

ΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟ DESIGN

Γαρεφαλάκη Άντα, dpsd03006

Ζεγκίνογλου Νατάσα, dpsd03012

“Το σήμα”

Σήμα

Από τη Βικιπαίδεια, την ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια

Το **σήμα** ανήκει στα δικαιώματα [Διανοητικής Ιδιοκτησίας](#). Άλλα τέτοια δικαιώματα είναι η [ευρεσιτεχνία](#) και το [βιομηχανικό υπόδειγμα](#), το [βιομηχανικό σχέδιο](#), οι [γεωγραφικές ονομασίες προέλευσης](#), οι [τοπογραφίες ημιαγωγών](#) και το [δικαίωμα σε ποικιλίες φυτών](#).

Σύμφωνα με τη διεύθυνση Εμπορικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας, θεωρείται σήμα κάθε σημείο επιδεικτικό γραφικής παραστάσεως, ικανό να διακρίνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μιας επιχειρήσεως από εκείνα άλλων επιχειρήσεων.

Περιεχόμενα [\[Απόκρυψη\]](#)

Νόμοι περί σημάτων στην Ελλάδα

Σκοπός και λειτουργίες του σήματος

Σκοπός

Λειτουργίες

Κατάθεση σήματος

Η σημασία της κατάθεσης σήματος

Μεταβίβαση σήματος

Μεταφορά και χορήγηση άδειας των σημάτων

Διακρίσεις με βάση τη μορφή του σήματος

Διακρίσεις με βάση τον προορισμό του σήματος

Διακρίσεις με βάση τη διακριτική δύναμη του σήματος.

Περίπτωση ο καταθέτης σήματος να είναι αλλοδαπός

Αντιποίηση σήματος

Προστασία διακαιούχου σε περίπτωση προσβολής σήματος

Ιδιαίτερες κατηγορίες σημάτων

Ερωτήματα

Επιτρέπεται η παράλληλη κατάθεση σήματος;

Η κατοχύρωση ενός σήματος έχει εθνική εμβέλεια ή και διεθνή;

Τι διαφορά υπάρχει μεταξύ ® και ™, αλλά και που χρησιμοποιείται το ©;

Κατοχυρώνονται μόνο εμπορικά σήματα επιχειρήσεων ή και προϊόντων και υπηρεσιών;

Αν κάποια επιχείρηση αποφασίσει να αλλάξει το εμπορικό της σήμα, τι γίνεται με το ήδη καταχωρημένο;

Πιο συγκεκριμένα, ο όρος «βιομηχανικό σήμα» διακρίνει τα προϊόντα που η επιχείρηση παράγει. Το «εμπορικό σήμα» αναφέρεται στα προϊόντα που η επιχείρηση εμπορεύεται και το «σήμα υπηρεσιών» στα προϊόντα υπηρεσιών (δηλαδή στις δραστηριότητες που ασκούνται για λογαριασμό τρίτων και δεν οδηγούν στην παραγωγή ή κυκλοφορία προϊόντων). Άλλοι τύποι σημάτων είναι το «συλλογικό σήμα», το «σήμα προνοίας», «αμυντικό σήμα», «επωνυμικό σήμα», «σήματα σειράς», «κύρια σήματα και σήματα είδους», «συνδεδεμένα σήματα» και «σήματα ποιότητας».

Μπορούν να αποτελέσουν σήμα ιδίως οι λέξεις, τα ονόματα φυσικών ή νομικών προσώπων, τα ψευώνυμα, οι απεικονίσεις, τα σχέδια, τα γράμματα, οι αριθμοί, οι ήχοι, συμπεριλαμβανομένων των μουσικών φράσεων, το σχήμα του προϊόντος ή της συσκευασίας του. Ως σήμα θεωρείται και ο τίτλος εφημερίδας ή περιοδικού.

Γενικά, το σήμα είναι οποιαδήποτε σημάδι, σύμβολο, γραφική αντιπροσώπευση, επιστολή, έμβλημα, ήχος (συμπεριλαμβανομένων των μουσικών φράσεων), μορφή του προϊόντος ή μορφή της συσκευασίας του προϊόντος που αντιπροσωπεύεται ελεύθερα και που χρησιμοποιείται προκειμένου να διακρίνει μεταξύ των χαρακτηριστικών όπως η ποιότητα, κατασκευή, προέλευση των αγαθών, των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Χρησιμοποιείται προκειμένου να διευκολυνθεί η διάκριση μεταξύ των προϊόντων των μεμονωμένων παραγωγών ή των κατασκευαστών και να προστατευθεί το κοινό από τον αθέμιτο συναγωνισμό. Το σήμα, μετά από τη νόμιμη εγγραφή, θεωρείται ένα μόνιμο και αποκλειστικό περιουσιακό στοιχείο του (φυσικού ή νομικού) προσώπου του οποίου το όνομα καταχωρείται. Οι τίτλοι εφημερίδων και περιοδικών θεωρούνται επίσης σήματα. Για το ευρύ κοινό, πολλά σήματα συνδέονται τόσο στενά με τον τύπο προϊόντος ώστε να αντικατασταθεί η ονομασία αυτών των τύπων των προϊόντων από τα εμπορικά τους σήματα (π.χ. Nescafe, Aspirin, Jeep, Thermos, Sherry, Kleenex).

Κάθε επιχείρηση και εταιρία δραστηριοποιείται σε διάφορους τομείς και παράγει προϊόντα υλικά και άυλα που παραπέμπουν σε αυτήν. Τον ρόλο της σύνδεσης του προϊόντος με την εταιρία αναλαμβάνουν τα διακριτικά γνωρίσματα των προϊόντων ή υπηρεσιών της επιχείρησης και ιδιαίτερα το σήμα. Η λειτουργία που επιτελεί το σήμα είναι ότι προσδιορίζει των προέλευση των προϊόντων ή των υπηρεσιών από ορισμένη επιχείρηση.

Νόμοι περί σημάτων στην Ελλάδα

Σύμφωνα με το Νόμο Υπ' αριθμόν 2239 «Περί σημάτων», δεν καταχωρούνται ως σήματα σημεία τα οποία:

- δεν μπορούν να αποτελέσουν σήμα σύμφωνα με τα παραπάνω
- στερούνται διακριτικού χαρακτήρα
- συνίστανται αποκλειστικά από σημεία ή ενδείξεις που μπορούν να χρησιμεύσουν στις συναλλαγές για την δήλωση του είδους, της ποιότητας, των ιδιοτήτων, της ποσότητας προορισμού, της αξίας, της γεωγραφικής προελεύσεως ή του χρόνου παραγωγής του προϊόντος ή παροχής της υπηρεσίας ή άλλων χαρακτηριστικών του προϊόντος ή της υπηρεσίας
- συνίστανται αποκλειστικά από σημεία ή ενδείξεις, τα οποία έχουν καταστεί συνήθη στην καθομιλουμένη πρακτική συναλλαγών
- συνίστανται αποκλειστικά από το σχήμα που επιβάλλεται από την φύση του προϊόντος ή είναι απαραίτητο για την επίτευξη ενός τεχνικού αποτελέσματος ή προσδίδει ουσιαστική αξία στο προϊόν.
- αντίκεινται στην δημόσια τάξη ή τα χρηστά ήθη
- μπορούν να παραπλανήσουν το κοινό, ιδίως ως προς την φύση, την ποιότητα ή την γεωγραφική προέλευση του προϊόντος ή της υπηρεσίας.

Επίσης δεν καταχωρούνται ως σήματα, η σημαία, τα εμβλήματα, τα σύμβολα, οι θυρεοί, τα σημεία και τα επισήματα του Ελληνικού Κράτους και των λοιπών κρατών και τα σημεία των οποίων η κατάθεση αντίκειται στην καλή πίστη ή έγινε κακόπιστα. Τέλος ένα σήμα δεν γίνεται δεκτό για καταχώριση εάν ταυτίζεται με προγενέστερο σήμα και τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες για τα οποία το σήμα έχει δηλωθεί ταυτίζονται με εκείνα για τα οποία προστατεύεται το προγενέστερο σήμα ή υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης του κοινού (άρθρο 3 και 4 του Ν.2239/94).

Σκοπός και λειτουργίες του σήματος

Σκοπός

Το σήμα ως διακριτικό γνώρισμα υπηρετούσε και υπηρετεί, κατ' αρχή το συμφέρον του φορέα του. Αποτελεί ένα από τα μέσα που αυτός χρησιμοποιεί στην προσπάθειά του να διευρύνει τον κύκλο των πελατών του. Τα προϊόντα του, εφοδιαζόμενα με το σήμα, αναδύονται από τη μάζα των όμοιων ή παρόμοιων προϊόντων που κυκλοφορούν στην αγορά. Το σήμα, διεγείροντας την προσοχή των καταναλωτών, συντείνει στη συγκράτηση των παλιών και στην απόκτηση νέων πελατών. Παράλληλα, το σήμα χρησιμεύει στον φορέα του και ως όπλο στον αγώνα του εναντίον των λοιπών ανταγωνιστριών επιχειρήσεων.

Πέρα από τον παραπάνω πρωταρχικό και κύριο σκοπό του, το σήμα ικανοποιεί και την ανάγκη του καταναλωτή να διευκολύνεται στην αναζήτηση των προϊόντων της προτίμησής του. Ο καταναλωτής μέσω του σήματος αναζητά τα γνωστά σε αυτόν για την ποιότητα και τις συγκεκριμένες ιδιότητες προϊόντα. Το συμφέρον του καταναλωτή επίσης, επιβάλλει, η χρησιμοποίηση του σήματος να μη δημιουργεί κίνδυνο παραπλάνησης του ως προς την επιλογή των προϊόντων της προτίμησής του. Τέλος, σε ευρωπαϊκό / κοινοτικό επίπεδο, το σήμα υπηρετεί το συμφέρον της καλής λειτουργίας ενός ελεύθερου και ανόθευτου ανταγωνισμού στο πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς, αφού ο φορέας του μέσω της χρήσης του βοηθείται στην ανάπτυξη της οικονομικής του δραστηριότητας.

Λειτουργίες

Ο σκοπός και οι λειτουργίες του σήματος βρίσκονται σε στενό δεσμό μεταξύ τους, χωρίς να ταυτίζονται απόλυτα. Ο σκοπός αποτελεί το πρωταρχικό στοιχείο, το αποτέλεσμα που ο νομοθέτης επιδιώκει με την αναγνώριση του σήματος. Η λειτουργία, αντίθετα, σημαίνει την ενέργεια, τη δράση που αναπτύσσει το σήμα και που είναι αναγκαία για τη πραγμάτωση του σκοπού του.

Η βασικότερη λειτουργία που το σήμα επιτελούσε και επιτελεί είναι η λειτουργία προέλευσης. Σύμφωνα με τη λειτουργία αυτή, το σήμα διαγράφει το δεσμό ανάμεσα στην επιχείρηση και στα προϊόντα ή στις υπηρεσίες και έτσι διακρίνει τελικά αυτά από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες άλλων επιχειρήσεων.

Το σήμα, ως διακριτικό γνώρισμα, χρησιμεύει στο φορέα του και ως μέσο πληροφοριακής, κυρίως, διαφήμισης. Τη διαφημιστική του δύναμη τη στηρίζει είτε στη σχέση που το συνδέει με το προϊόν ή την υπηρεσία, είτε στην εντυπωσιακή του διαμόρφωση, είτε στην προβολή του από τα μέσα ενημέρωσης. Το σήμα, έτσι, επιτελεί και διαφημιστική λειτουργία, που το καθιστά οικονομικό αγαθό από την εκμετάλλευση του οποίου ο φορέας του προσδοκά συμφέρον.

Στο δίκαιο των σημάτων έχει τεθεί και το ερώτημα αν το σήμα, πέρα από τις παραπάνω λειτουργίες, επιτελεί και εγγυητική λειτουργία, με την έννοια ότι εγγυάται μια ορισμένη ποιότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών που διακρίνει. Τέτοια λειτουργία υπό το προϊσχύσαν δίκαιο δεν επιτελούσε αφού δεν προέκυπτε από οποιαδήποτε διάταξη υποχρέωση διατήρησης της ίδιας πάντοτε ποιότητας. Όμως, το

σήμα ούτε υπό το ισχύον νέο δίκαιο επιτελεί εγγυητική λειτουργία με την παραπάνω έννοια. Θα μπορούσε μόνο να λεχθεί ότι τα γνωστά σήματα επιτελούν εγγυητική λειτουργία με την οικονομική του όρου έννοια. Και αυτό, γιατί ο επιχειρηματίας φροντίζει να διατηρεί το ίδιο επίπεδο ποιότητας, αφού από επιβάλλεται από το δικό του επιχειρηματικό συμφέρον.

Κατάθεση σήματος

Σύμφωνα με τον Ν. 2239/94 οποιαδήποτε εργασία σχετικά με το σήμα γίνεται στη Δ/ση Εμπορικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας. Το σήμα καταχωρείται και ισχύει για 10 χρόνια από την επόμενη της ημερομηνίας κατάθεσης. Σύμφωνα με τον Ν. 2239/94 οποιαδήποτε εργασία σχετικά με εμπορικό σήμα γίνεται στη Δ/ση Εμπορικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας.

Η καταχώρηση του σήματος παρέχει στο δικαιούχο αποκλειστικό δικαίωμα. Ιδίως παρέχει το δικαίωμα της χρήσεως αυτού, το δικαίωμα να επιθέτει αυτό στα προϊόντα ή εμπορεύματα τα οποία προορίζεται να διακρίνει, να χαρακτηρίζει τις παρεχόμενες υπηρεσίες, να επιθέτει αυτό στα περικαλύμματα και στις συσκευασίες των εμπορευμάτων, στο χαρτί αλληλογραφίας, στα τιμολόγια στους ιμοκαταλόγους, στις αγγελίες, στις κάθε είδους διαφημίσεις, ως και σε άλλο έντυπο υλικό και να το χρησιμοποιεί σε ηλεκτρονικά ή οπτικοακουστικά μέσα.

Η σημασία της κατάθεσης σήματος

Η νομική διαδικασία αναγνώρισης ενός σήματος ξεκινά με την κατάθεση της ειδικής Δήλωσης και του σχετικού φακέλου από εξουσιοδοτημένο για αυτό Δικηγόρο στο αρμόδιο τμήμα του Υπουργείου Εμπορίου, όπου μετά από έλεγχο της τυπικής νομιμότητας και τις τυχόν διορθώσεις φέρεται προς συζήτηση στη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων, η απόφαση της οποίας καταχωρείται σε ειδικό δημόσιο βιβλίο μαζί με όλα τα εξατομικευτικά του σήματος στοιχεία.

Το σημαντικό είναι ότι η καταχώρηση αυτή που έχει αναδρομική ενέργεια, δηλαδή οι συνέπειες της ανατρέχουν στο χρόνο κατάθεσης της Δήλωσης, αποτελεί ατομική διοικητική πράξη διαπλαστικού χαρακτήρα και δημιουργεί απόλυτο δικαίωμα κατά παντός.

Αποτέλεσμα:

- ο δικαιούχος δικαιούται να χρησιμοποιεί το σήμα αλλά και να εμποδίζει τρίτους από τη χρήση του ίδιου ή και παρόμοιου σήματος. Αποκτά ένα δυνατό μέσο διατήρησης αλλά και διεύρυνσης του πελατολογίου του.
- δικαιούται να το μεταβιβάσει με αντάλλαγμα ανάλογο κάθε φορά της φήμης και της διακριτικής του δύναμης του σήματος.
- δικαιούται να παραχωρεί με αντάλλαγμα άδειες παράλληλης κατάθεσης ή χρήσης του σήματος σε τρίτους.

Επομένως το σήμα, εκτός από την κύρια λειτουργία που είναι η διαφοροποίηση των προϊόντων και των υπηρεσιών μιας επιχείρησης από άλλες, είναι και ένα περιουσιακά εκμεταλλεύσιμο άυλο αγαθό, το οποίο για να αποδώσει καρπούς χρειάζεται ποιότητα, σωστή διαχείριση, διαθέσιμα κεφάλαια, δυναμική και μακρόχρονη χρήση στην αγορά.

Για το λόγο αυτό τόσο η κατοχύρωση όσο και η διαχείριση του αφορά επιχειρήσεις με δυνατότητες ανάπτυξης, διαθέσιμα κεφάλαια, διαφημιστική πολιτική και δυναμική παρουσία στον ελεύθερο ανταγωνισμό.

Μικρότερης εμβέλειας επιχειρήσεις μπορούν να συσπειρωθούν κάτω από ένα δυνατό σήμα με δικαίωμα χρήσης του και ακόμη μικρότερες, δυναμικές και καθιερωμένες σε συγκεκριμένη περιφέρεια της αγοράς, μπορούν άνετα να πετύχουν τα ίδια χρησιμοποιώντας το διακριτικό γνώρισμα των προϊόντων ή υπηρεσιών τους το οποίο μέσα στα γεωγραφικά τους όρια δράσης επιτελεί την ίδια λειτουργία με το σήμα.

Μεταβίβαση σήματος

Το σήμα μεταβιβάζεται ελεύθερα με ή χωρίς την επιχείρηση, είτε εν ζωή με σύμβαση, είτε αιτία θανάτου, κατά τους κανόνες της κληρονομικής διαδοχής.

Μεταφορά και χορήγηση άδειας των σημάτων

Άδεια χρήσης σήματος :Με έγγραφη συμφωνία που καταρτίζεται μεταξύ του δικαιούχου και τρίτου προσώπου, επιτρέπεται η παραχώρηση αποκλειστικής ή απλής άδειας χρήσης του σήματος, για το σύνολο ή για ένα μέρος των προϊόντων ή των υπηρεσιών που καλύπτει.

Τα σήματα μπορούν να προσφέρουν εισόδημα με τη χορήγηση άδειας σε κάποιον τρίτο. Η άδεια μπορεί να χορηγηθεί σε οποιονδήποτε θεωρεί ο χορηγός κατάλληλο και οι όροι στους οποίους βασίζεται η άδεια είναι ένα πολύ σημαντικό θέμα.

Αυτός που χορηγεί την άδεια (συνήθως ο ιδιοκτήτης του σήματος) πρέπει να ελέγχει την ποιότητα των αγαθών που παράγει ο κάτοχος της άδειας , για να αποφευχθεί ο κίνδυνος το σήμα να κριθεί εγκαταλειμμένο από τα δικαστήρια. Μια άδεια σήματος πρέπει, συνεπώς, να περιλαμβάνει κατάλληλες παροχές σχετικές με την ποιότητα ελέγχου, με τις οποίες ο κάτοχος της άδειας παρέχει τις εξουσιοδοτήσεις για την ποιότητα και ο χορηγός της άδειας έχει το δικαίωμα της επιθεώρησης και του ελέγχου.

Διακρίσεις με βάση τη μορφή του σήματος

Με βάση τη μορφή τους τα σήματα διακρίνονται σε:

- 1. Λεκτικά σήματα.** Πρόκειται για το συνηθέστερο είδος σήματος. Αποτελούνται από μια ή περισσότερες λέξεις, σύμφωνα κατ' αρχή με τους γλωσσικούς κανόνες, η μικρές φράσεις (slogans), με την προϋπόθεση ότι δεν είναι απλά περιγραφές και έχουν τη (διακριτική) ικανότητα να διακρίνουν τα προϊόντα του καταθέτη από τα προϊόντα των ανταγωνιστών του. Έτσι είναι δυνατή π.χ. η κατάθεση ως σήματος της επωνυμίας, του αστικού ονόματος ή του ψευδωνύμου του φορέα της επιχείρησης. Οι λέξεις μπορεί να είναι και φανταστικές. Κυρίως τέτοιες είναι οι λεξιπλασίες. Δηλαδή, καινούργιες λέξεις που δεν ανήκουν στο λεξιλόγιο της καθομιλουμένης και που σχηματίζονται από «συνδυασμούς ή αλλοιώσεις άλλων λέξεων ή τμημάτων τους, προσφυσμάτων, καταλήξεων ή φθόγγων της καθομιλουμένης». Σαν παράδειγμα αναφέρεται το σήμα της «Kodak», το οποίο δεν είχε καμία έννοια πριν υιοθετηθεί και χρησιμοποιηθεί ως λογότυπο που σχετίζεται με αγαθά , είτε αυτά είναι φωτογραφικού ή διαφορετικού είδους. Τα σήματα που έχουν επινοηθεί αποτελούν νεολογισμούς οι οποίοι δεν βρίσκονταν προηγουμένως σε κάποιο λεξικό.

Πολυάριθμα σήματα, επίσης, αποτελούνται από λέξεις με λεξιλογική ερμηνεία που σχετίζονται ακριβώς και προσδιορίζουν άμεσα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες στα οποία απευθύνονται. Για παράδειγμα, η λέξη-σήμα *Salty* που απευθύνεται σε αλμυρά προϊόντα.

Επιπλέον, κάποια άλλα σήματα έχουν την ιδιότητα να υποδηλώνουν τη φύση, ποιότητα, ή κάποιο χαρακτηριστικό των προϊόντων ή υπηρεσιών σε σχέση με αυτό που χρησιμοποιούνται, αλλά δεν περιγράφουν αυτό το χαρακτηριστικό και απαιτούν τη φαντασία από τη μεριά του καταναλωτή για να προσδιοριστεί το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό. Τέτοιου είδους σήματα, επικαλούνται την διορατική φαντασία του καταναλωτή. Σχετικό παράδειγμα αποτελεί, η Blu-ray, μια νέα τεχνολογία υψηλών δυνατοτήτων για αποθήκευση δεδομένων.

2. Σύνθετα σήματα. Πρόκειται για σήματα που αποτελούνται από συνδυασμό λέξεων και εικόνων ή μόνο λέξεων ή μόνο εικόνων. Δεν είναι απαραίτητο κάποιο από τα μέρη του σύνθετου σήματος να έχει διακριτική ικανότητα. Αρκεί να έχει τέτοια ικανότητα η σύνθεση των επιμέρους τμημάτων.

Τέτοια σήματα, μπορεί να αποτελούνται από κοινές λέξεις, των οποίων η ερμηνεία δεν παραπέμπει ούτε στο αγαθό, ούτε στο πεδίο στο οποίο αυτό ανήκει. Αποτελούνται από λέξεις ή εικόνες που διαθέτουν λεξιλογική ερμηνεία πριν υιοθετηθούν σαν λογότυπα, αλλά χρησιμοποιούνται για προϊόντα ή υπηρεσίες, που δεν έχουν κάποια σχέση με αυτή τους την ερμηνεία. Παράδειγμα αποτελεί η «Apple» που ενώ ερμηνεύεται ως «μήλο», είναι το εμπορικό σήμα βιομηχανίας υπολογιστών.

3. Σήματα με επίπεδη και σήματα με τρισδιάστατη μορφή.

4. Ηχητικά σήματα. Τα σήματα αυτά ενεργούν μόνο ακουστικά. Δηλαδή, διακρίνουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μέσω ενός ήχου ή θορύβου, που συνήθως αποτυπώνεται σε δίσκο ή σε ταινία μαγνητοφώνου και μεταδίδεται μέσω ραδιοφώνου ή τηλεόρασης. Μπορούν να παρασταθούν γραφικά με τη μορφή πενταγράμμου με μουσικές νότες.

Διακρίσεις με βάση τον προορισμό του σήματος

- 1. Βιομηχανικό και εμπορικό σήμα**
- 2. Σήμα υπηρεσιών**
- 3. Ατομικό - συλλογικό σήμα:** ανάλογα με το φορέα του σήματος, γίνεται διάκριση σε ατομικό και συλλογικό σήμα. Ατομικό είναι το σήμα που καταθέτης του είναι επιχείρηση, ενώ συλλογικό είναι το σήμα που καταθέτης του είναι επαγγελματική ένωση, ιδιωτικού ή δημόσιου δικαίου, με νομική προσωπικότητα.
- 4. Σήμα προνοίας :** σήματα εμπορικά, βιομηχανικά ή υπηρεσιών, που ο καταθέτης τους δεν έχει πρόθεση να τα χρησιμοποιήσει άμεσα, αλλά στο μέλλον. Ωστόσο, τα καταθέτει από πριν, ώστε να προλάβει να μην αποκτήσει άλλος την ένδειξη που αυτός επινόησε.
- 5. Αμυντικό σήμα:** σήμα που ο καταθέτης του δεν προτίθεται να το χρησιμοποιήσει, καταφεύγει όμως, στην κατάθεσή του, προκειμένου να δημιουργήσει μια ασπίδα προστασίας του κύριου σήματος. Έτσι, παράλληλα με το σήμα, για παράδειγμα, Grammophon, κατατίθενται τα σήματα Grammofox, Grammognom, Grammolette κλπ.

6. **Επωνυμικό σήμα:** σήμα που διακρίνει το σύνολο των προϊόντων ή υπηρεσιών που προέρχονται ή θα προέλθουν από μια 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 καταθέσει και κατάλογο των προϊόντων ή υπηρεσιών, τα οποία το σήμα πρόκειται να διακρίνει).
7. **Σήματα σειράς:** περισσότερα σήματα που έχει καταθέσει ο ίδιος φορέας για διάφορα προϊόντα και που έχουν ως βάση κοινό θέμα, τον ίδιο κορμό.
8. **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.
9. **Συνδεδεμένα σήματα:** περισσότερα σήματα χρησιμοποιούνται από μια επιχείρηση ως μια ενότητα. (αυτό συμβαίνει ακόμα κι όταν μια επιχείρηση αγοράσει το σήμα μιας άλλης και το χρησιμοποιεί παράλληλα με το δικό της).
10. **Σήμα συνδεδεμένων επιχειρήσεων:** σε περίπτωση περισσοτέρων επιχειρήσεων που έχουν συνασπισθεί 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.
11. **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.

Διακρίσεις 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 μέση 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 τη 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 ανόμοια προϊόντα ή υπηρεσίες. Έτσι, το σήμα “Anker” ή το σήμα “Triumph” δεν προσβάλλονται όταν χρησιμοποιούνται από τρίτον σε ανόμοια προϊόντα αφού έχουν κατατεθεί και χρησιμοποιούνται για περισσότερα προϊόντα, 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.

Περίπτωση ο καταθέτης σήματος να είναι αλλοδαπός

Αν ο καταθέτης είναι αλλοδαπός, δηλ. έχει την επαγγελματική του εγκατάσταση εκτός Ελλάδος, μπορεί να υποβάλλει δήλωση κατάθεσης σήματος στην Ελλάδα. Η διαδικασία κατάθεσης σήματος είναι η ίδια, όπως για τον ημεδαπό. Με την καταχώρισή του στην Ελλάδα, το σήμα γίνεται ανεξάρτητο από το αλλοδαπό και διέπεται πλέον από το ελληνικό δίκαιο.

Αντιποίηση σήματος

Αντιποίηση εμπορικού σήματος είναι όταν κάποιος κατά τις συναλλαγές χρησιμοποιεί το ιδιαίτερο διακριτικό γνώρισμα μιας επιχείρησης, με τρόπο που να μπορεί να προκαλέσει σύγχυση με το όνομα ή την επωνυμία κάποιου άλλου.

Προστασία διακαιούχου σε περίπτωση προσβολής σήματος

Ο δικαιούχος έχει το δικαίωμα να εγείρει αγωγή ενώπιον Μονομελούς Πρωτοδικείου, αξιώνοντας άρση και παράλειψη της προσβολής στο μέλλον, ακόμα και αποζημίωση, σε περίπτωση ζημίας από υπαιτιότητα. Μπορεί επίσης να ζητηθεί και η λήψη ασφαλιστικών μέτρων.

Ιδιαίτερες κατηγορίες σημάτων

Τα κοινοτικά και τα διεθνή σήματα

Με τον όρο κοινοτικό σήμα εννοούμε την καταχώριση ενός σήματος και στις 25 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με μία μόνη κατάθεση στο Γραφείο Εναρμόνισης στην Εσωτερική Αγορά, Γ.Ε.Ε.Α. (www.oami.eu.int), το οποίο και εδρεύει στο

Αλικάντε της Ισπανίας. Όσον αφορά τα διεθνή σήματα, δεν υπάρχει μια αντίστοιχη διαδικασία που να καταχωρεί αυτομάτως ένα σήμα σε διεθνές επίπεδο. Για το λόγο αυτό, έχει τεθεί σε εφαρμογή το Πρωτόκολλο της Μαδρίτης και στο οποίο είναι μέλη 79 χώρες από όλον τον κόσμο, συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας από τη 10/08/2000. Σύμφωνα με αυτό το πρωτόκολλο, δίνεται η δυνατότητα καταχώρησης ενός σήματος αυτομάτως σε όσες από τις 79 χώρες μέλη επιθυμεί ένας δικαιούχος καταθέτοντας μια και μόνο αίτηση στη WIPO (Word Intellectual Property Organization), που είναι και ο αρμόδιος φορέας, με έδρα τη Γενεύη της Ελβετίας. Ποια τα οφέλη καταχώρισης ενός εμπορικού σήματος;

Τα οφέλη εξαρτώνται από τις βλέψεις του δικαιούχου του σήματος για την επιχείρησή του. Η ιστορία έχει δείξει ότι αυτοί που καταχωρούν τα σήματά τους έχουν μακρινές βλέψεις και επενδύουν στην επιχείρησή τους, προστατεύοντας τα δικαιώματά της επωνυμίας αυτής. Εάν το εμπορικό σήμα δεν είναι κατατεθειμένο και κατοχυρωμένο, είναι εκτεθειμένο στη διάθεση του οποιοδήποτε τρίτου να το αντιγράψει αυτούσιο ή σε παραλλαγή του και να το χρησιμοποιήσει στη δική του δραστηριότητα αποκλείοντας μελλοντικά τον αρχικό χρήστη, στην περίπτωση που ο οποιοσδήποτε τρίτος προβεί πριν από αυτόν στην κατοχύρωσή του, από τη δυνατότητα να το χρησιμοποιήσει. Επίσης, η κατοχύρωση ενός εμπορικού σήματος προσδίδει επιπλέον κύρος στην επιχείρηση καθώς μπορεί πλέον να χρησιμοποιεί νομίμως τα διακριτικά των σημάτων κατατεθέν, γνωστά και ως ® και ™ καθώς επίσης και των πνευματικών δικαιωμάτων με το διακριτικό ©.

Ερωτήματα

Επιτρέπεται η παράλληλη κατάθεση σήματος;

Με έγγραφη συμφωνία μεταξύ του δικαιούχου του σήματος και τρίτου, επιτρέπεται η καταχώριση του ίδιου σήματος, για διάκριση των αυτών προϊόντων ή υπηρεσιών, υπό τον όρο ότι η καταχώριση του σήματος δεν δημιουργεί κίνδυνο παραπλάνησης του κοινού.

Πότε έχουμε απώλεια του δικαιώματος στο σήμα;

Απώλεια του δικαιώματος στο σήμα έχουμε με τη μη ανανέωση της διάρκειας προστασίας του, την παραίτηση του δικαιούχου και τη διαγραφή του σήματος, που επέρχεται με την αμετάκλητη απόφαση της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων.

Η κατοχύρωση ενός σήματος έχει εθνική εμβέλεια ή και διεθνή;

Τα εμπορικά σήματα χωρίζονται σε σήματα:

- 1) Ημεδαπής.
- 2) Αλλοδαπής.
- 3) Συλλογικά.
- 4) Κοινοτικά.
- 5) Διεθνή.

Τα σήματα ημεδαπής είναι τα πιο διαδεδομένα, κατά τα οποία η έδρα της επιχείρησης είναι στην ημεδαπή, για παράδειγμα στην Ελλάδα, και η κατοχύρωση τους ισχύει σε εθνικό επίπεδο και μόνο. Η κατοχύρωση αλλοδαπών σημάτων γίνεται όταν μια επιχείρηση έχει έδρα στο εξωτερικό και θέλει να κατοχυρώσει τα δικαιώματά του σήματός της σε μια τρίτη χώρα (άλλη της έδρας). Τα συλλογικά σήματα αναφέρονται σε συλλόγους και οργανώσεις, κυρίως μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα.

Τι διαφορά υπάρχει μεταξύ ® και ™, αλλά και που χρησιμοποιείται το ©;

Το διακριτικό ®, γνωστό και ως registered trademark, είναι και το πιο διαδεδομένο καθώς διακρίνει τα γενικά εμπορικά σήματα πλήρως ανταγωνιστικών προϊόντων και υπηρεσιών, σε αντίθεση με το διακριτικό ™, γνωστό και ως 'trademark', το οποίο διακρίνει επωνυμίες περισσότερο ολιγοπωλιακού χαρακτήρα και εφευρέσεις λέξεων, επωνυμιών και απεικονίσεων (σχέδιο). Το διακριτικό ©, γνωστό και ως copyright, το συναντάμε σε φράσεις, βιβλία και συναφή πνευματικά δικαιώματα. Κοινώς, τα ® και ™ αναφέρονται σε εμπορική και βιομηχανική ιδιοκτησία, ενώ το διακριτικό © αναφέρεται δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας.

Κατοχρώνονται μόνο εμπορικά σήματα επιχειρήσεων ή και προϊόντων και υπηρεσιών;

Η καταχώρηση ενός σήματος μπορεί να αφορά τόσο το λογότυπο-σήμα της επιχείρησης, όσο και προϊόντων μεμονωμένα. Τα αγαθά και οι υπηρεσίες χωρίζονται διεθνώς σε 45 κατηγορίες, γνωστές και ως κλάσεις εμπορίου. Από 1 έως 35 βρίσκουμε τα αγαθά, ενώ από 36 έως και 45 κατηγοριοποιούνται οι υπηρεσίες. Ανάλογα με τις κατηγορίες που καλύπτει ένας σήμα, εν συνεχεία κατατίθεται και καταχωρείται στις αντίστοιχες κλάσεις εμπορίου, είτε αφορά γενικό σήμα εταιρείας, είτε συγκεκριμένου προϊόντος.

Λογικά, η καταχώρηση ενός εμπορικού σήματος αποτελεί και προστιθέμενη αξία για την επιχείρηση.

Βεβαίως, αρκεί να σκεφτεί κανείς ότι ένα καταχωρημένο εμπορικό σήμα αποτελεί περιουσιακό στοιχείο, με όλα τα χαρακτηριστικά των περιουσιακών στοιχείων όπως να αγοράζεται, να πωλείται, να κατάσχεται και να παραχωρείται. Η καταχώρηση ενός εμπορικού σήματος ανεβάζει αυτομάτως την αξία μιας επιχείρησης και αυτό φαίνεται ξεκάθαρα στην αποτίμησή της, σε περίπτωση εξαγοράς, όπου μια επιχείρηση χωρίς καταχωρημένο σημείο έχει ως καθαρή αξία τα μεταχειρισμένα και άλλα υπερτιμημένα και άλλα υποτιμημένα περιουσιακά στοιχεία, ενώ στην περίπτωση πώλησης και ενός καταχωρημένου σήματος προστίθεται και η φήμη που έχει δημιουργηθεί μέσα από αυτό το εμπορικό σήμα. Συνεπώς, η καταχώρηση ενός εμπορικού σήματος αποτελεί ξεκάθαρη προστιθέμενη αξία στην επιχείρησή της.

Αν κάποια επιχείρηση αποφασίσει να αλλάξει το εμπορικό της σήμα, τι γίνεται με το ήδη καταχωρημένο;

Όπως προαναφέρθηκε ένα καταχωρημένο εμπορικό σήμα φέρει όλα τα χαρακτηριστικά των περιουσιακών στοιχείων, με αποτέλεσμα ανά πάσα ώρα και στιγμή να μπορεί να τεθεί σε πώληση. Επίσης, ένα σήμα μπορεί να παραχωρηθεί ή να ενοικιασθεί από κάποιον τρίτο.

Φυσικά πρόσωπα μπορούν να κατοχυρώσουν εμπορικά σήματα;

Σαφώς και μπορούν, πρώτον γιατί μπορεί να λειτουργούν ως ατομικές επιχειρήσεις και δεύτερον διότι δύναται βάσει νόμου να κατοχυρωθεί ένα εμπορικό σήμα, το οποίο έχει εγκρίνει η διοικητική επιτροπή σημάτων, σε οποιοδήποτε πρόσωπο, φυσικό ή νομικό, ανεξαρτήτου μεγέθους ή κλάδου δραστηριοποίησης.



Το άρθρο αυτό [χρειάζεται επέκταση](#). Βοηθήστε τη Βικιπαίδεια [επεκτείνοντάς το](#)!