναντι του άλλου, οπότε η σύγκρουση των διακριτικών γνωρισμάτων σε κάθε περίπτωση θα αποκλειόταν.

Στην πραγματικότητα η κρίση περί του θεμιτού ή μη της απόκτησης και χρησιμοποίησης των ανταγωνιστικών ενδείξεων αποτελεί κριτήριο επίλυσης μάλλον παρά διάγνωση της σύγκρουσης διακριτικών γνωρισμάτων, με την έννοια ότι κατά κανόνα η επιλογή του σημείου που επικρατεί συντελείται προς

όφελος του θεμιτού και σε βάρος του αθέμιτου εξ αυτών. Έτσι, αν δεν συντρέχει παράβαση κάποιας άλλης διάταξης ή αρχής, η σύγκρουση επιλύεται σε βάρος του ασθενέστερου από άποψη χρονικής προτεραιότητας γνωρίσματος, που λόγω αυτής ακριβώς της ιδιότητας του εμφανίζεται ως αθέμιτο στην συγκεκριμένη περίπτωση. Αν από την άλλη πλευρά η χρονικά πρότερη, και ως εκ τούτου ισχυρότερη καταρχήν ένδειξη έρχεται σε αντίθεση με συγκεκριμένες διατάξεις του νόμου (π.χ. προκαλεί παραπλάνηση του κοινού), είναι δυνατόν η αρχή της χρονικής προτεραιότητας να καμφθεί στην προκειμένη περίπτωση σε βάρος της εν λόγω ένδειξης. Αν, τέλος, κανένα από τα ανταγωνιστικά διακριτικά γνωρίσματα δεν μπορεί να χαρακτηριστεί αθέμιτο, δεδομένου ότι το καθένα θεμελιώνει την ύπαρξή του σε συγκεκριμένες διατάξεις και αρχές και εκφράζει έννομα συμφέροντα άξια προστασίας (π.χ. περίπτωση σύγκρουσης χρονικά πρότερου σήματος με μεταγενέστερη επωνυμία που αποτελείται από το φυσικό όνομα του φορέα της), και πάλι αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υφίσταται μεταξύ τους σύγκρουση, αλλά ότι απλώς υπάρχουσα σύγκρουση δεν επιλύεται με την επικράτηση της μιας ένδειξης και την απαγόρευση της άλλης, αλλά στη βάση μιας ευρύτερης στάθμισης των αντικρουόμενων συμφερόντων, που δεν αποκλείεται να καταλήξει στην επιλογή της συνύπαρξης και των δύο διακριτικών γνωρισμάτων στο πλαίσιο ενός « δίκαιου συμβιβασμού», και αφού ληφθούν βέβαια τα απαραίτητα μέτρα για την προστασία του καταναλωτικού κοινού και της ολότητας.

1.β. Η λήξη της προστασίας ενός διακριτικού γνωρίσματος: Η ολοκληρωμένη αντιμετώπιση του θέματος επιβάλλει, συμπληρωματικά προς τα προαναφερθέντα, και την αυτονόητη σχεδόν παρατήρηση ότι δεν αρκεί απλά η καταρχήν συνδρομή των νομίμων προϋποθέσεων για την γέννηση του ενός ή του άλλου διακριτικού γνωρίσματος και την κτήση του επ' αυτού δικαιώματος, αλλά απαιτείται κατά τον κρίσιμο χρόνο, κατά τον οποίο εξετάζεται αν υφίσταται σύγκρουση με κάποιο άλλο ανταγωνιστικό δικαίωμα, και οι δύο υπό εξέταση ενδείξεις να εξακολουθούν να είναι ισχυρές ως διακριτικά γνωρίσματα και να απολαύουν της σχετικής προστασίας. Στην αντίθετη περίπτωση που μία εκ των δύο ενδείξεων έχει παύσει να ισχύει ως διακριτικό γνώρισμα, είτε επειδή π.χ. έχασε την διακριτική της δύναμη και κατέστη κοινόχρηστη ή έπαυσε να χρησιμοποιείται ή εξέλιπε η επικράτησή της στις συναλλαγές είτε επειδή διεγράφη ή παρήλθε η διάρκεια προστασίας της, είναι σαφές ότι η χρήση της συγκεκριμένης ένδειξης έχει πλέον καταστεί ελεύθερη στον καθένα και κατά συνέπεια δεν προκαλείται σύγκρουση, όταν κάποιος τρίτος

χρησιμοποιεί ένα ταυτόσημο ή παρόμοιο σημείο για τις ανάγκες της δικής του επιχειρηματικής δραστηριότητας. Μόνο κατ' εξαίρεση μία ένδειξη π[ρου έχει παύσει να πληροί τις προϋποθέσεις προστασίας της ως διακριτικού γνωρίσματος μπορεί να μην καταστεί ελεύθερη προς χρήση από τον καθένα, στην περίπτωση που είχε γίνει ευρύτατα γνωστή στα πλαίσια των συναλλαγών και είχε συνδεθεί πολύ στενά με συγκεκριμένη επιχείρηση σε βαθμό που η χρήση της από κάποιον τρίτο να είναι δυνατό να προκαλέσει παραπλάνηση του καταναλωτικού κοινού. Και σ' αυτή την περίπτωση όμως η απαγόρευση δεν επιβάλλεται βάση των αρχών της σύγκρουσης των διακριτικών γνωρισμάτων, ούτε επειδή η προστασία της συγκεκριμένης ένδειξης ως διακριτικού γνωρίσματος επιβιώνει και αφού παύσουν να πληρούνται οι σχετικές προϋποθέσεις.

Από την αντίστροφη πλευρά θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι, για όσο διάστημα μια ένδειξη πληροί τις προϋποθέσεις προστασίας της ως διακριτικού γνωρίσματος, υφίσταται ως τέτοιο και συνεπώς μπορεί να συμμετέχει σε συγκρούσεις με ανταγωνιστικές ενδείξεις και σημεία, ανεξαρτήτως της έντασης ή της έκτασης που λαμβάνει η παρουσία της στις συναλλαγές. Το συγκεκριμένο ζήτημα βέβαια παρουσιάζει ενδιαφέρον μόνο σε σχέση με το σήμα, αφού μόνο αυτό μπορεί να παρουσιάσει απόκλιση μεταξύ της τυπικής διατήρησης του σε ισχύ και της κατ' ουσίαν αδράνειας του, λόγω των ιδιομορφιών που παρουσιάζει το τυπικό σύστημα. Και πάλι όμως ο προβληματισμός σχετικά με την παροχή ή όχι προστασίας σε σήματα που, αν και δεν έχουν διαγραφεί, ωστόσο δεν χρησιμοποιούνται στις συναλλαγές δεν έχει να κάνει με το αν τα εν λόγω σήματα μπορούν να συμμετέχουν σε συγκρούσεις με αντίστοιχα δικαιώματα τρίτων, αλλά με τα κριτήρια και τις ειδικές σταθμίσεις βάσει των οποίων πρέπει να επιληφθεί εν προκειμένω η υφιστάμενη σύγκρουση.

Ειδική περίπτωση τέλος, στα πλαίσια του εξεταζόμενου θέματος που περιλαμβάνει εξαμήνη « περίοδο χάριτος» για την ανανέωση του σήματος. Σε περίπτωση, λοιπόν, που κατά το διάστημα αυτού του εξαμήνου και πριν από την καταβολή των τελών ανανέωσης εμφανίζει κάποιο διακριτικό γνώρισμα που θα το προσβάλλει, δεν είναι σαφές αν τελικά το εν λόγω σήμα εξακολουθεί να υφίσταται, προκειμένου να διαπιστωθεί ή όχι η ύπαρξη σύγκρουσης μεταξύ τους και να επιχειρηθεί η επίλυση της. Ως ορθότερη απάντηση εν προκειμένω, σύμφωνα και με την αρχή της αυτοδίκαιης ανανέωσης/ απόσβεσης, φαίνεται η παραδοχή ότι η ανανέωση ή η απώλεια του δικαιώματος πάνω στο σήμα ανατρέχει στο χρόνο λήξης της δεκαετίας, και κατά συνέπεια θα

κριθεί αναδρομικά και η ύπαρξη ή όχι πραγματικής σύγκρουσης μεταξύ του νομικά «μετέωρου» σήματος και του όποιου άλλου διακριτικού γνωρίσματος.

1.γ. Η χρήση «εν είδει» διακριτικού γνωρίσματος: Κρίσιμη για την κατάφαση της συνδρομής της σύγκρουσης διακριτικών γνωρισμάτων είναι η λειτουργία τους, και συγκεκριμένα η πραγματική χρήση τους εν είδει διακριτικών γνωρισμάτων στα πλαίσια των συναλλαγών. Σε αντίθετη περίπτωση, όταν δηλαδή κάποια από τις κρίσιμες ενδείξεις δεν λειτουργεί εν προκειμένω ως μέσο εξατομίκευσης συγκεκριμένης επιχείρησης, δεν μπορεί να γίνει λόγος για σύγκρουση διακριτικών γνωρισμάτων, και η οποιαδήποτε μορφής έννομη προστασία του ενός ή του άλλου μέρους μπορεί να επιτευχθεί μόνο με προσφυγή σε άλλες διατάξεις.

Ενόψει των παραπάνω είναι λοιπόν σαφές ότι η χρήση ξένου σήματος ή άλλου διακριτικού γνωρίσματος σε βιτρίνα ή διαφημιστικό υλικό επιχείρησης, προκειμένου να μεταφερθεί στο καταναλωτικό κοινό το μήνυμα ότι αυτή διαθέτει και εμπορεύεται προϊόντα ή ανταλλακτικά προϊόντων της επιχείρησης που συνδέεται με το εν λόγω διακριτικό γνώρισμα, ή ότι παρέχει υπηρεσίες επισκευής/συντήρησης των προϊόντων αυτών, δεν προκαλεί σύγκρουση μεταξύ διακριτικών γνωρισμάτων και δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται ως τέτοια. Είναι βέβαια διαφορετικό το θέμα ότι στην πλειοψηφία αυτών των περιπτώσεων η συγκεκριμένη συμπεριφορά θα εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής άλλων διατάξεων, καθώς συνήθως θα συνδέεται με ζητήματα παράλληλων εισαγωγών και δικτύων αποκλειστικής διανομής ή αθέμιτης προσέγγισης και σ' αυτό το πλαίσιο είναι πολύ πιθανό να κριθεί παράνομη ως θίγουσα τη διαφημιστική λειτουργία του ξένου διακριτικού γνωρίσματος ή τη γενική ρήτρα του δικαίου του ανταγωνισμού. Ωστόσο, το ζήτημα της σύγκρουσης των διακριτικών γνωρισμάτων συνδέεται καταρχήν με τη βασική λειτουργία προέλευσης που επιτελούν τα διακριτικά γνωρίσματα, η οποία εν προκειμένω δεν θίγεται, καθώς είναι προφανές ότι όποιος χρησιμοποιεί ξένες ενδείξεις κατά τον τρόπο που παραπάνω περιγράφηκε, όχι μόνο δεν αμφισβητεί την σύνδεσή τους με άλλη επιχείρηση, αλλά επενδύει σ' αυτήν ακριβώς, προκειμένου να προσβάλει τη δική του επιχειρηματική δραστηριότητα.

Κατά τον ίδιο τρόπο δεν συνιστά περίπτωση σύγκρουσης διακριτικών γνωρισμάτων και η χρήση ξένων σημείων στα πλαίσια συγκριτικής διαφήμισης, αφού και πάλι είναι εμφανές ότι δεν πρόκειται για απόπειρα ιδιοποίησης ξένης ένδειξης, αλλά για σαφή προσπάθεια διαφοροποίησης από την ανταγωνιστική επιχείρηση.

Και πάλι θα πρέπει να επισημανθεί ότι η ενδεχόμενη πρόσκρουση σε άλλες διατάξεις του δικαίου ανταγωνισμού δεν ενδιαφέρει στα πλαίσια της εξέτασης του ζητήματος της σύγκρουσης των διακριτικών γνωρισμάτων.

Αντίστοιχα, δεν αποτελεί περίπτωση σύγκρουσης διακριτικών γνωρισμάτων, αλλά ευθεία παράβαση των διατάξεων του ν.2239/94, που ενεργοποιεί αυτόματα την προβλεπόμενη εκεί έννομη προστασία, η προσβολή διάφορων αποκλειστικών εξουσιών που παρέχονται στο δικαιούχο ενός σήματος, όπως το δικαίωμα της πρώτης θέσης σε κυκλοφορία ή της κατοχής των σηματοδοτούμενων προϊόντων προς εμπορία.

Τέλος, δεν αποτελεί σύγκρουση διακριτικών γνωρισμάτων και η περίπτωση κατά την οποία η μία από τις συγκρουόμενες ενδείξεις δεν χρησιμοποιείται στα πλαίσια της δραστηριότητας μιας επιχείρησης, αλλά εκτός του πεδίου των εμπορικών συναλλαγών, π.χ. ως επωνυμία ή έμβλημα μη κερδοσκοπικού σωματείου. Και στην περίπτωση αυτή η λύση θα πρέπει να αναζητηθεί σε διατάξεις εκτός του δικαίου των διακριτικών γνωρισμάτων.

1.δ. Αλλοδαπά διακριτικά γνωρίσματα: Συγκρούσεις τέλος μπορούν να προκαλέσουν και αλλοδαπά διακριτικά γνωρίσματα, εκείνα δηλαδή των οποίων ο δικαιούχος έχει την επαγγελματική του εγκατάσταση στην αλλοδαπή. Η δυνατότητα αυτή δεν αναιρείται ούτε εντός των πλαισίων της Ε.Ε., καθώς το ΔΕΚ έχει επανειλημμένα κρίνει ότι η πορεία προς την ολοκλήρωση της «εσωτερικής αγοράς» δεν θίγει την υπόσταση των εθνικών δικαιωμάτων επί των διακριτικών γνωρισμάτων με αποτέλεσμα ο κάτοχος ενός «εθνικού» διακριτικού γνωρίσματος να δικαιούται να αξιώσει την απαγόρευση της χρήσης στην ημεδαπή μιας ένδειξης που συνδέεται με άλλο κράτος-μέλος της Ένωσης, εφόσον βέβαια προκαλείται κίνδυνος σύγχυσης. Εξαίρεση στη δυνατότητα αυτή αναγνωρίζεται μόνο στις περιπτώσεις κατά τις οποίες η άσκηση του εθνικού δικαιώματος υποκρύπτει αυθαίρετη διάκριση ή δεν αποτελεί παρά συγκεκριμένο περιορισμό της ελευθερίας του εμπορίου μεταξύ των κρατών-μελών.

Ως προς τις προϋποθέσεις που απαιτείται να συντρέχουν, προκειμένου να προστατευθεί ένα αλλοδαπό διακριτικό γνώρισμα στην ημεδαπή, οι απόψεις δίστανται: κατά μία γνώμη, είναι απαραίτητο να πληρούνται οι προϋποθέσεις που κατά περίπτωση απαιτούνται και για την προστασία των ημεδαπών γνωρισμάτων (χρησιμοποίηση / επικράτηση / κατάθεση - καταχώριση). Κατ' αντίθεση και ορθότερη άποψη από το άρθ. 8 της ΔΣ των Παρισίων του 1883, όπως αναφέρθηκε στη Στοκχόλμη το 1963 και κυρώθηκε με το ν. 213/1975, το οποίο ορίζει ότι «η εμπορική

επωνυμία θα προστατεύεται εν πάση χώρα της Ενώσεως άνευ υποχρέωσης καταθέσεως ή καταχωρίσεως, είτε αποτελεί ή μη μέρος του βιομηχανικού ή εμπορικού σήματος», προκύπτει ότι όσον αφορά την επωνυμία και τα υπόλοιπα διακριτικά γνωρίσματα του ουσιαστικού συστήματος που επιτελούν ονομαστική λειτουργία, η αρχή της εδαφικότητας κάμπτεται, και κατά συνέπεια τα εν λόγω γνωρίσματα προστατεύονται στην ημεδαπή και μόνο βάση του γεγονότος ότι τα σχετικά δικαιώματα έχουν έγκυρα αποκτηθεί κατά το δίκαιο του κράτους όπου ασκεί τη δραστηριότητά του ο φορέας τους, χωρίς να είναι επιπλέον απαραίτητη η κτήση τους και κατά τους (τυπικούς ή ουσιαστικούς) όρους του δικαίου της χώρας όπου ζητείται η προστασία. Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι τα παραπάνω γνωρίσματα προστατεύονται στην Ελλάδα, ακόμη κι αν δεν πληρούνται η προϋπόθεση της χρησιμοποίησής τους στις ημεδαπές συναλλαγές.

Αντίθετα, ως προς τα σήματα δεν υφίσταται αμφισβήτηση, καθώς ο ίδιος ο ν. 2239/1994 στα άρθ. 2 και 33 επιλύει το ζήτημα υπέρ της εφαρμογής της αρχής της εδαφικότητας. Από την εν λόγω διάταξη σαφώς προκύπτει ότι αναγνωρίζεται και προστατεύεται μόνο το αλλοδαπό σήμα που έχει κτηθεί και κατά τις διατάξεις του ημεδαπού δικαίου, ενώ πρέπει να θεωρηθεί ότι η ίδια ρύθμιση εφαρμόζεται αναλογικά και για αλλοδαπούς διασηματισμούς, οι οποίοι επίσης πρέπει να πληρούν τους όρους προστασίας τους στην ημεδαπή. Ωστόσο πρέπει να τονιστεί ότι η πρακτική σημασία της εν λόγω διάταξης σχετικοποιείται από τη ρύθμιση του άρθ. 4 του ν. 2239/1994, το οποίο ουσιαστικά επαναφέρει τη διευρυμένη προστασία των αλλοδαπών σημάτων, ανεξαρτήτως δηλαδή της κατάθεσης και καταχώρισής τους στην ημεδαπή, έναντι ενδείξεων που κατατίθενται ως σήματα στην Ελλάδα και είναι ικανές να προκαλέσουν σύγχυση με τις αντίστοιχες αλλοδαπές.

Σε αντίθεση με τη διχογνωμία που επικρατεί σχετικά με τη δυνατότητα και τις προϋποθέσεις προστασίας των αλλοδαπών διακριτικών γνωρισμάτων ως τέτοιων, γίνεται πάντως γενικά παραδεκτό ότι η προστασία τους μπορεί να επιτευχθεί έμμεσα, ιδίως σε περιπτώσεις αλλοδαπών ενδείξεων που δεν μπορούν μεν να προστατευθούν στην ημεδαπή ως διακριτικά γνωρίσματα, είναι ωστόσο επαρκώς γνωστές στις εσωτερικές συναλλαγές, έτσι ώστε να προκαλείται σύγχυση με παρόμοιες ημεδαπές. Η χρησιμοποίηση των τελευταίων στις περιπτώσεις αυτές είναι πιθανό να απαγορευθεί ως αθέμιτη, ιδίως όταν ο προσβολέας τελεί εν γνώσει της ύπαρξής τους και αποσκοπεί ακριβώς στη δημιουργία τετελεσμένων καταστάσεων, προκειμένου να

αποτραπεί η δυνατότητα εκμετάλλευσής τους και στην ημεδαπή από μέρους του αλλοδαπού δικαιούχου τους. Ωστόσο, θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι δεν είναι δεδομένη, και χρήζει ειδικής εξέτασης, η συνδρομή του στοιχείου της σχέσης ανταγωνισμού, που απαιτείται για την εφαρμογή του άρθ.1 ν.146/1914, στις περιπτώσεις μάλιστα που η επιχείρηση που συνδέεται με το αλλοδαπό διακριτικό γνώρισμα δεν δραστηριοποιείται καθόλου στις ημεδαπές συναλλαγές.

4.3 Σχέση Ανταγωνισμού και Κίνδυνος Σύγχυσης

Μετά την διερεύνηση των στοιχείων πρέπει να διαθέτει ένα διακριτικό γνώρισμα, προκειμένου να είναι σε θέση να συμμετάσχει σε συγκρούσεις με άλλα παρόμοια, πρέπει πλέον να εξετασθούν οι λοιπές προϋποθέσεις υπό τις οποίες η σχέση μεταξύ δύο τέτοιων ανταγωνιστικών ενδείξεων προσλαμβάνει το χαρακτήρα της σύγκρουσης διακριτικών γνωρισμάτων. Σ' αυτό το πλαίσιο ένα πρώτο βασικό ερώτημα που τίθεται είναι το αν απαραίτητη προϋπόθεση για την ύπαρξη σύγκρουσης διακριτικών γνωρισμάτων είναι η σχέση ανταγωνισμού μεταξύ των συνδεομένων με αυτά επιχειρήσεων. Η έννοια της σχέσης ανταγωνισμού, είναι εύλογα μία από τις πλέον θεμελιώδεις στο Δίκαιο του Ανταγωνισμού και αναφέρεται πρακτικά στην εγγύτητα των πεδίων δραστηριοποίησης δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων, κατά τρόπο ώστε οι επιχειρήσεις αυτές να απευθύνονται τελικά στον ίδιο ή σε συγγενείς κύκλους πελατών. Η διατύπωση αυτή δεν πρέπει να οδηγήσει στο συμπέρασμα ότι οι ανταγωνιστικές επιχειρήσεις πρέπει απαραίτητως να διαθέτουν στο κοινό όμοια προϊόντα οι υπηρεσίες, πρέπει ωστόσο τα διατιθέμενα αγαθά να είναι τουλάχιστον «ομοειδή», κατά την ειδική έννοια που προσλαμβάνει ο όρος στα πλαίσια του Δικαίου του Ανταγωνισμού, να βρίσκονται δηλαδή σε σχέση υποκατάστασης, να προορίζονται να καλύψουν τις αυτές ανάγκες.

Η κατά τα παραπάνω προσδιοριζόμενη ανταγωνιστική σχέση προσλαμβάνει βαρύνουσα σημασία ως προϋπόθεση της σύγκρουσης διακριτικών γνωρισμάτων, σε περίπτωση που οι συγκρουόμενες ενδείξεις είναι ουσιαστικά διακριτικά γνωρίσματα εμπορευμάτων, δηλαδή διασχηματισμοί. Στην περίπτωση αυτή θεωρείται ως αναγκαίος όρος για την ενεργοποίηση της προστασίας του η προσβολή του διασχηματισμού από ξένη ένδειξη που διακρίνει «όμοια» προϊόντα. Με άλλα λόγια η ανταγωνιστική σχέση, εξειδικευόμενη εν προκειμένω μέσα από την

έννοια του «ομοειδούς» των διακρινόμενων προϊόντων, τίθεται ως νόμιμη προϋπόθεση προστασίας του σχετικού δικαιώματος, χωρίς την συνδρομή της οποίας δεν μπορεί να γίνει λόγος για προστατευόμενο διασχηματισμό, ο οποίος και μόνο μπορεί να προκαλέσει συγκρούσεις με αντίστοιχα δικαιώματα τρίτων. Στη συνέχεια, μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι, τουλάχιστον όσον αφορά το διασχηματισμό, σύγκρουση διακριτικών γνωρισμάτων μπορεί να υπάρξει μόνο εντός των ορίων του «ομοειδούς» των διακρινόμενων προϊόντων, προϋποτίθεται δηλαδή η ύπαρξη ανταγωνιστικής σχέσης.

Με κάπως πιο περίπλοκο τρόπο τίθεται το ζήτημα, όταν οι συγκρουόμενες ενδείξεις αποτελούν διακριτικά γνωρίσματα επιχείρησης ή σήματα. Κι αυτό γιατί στην προκειμένη περίπτωση ο νόμος απομακρύνεται από την προϋπόθεση του «ομοειδούς» των προϊόντων ή υπηρεσιών και αρκείται στην συνδρομή του κινδύνου σύγχυσης ως αναγκαίου όρου για την ενεργοποίηση της παρεχόμενης προστασίας. Αν λοιπόν δεν συντρέχει κίνδυνος σύγχυσης, δεν υφίσταται κατά νόμο σύγκρουση διακριτικών γνωρισμάτων, γ' αυτό και δεν παρέχεται έννομη προστασία στην προγενέστερη ένδειξη. Πρέπει ωστόσο να σημειωθεί ότι, αν και κατά κοινή ομολογία η έννοια του κινδύνου σύγχυσης είναι σαφώς ευρύτερη και εκφεύγει των ορίων του ομοειδούς των επιχειρηματικών πεδίων, πάντως κατά κανόνα τέτοιος κίνδυνος δύσκολα θα γίνει δεκτός, αν δεν υφίσταται κάποια σχετική εγγύτητα των οικονομικών κλάδων στους οποίους δραστηριοποιούνται οι φορείς των εμπλεκόμενων στην σύγκρουση γνωρισμάτων (π.χ. «ALPHA Τράπεζα Πίστωσης» και «Τηλεοπτικός Σταθμός ALPHA» αεροπορική εταιρία «Aegean» και ομώνυμη επιχείρηση πρατηρίων υγρών καυσίμων). Η θέση αυτή δεν ακυρώνεται από την πρόσφατη εισαγωγή της έννοιας του «κινδύνου συσχέτισης» στο ελληνικό δίκαιο των σημάτων καθώς κατά κοινή παραδοχή ο κίνδυνος συσχέτισης δεν διευρύνει την κλασική έννοια του κινδύνου σύγχυσης ούτε λειτουργεί εναλλακτικά προς αυτόν, απλά χρησιμεύει για τον προσδιορισμό του εύρους του, καλύπτοντας τις περιπτώσεις του «έμμεσου κινδύνου σύγχυσης» και του κινδύνου σύγχυσης «υπό ευρεία έννοια», που πάντως ήταν γνωστές και προηγουμένως. Πολύ περισσότερο η παραπάνω θέση επιβεβαιώνεται στο νέο νόμο για τα σήματα, όπου αποτυπώνεται σαφώς η επιλογή του νομοθέτη να στηρίζει την κρίση για την συνδρομή ή μη κινδύνου σύγχυσης σε δύο πυλώνες ίσης σημασίας: αφενός στην ομοιότητα των συγκρουόμενων ενδείξεων και αφετέρου στην ομοιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών.

Ένας προβληματισμός που θα μπορούσε να αναπτυχθεί σε σχέση με το κίνδυνο σύγχυσης μεταξύ εταιριών που είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο, το οποίο αποτελεί βασικό θεσμό χρηματοδότησης της αγοράς. Είναι και στην περίπτωση αυτή χαρακτηριστικό το γεγονός ότι οι εταιρίες δεν πωλούν τα προϊόντα τους, αλλά τον εαυτό τους, τη φήμη τους και τις προοπτικές τους, και κατά συνέπεια η εγγύτητα ή μη των κλάδων στους οποίους δραστηριοποιούνται μόνο σε περιορισμένο βαθμό μπορεί να επηρεάσει την διάκριση της μίας από την άλλη.

Οι προσεγγίσεις του κρίσιμου ζητήματος του κινδύνου σύγχυσης είναι αναμφισβήτητα ενδιαφέρουσες και εδράζονται σε εύστοχες και ρεαλιστικές εκτιμήσεις σχετικά με τη λειτουργία των συναλλαγών και της αγοράς εν γένει. Θα πρέπει ωστόσο να αντιταχθεί ότι φορείς που κυριαρχούν στις συναλλαγές, όπως οι τράπεζες, οι ασφαλιστικές εταιρίες, οι μεγάλοι προμηθευτές κλπ., λόγω της εξειδίκευσης και της εξοικείωσής τους με το χώρο, δύσκολα θα παραπλανηθούν ως προς την ταυτότητα της μίας ή της άλλης επιχείρησης. Και από την άλλη πλευρά, ο ίδιος νόμος εισάγει πλέον στο δίκαιο των σημάτων το στοιχείο της ομοιότητας των διακρινομένων προϊόντων/υπηρεσιών ως κριτήριο για την εκτίμηση της συνδρομής του κινδύνου σύγχυσης. Δεδομένου δε ότι το κριτήριο αυτό έχει νόημα μόνο σε σχέση με την αντίληψη του καταναλωτικού κοινού, και με βάση τη θέση ότι η κυρίαρχη έννοια του κινδύνου σύγχυσης θα πρέπει να θεωρείται ενιαία για ολόκληρο το δίκαιο των διακριτικών γνωρισμάτων, θα μπορούσε βάσιμα να υποστηριχθεί ότι η κρατούσα άποψη περί εκτίμησης του κινδύνου σύγχυσης αποκλειστικά σε σχέση με την αντίληψη του καταναλωτή εξακολουθεί να διατηρεί τη βαρύτητά της.

Συμπερασματικά, μπορεί να παρατηρηθεί ότι η σχέση ανταγωνισμού δεν αναγνωρίζεται ευθέως από το νόμο ως προϋπόθεση της σύγκρουσης μεταξύ διακριτικών γνωρισμάτων επιχείρησης ή σημάτων, εισάγεται όμως μέσα από την έννοια του κινδύνου σύγχυσης που απαιτείται να συντρέχει.

Υπάρχουν βέβαια δύο περιπτώσεις, τις οποίες ο νόμος εξαιρεί από την ανάγκη συνδρομής κινδύνου σύγχυσης ως προϋπόθεσης προστασίας ενός σήματος. Η πρώτη είναι αυτή κατά την οποία υφίσταται πλήρης ταύτιση τόσο των συγκρουόμενων ενδείξεων όσο και των διακρινομένων προϊόντων/υπηρεσιών. Ωστόσο, η αληθής έννοια της συγκεκριμένης διάταξης μάλλον δεν είναι ότι στις ρυθμιζόμενες περιπτώσεις δεν απαιτείται κίνδυνος σύγχυσης, αλλά ότι η ύπαρξη του τελευταίου τεκμαίρεται αμάχητα από τον ίδιο το νομοθέτη ως αποτέλεσμα της πλήρους ταύτισης των συγκρουόμενων ενδείξεων αλλά και των διακρινομένων με

αυτές αγαθών. Κατά συνέπεια η δεδομένη εκ των πραγμάτων σ' αυτή την περίπτωση, σχέση ανταγωνισμού μεταξύ των ενδιαφερομένων επιχειρήσεων δεν εκπίπτει από προϋπόθεση της σύγκρουσης μεταξύ σημάτων.

Διαφορετική είναι η δεύτερη περίπτωση, που αφορά την προστασία των σημάτων φήμης. Πρόκειται εδώ για σαφή και αληθινή εξαίρεση από τον κανόνα της συνδρομής κινδύνου σύγχυσης, καθώς αυτή ακριβώς η υπέρβαση του πλαισίου της ομοιότητας των διακρινομένων αγαθών αποτελεί την ουσία και το περιεχόμενο της διευρυμένης προστασίας των σημάτων φήμης. Η ίδια διαπίστωση ισχύει βέβαια κατ' αναλογία και για τα λοιπά διακριτικά γνωρίσματα φήμης, τα οποία επίσης προστατεύονται έναντι του κινδύνου εξασθένησής τους ανεξάρτητα από την συνδρομή των προϋποθέσεων του κινδύνου σύγχυσης ή του «ομοειδούς» των προϊόντων. Μπορεί λοιπόν ενόψει των παραπάνω να ειπωθεί ότι η περίπτωση σύγκρουσης με διακριτικό γνώρισμα φήμης αποτελεί την εξαίρεση, κατά την οποία το στοιχείο της σχέσης ανταγωνισμού μεταξύ των φορέων των εμπλεκόμενων ενδείξεων δεν παίζει κανένα άμεσο ή έμμεσο ρόλο.

4.4 Υποκειμενικά Στοιχεία

Ανεξάρτητο, και πολύ πιο ξεκάθαρο, είναι αυτό της πρόθεσης ανταγωνισμού εκ μέρους του φορέα μιας από τις συγκρουόμενες ενδείξεις. Γίνεται γενικά δεκτό σε θεωρία και νομολογία ότι στα πλαίσια του δικαίου των διακριτικών γνωρισμάτων (σε αντίθεση με τα γενικώς ισχύοντα στο δίκαιο του αθέμιτου ανταγωνισμού) κρίσιμο είναι το αντικειμενικό γεγονός της παράλληλης χρήσης δύο ενδείξεων, που έχει ως συνέπεια την δυνατότητα πρόκλησης σύγχυσης στις συναλλαγές και προσβολής συγκεκριμένων προστατευομένων συμφερόντων. Τα υποκειμενικά στοιχεία, όπως η γνώση για την ύπαρξη της ξένης ένδειξης, η πρόθεση προσβολής ή εκμετάλλευσης της φήμης της κτλ., δεν υπεισέρχονται καθόλου στην κρίση για την συνδρομή ή όχι σύγκρουσης διακριτικών γνωρισμάτων. Κατ' αντιστοιχία δεν επηρεάζουν και τους τρόπους ή τα κριτήρια επίλυσης της εν λόγω σύγκρουσης είτε προς την μία είτε προς την άλλη κατεύθυνση. Έτσι, σε περίπτωση που δύο παρόμοιες ενδείξεις έχουν συνυπάρξει επί μακρόν χωρίς προβλήματα για οποιοδήποτε λόγο, είναι άνευ αντικειμένου η εκ των υστέρων επίκληση εκ μέρους του φορέα του προγενέστερου διακριτικού γνωρίσματος της αρχικής κακής πίστης του ανταγωνιστή του, προκειμένου να ανατραπεί η

υπάρχουσα ισορροπία και να απαγορευθεί εφεξής η χρήση της μεταγενέστερης ένδειξης. Η λύση αυτή επιβάλλεται όχι μόνο προς αποφυγή διατάραξης μιας πραγματικής κατάστασης που έχει ήδη διαμορφωθεί και παγιωθεί, αλλά και επειδή εν προκειμένω η μετά παρέλευση μακρού χρόνου επίκληση της αρχικής κακής πίστης του ανταγωνιστή παρουσιάζεται τελικά και η ίδια κακόπιστη, δεδομένου και του «οικονομικού κεκτημένου» που αυτό στο μεταξύ έχει αποκτήσει μέσα από την σταθεροποίηση της θέσης του στην αγορά.

4.5 Η Ζημία ως προϋπόθεση της Σύγκρουσης Διακριτικών Γνωρισμάτων

Ένα άλλο ζήτημα που πρέπει να διευκρινιστεί είναι προϋπόθεση της σύγκρουσης διακριτικών γνωρισμάτων δεν συνιστά η ζημία ή η οποιαδήποτε γενικά βλάβη των συμφερόντων των επιχειρήσεων που συνδέονται με αυτά. Είναι λοιπόν σαφές ότι η σύγκρουση υφίσταται από μόνο το γεγονός της συνύπαρξης δύο παρόμοιων ενδείξεων στον ίδιο χώρο συναλλαγών, χωρίς να ενδιαφέρει το αν από την συνύπαρξη αυτή βλάπτεται η οικονομική θέση του ενός ή του άλλου ανταγωνιστή, πράγμα που δεν είναι απαραίτητο να συμβαίνει, όταν π.χ. πρόκειται για επιχειρήσεις που ανήκουν σε διαφορετικές οικονομικές βαθμίδες. Από εκεί και πέρα διαφορετικό ζήτημα αποτελεί το αν η ύπαρξη βλάβης ανάγεται από το νομοθέτη σε προϋπόθεση για την έγερση των διαφόρων αξιώσεων που απορρέουν από αυτήν ακριβώς τη σύγκρουση.

Πρέπει πάντως να σημειωθεί ότι μοναδική περίπτωση που γίνεται λόγος για «βλάβη» είναι αυτή, η οποία αφορά και πάλι στα σήματα φήμης και από την οποία μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα ότι κατ' εξαίρεση, προκειμένου να υπάρξει περίπτωση σύγκρουσης με σήμα φήμης, απαιτείται να συντρέχει το στοιχείο της δυνατότητας βλάβης του διακριτικού χαρακτήρα ή της φήμης του εν λόγω σήματος και κατ' επέκταση των συμφερόντων της επιχείρησης που το φέρει.

4.6 Η κατά τόπο σύμπτωση των πεδίων προστασίας των συγκρουόμενων ενδείξεων

Είναι τέλος σαφές ότι, προκειμένου να υπάρχει αληθινή σύγκρουση μεταξύ δύο ή περισσότερων διακριτικών γνωρισμάτων, απαιτείται τα χωρικά πεδία προστασίας τους να συμπίπτουν ή έστω να τέμνονται. Και αν για τα σήματα που ισχύουν εξ' ορισμού για το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, αυτό είναι αυτονόητο, δεν ισχύει το ίδιο και για τα διακριτικά γνωρίσματα του ουσιαστικού συστήματος, η προστασία των οποίων είναι δυνατό να περιορίζεται τοπικά στα πλαίσια της συγκεκριμένης περιοχής όπου χρησιμοποιούνται ή αντίστοιχα έχουν επικρατήσει στις συναλλαγές. Σ' αυτή την περίπτωση δύο διακριτικά γνωρίσματα, η συνύπαρξη των οποίων σε θεωρητικό και αφηρημένο επίπεδο θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι τελικά δεν συγκρούονται και ότι το καθένα μπορεί να εξακολουθήσει να λειτουργεί ανεξάρτητο και ανεπηρέαστο στο δικό τους χώρο ισχύος.

Συμπερασματικά, από την ανάπτυξη που προηγήθηκε καθίσταται εμφανές ότι ένας γενικός ορισμός της έννοιας της «σύγκρουσης των διακριτικών γνωρισμάτων», ο οποίος να καλύπτει το σύνολο των ειδικότερων περιπτώσεων που είναι δυνατό να παρουσιαστούν, είναι σχεδόν ανέφικτος. Ωστόσο θα μπορούσε συμπερασματικά να ειπωθεί ότι σύγκρουση διακριτικών γνωρισμάτων υφίσταται, όταν δύο ή περισσότερα προστατευόμενα διακριτικά γνωρίσματα χρησιμοποιούνται και λειτουργούν ως τέτοια στο ίδιο οικονομικό περιβάλλον, κατά τρόπο που η συνύπαρξή τους να μπορεί να προκαλέσει σύγχυση στο καταναλωτικό κοινό. Οι αναγκαίοι αυτοί όροι, που αποτελούν το *minimum* προϋποθέσεων της σύγκρουσης διακριτικών γνωρισμάτων, απαιτείται να συντρέχουν κατά το χρόνο γέννησης του δικαιώματος πάνω στο νεότερο από τα συγκρουόμενα γνωρίσματα, η έναρξη προστασίας του οποίου σηματοδοτεί και το χρονικό σημείο έναρξης της σύγκρουσης.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή:Επιχείρηση.....	σελ.2
A. Έννοια.....	σελ.3
α) Ενσώματα στοιχεία	σελ.3
β) Ασώματα στοιχεία	σελ.3-4-5
B. Διακριτικά γνωρίσματα της επιχείρησης.....	σελ.5-6

Κεφάλαιο 1 - Εμπορικά Σήματα

1.1 Έννοια.....	σελ.8-9-10
1.2 Είδη Σημάτων.....	σελ.10-11-12
1.3 Διάκριση με βάση τη διακριτική δύναμη του Σήματος.....	σελ.13-14
1.4 Διαδικασίες για την απόκτηση δικαιώματος στο Σήμα.....	σελ.14-15-16
1.5 Δικαιώματα που παρέχει το Σήμα.....	σελ.16-17
1.6 Τρόπος χρήσεως του Σήματος.....	σελ.17-18
1.7 Σήματα απαράδεκτα προς κατάθεση.....	σελ.18-19-20
1.8 Μεταβίβαση Σήματος.....	σελ.20-21-22
1.9 Διάρκεια προστασίας του Σήματος.....	σελ.22
1.10 Διαγραφή του Σήματος.....	σελ.22-23-24
1.11 Αστική και ποινική προστασία του Σήματος.....	σελ.24-25
1.12 Συλλογικά Σήματα.....	σελ.25-26
1.13 Αλλοδαπά Σήματα.....	σελ.26-27
1.14 Κοινοτικά Σήματα.....	σελ.27-28
1.15 Η σημασία του Σήματος.....	σελ.28-29-30

Κεφάλαιο 2 – Επωνυμία

2.1 Έννοια.....	σελ.32
2.2 Η Επωνυμία ως διακριτικό γνώρισμα.....	σελ.32-33
2.3 Τρόποι χρησιμοποίησης της Επωνυμίας.....	σελ.33
2.4 Μορφές Επωνυμίας.....	σελ.34
2.5 Πώς γίνεται η επιλογή της Επωνυμίας μιας Εταιρείας.....	σελ.35
2.6 Αρχές που διέπουν την Επωνυμία.....	σελ.35-38
2.7 Συστήματα σχηματισμού της Επωνυμίας.....	σελ.39

2.8 Η απόκτηση και η απώλεια του δικαιώματος στην Επωνυμία.....	σελ.39-40-41
2.9 Η προστασία της Επωνυμίας – Παραγραφή αξιώσεων Δικαιούχου.....	σελ.41-44
2.10 Η σημασία της Επωνυμίας.....	σελ.44
2.11 Διαδικασία προέγκρισης Επωνυμίας για κάθε τύπο Εταιρείας.....	σελ.44-53
2.12 Πώς γίνεται η βεβαίωση ελέγχου Επωνυμ...	σελ.53-54

Κεφάλαιο 3 - Διακριτικός τίτλος της επιχείρησης

3.1 Διακριτικός τίτλος.....	σελ.56
3.2 Εταιρική Ταυτότητα.....	σελ.56-57
3.3 Λογότυπο – Η καρδιά της Εταιρικής Ταυτ.....	σελ.58-60
3.4 Γιατί αξίζει να επενδυθούν χρήματα για την σχεδίαση του λογότυπου; - Παραδείγματα Λογοτύπων.....	σελ.60-63
3.5 Επαγγελματική Κάρτα – Παραδείγματα Επαγγελματικών καρτών.....	σελ.63-68
3.6 Επιστολόχαρτο Εταιρικής Ταυτότητας – Παραδείγματα Επιστολόχαρτων.....	σελ.69-70-71

Κεφάλαιο 4 – Η σύγκρουση των διακριτικών Γνωρισμάτων

4.1 Η έννοια των Διακριτικών Γνωρισμάτων.....	σελ.72-74
4.2 Οι όροι σύγκρουσης Διακριτικών Γνωρισμ...	σελ.75-81
4.3 Σχέση Ανταγωνισμού και Κίνδυνος Σύγχ...	σελ.82-85
4.4 Υποκειμενικά Στοιχεία.....	σελ.85-86
4.5 Η Ζημία ως προϋπόθεση της Σύγκρισης Διακριτικών Γνωρισμάτων.....	σελ.86
4.6 Η κατά τόπο σύμπτωση των πεδίων προστασίας των συγκρουόμενων ενδείξεων.....	σελ.87

Περιεχόμενα	σελ.88-89
--------------------------	-----------

Βιβλιογραφία	σελ.90-91
---------------------------	-----------

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<<ΓΙΑ ΤΟ ΣΗΜΑ>>

- <http://innovation.duth.gr/duthvrc/elearn/ipr/lab.htm>
- <http://www.gge.gr/4/organ.asp?1825>
- <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%B1>
- www.gge.gr/4/organ.asp?196
- www.esee.gr
- <http://innovation.duth.gr/duthvrc/elearn/ipr/lab2.htm>

<<ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΩΝΥΜΙΑ>>

- <http://innovation.duth.gr/duthvrc/elearn/ipr/brad2.htm>
- <http://innovation.duth.gr/duthvrc/elearn/ipr/brad3.htm>
- <http://innovation.duth.gr/duthvrc/elearn/docs/IPSec6.pdf>
- <http://www.gge.gr/09diadsystasis/html/ae.html>
- <http://www.gge.gr/09diadsystasis/html/epe.html>
- <http://www.gge.gr/09diadsystasis/html/ee.html>
- <http://www.gge.gr/09diadsystasis/html/oe.html>
- http://www.gge.gr/09diadsystasis/html/body_ae.html#katastatiko
- <http://www.imathiachamber.gr/imathia/articles/article.jsp?context=103&categoryid=5&articleid=2757>
- http://www.grel.gr/corporate_identity.htm
- <http://www.grel.gr/logos.htm>
- http://www.acci.gr/acci/business_information/Proceduresforsettingupbusinesses/IndividualBusiness/tabid/488/language/el-GR/Default.aspx

<<ΓΙΑ ΤΟΝ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟ ΤΙΤΛΟ>>

- <http://www.grel.gr/logos.htm>
- http://www.grel.gr/corporate_identity.htm
- http://www.grel.gr/business_cards.htm
- <http://www.grel.gr/letterheads.htm>

<<ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΥΓΚΡΟΥΣΗ ΤΩΝ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΩΝ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΩΝ>>

- http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%B8%CE%AD%CE%BC%CE%B9%CF%84%CE%BF%CF%82_%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82#.CE.A7.CF.81.CE.AE.CF.83.CE.B7_.CE.B5.CF.80.CF.89.CE.BD.CF.85.CE.BC.CE.AF.CE.B1.CF.82_.CE.AE_.CE.B4.CE.B9.CE.B1.CE.BA.CF.81.CE.B9.CF.84.CE.B9.CE.BA.CE.BF.CF.8D_.CE.B3.CE.BD.CF.89.CF.81.CE.AF.CF.83.CE.BC.CE.B1.CF.84.CE.BF.CF.82_.CE.B1.CE.BD.CF.84.CE.B1.CE.B3.CF.89.CE.BD.CE.B9.CF.83.CF.84.CE.AE
- www.businesswoman.com
- <http://nomothesia.ependyseis.gr>
- Εμπορικός κώδικας Β. Αντωνόπουλος 7^η έκδοση Δίκαιο βιομηχανικής ιδιοκτησίας Ν. 2239/1994 'Περί σημάτων' Τιμολέων Ν. Φουντεδάκης: η σύγκρουση των διακριτικών γνωρισμάτων.