EUIPN
EUROPEAN UNION
INTELLECTUAL PROPERTY NETWORK

www.euipn.org

LT

BENDRASIS PRANEŠIMAS

PREKIŲ IR PASLAUGŲ PALYGINIMAS. NEPAKANKAMAI AIŠKIŲ IR TIKSLIŲ TERMINŲ TRAKTAVIMAS IR *CANON* KRITERIJŲ BEI KITŲ VEIKSNIŲ BENDRAS AIŠKINIMAS

2025 M. KOVO MĖN.

1 BENDRA INFORMACIJA

Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tinklo intelektinės nuosavybės tarnybos toliau bendradarbiauja derindamos prekių ženklų ir dizaino praktiką. Dabar jos susitarė dėl papildomo bendrosios praktikos dokumento, susijusio su prekių ženklais, kuriuo siekiama nustatyti keletą bendrųjų principų dėl prekių ir paslaugų palyginimo, visų pirma dėl nepakankamai aiškių ir tikslių terminų traktavimo ir *Canon* kriterijų bei kitų veiksnių bendro aiškinimo, taip pat pateikti keletą sutartus teiginius iliustruojančių pavyzdžių. Šio dokumento 1.3 skirsnyje išsamiai aprašyti atvejai, kurie patenka į bendrosios praktikos taikymo sritį, taip pat atvejai, kuriems bendroji praktika netaikoma.

Šis bendrosios praktikos dokumentas kartu su bendruoju pranešimu skelbiamas, siekiant toliau didinti skaidrumą, teisinį tikrumą ir nuspėjamumą ekspertams ir naudotojams.

2 BENDROJI PRAKTIKA

Bendrosios praktikos pagrindinė informacija apibendrinta toliau pateiktame tekste. Išsamų tekstą galima rasti šio bendrojo pranešimo priede.

BENDROSIOS PRAKTIKOS PAGRINDINĖ INFORMACIJA

(A) Nepakankamai aiškių ir tikslių terminų traktavimas

PAGRINDINĖS SĄVOKOS

Prekių ir paslaugų aiškumas ir tikslumas; prekių ir paslaugų pažodinis aiškinimas
Bendrosios praktikos pirmajame skirsnyje pateikiamos nustatytos gairės dėl prekių ir paslaugų aiškumo ir tikslumo pagal Sprendimą *IP TRANSLATOR* ([1]) ir Prekių ženklų direktyvą (PŽD) ([2]), taip pat CP1 bendrosios praktikos principus – *Klasifikacijos terminų priimtinumas ir Nicos klasifikacijos klasių antraščių bendrosios sąvokos*. Joje pabrėžiama, kad siekiant nustatyti apsaugos apimtį ir taip užtikrinti teisinį tikrumą, terminų aiškumas ir tikslumas yra labai svarbus. Be to, jose intelektinės nuosavybės tarnyboms rekomenduojama informuoti teisių turėtojus apie būtinybę užtikrinti, kad jų prekių ir paslaugų sąrašuose būtų nurodyti tik aiškūs ir tikslūs terminai, ir pateikiama pavyzdžių, kaip tai pasiekti. Šiame skirsnyje pateikiama papildomų PŽD ištraukų dėl pažodinio prekių ir paslaugų aiškinimo.

([1]) 2012 m. birželio 19 d. Sprendimas *IP Translator*, C-307/10, EU:C:2012:361.
([2]) 2015 m. gruodžio 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2015/2436 valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti.

SUSIJUSI TEISMŲ PRAKTIKA IR JA REMIANTIS NUSTATYTI PRINCIPAI

Pareiga nuo pat pradžių atliekant prekių ir paslaugų palyginimą neatmesti neaiškaus ir netikslaus termino vien dėl to, kad jis nepakankamai aiškus ir tikslus; naudos iš pareigos aiškiai ir tiksliai nurodyti prekių ir paslaugų sąrašą pažeidimo negavimo principas

Šiame skirsnyje trumpai nurodyti pagrindiniai remiantis atitinkamais sprendimais nustatyti principai. Atkreipiamas dėmesys į tai, kad lyginant prekes ir paslaugas nustatyti neaiškūs ir netikslūs ankstesnio ženklo prekių ir paslaugų terminai negali iš pat pradžių būti atmesti vien dėl to, kad yra nepakankamai aiškūs ir tikslūs. Be to, jame aprašoma, kaip bet koks neaiškus ir netikslus terminas, įtrauktas į prekių ir paslaugų sąrašą, neturėtų būti aiškinamas prekių ženklo, kuriame nurodytas toks terminas, turėtojo ir (arba) savininko naudai. Galiausiai paaiškinama, kad įregistruoto prekių ženklo registracija negali būti pripažinta negaliojančia dėl to, kad terminai, apibūdinantys prekes ir paslaugas, yra nepakankamai aiškūs ir tikslūs.

PRIELAIDOS, KURIOMIS GRINDŽIAMA BENDROJI PRAKTIKA

Šiame skirsnyje išdėstyta keletas prielaidų, kurios laikomos teisingomis taikant bendrosios praktikos principus. Pirmoji prielaida: terminas, kurį reikia palyginti, yra neaiškus ir netikslus, kompetentinga institucija negali pasinaudoti jokiomis galimomis procedūrinėmis priemonėmis arba kitomis aplinkybėmis, kurios padėtų išaiškinti neaiškų ir netikslų terminą, ir teisių turėtojas nesiėmė jokių priemonių jam patikslinti. Antroji prielaidų grupė susijusi su būtinybe atsižvelgti į įprastą ir pažodinę neaiškių ir netikslių terminų reikšmę ir į remiantis atitinkama teismų praktika nustatytus principus. Pagal trečiąją prielaidą teigiama, kad dokumento 2.1.3.2 skirsnyje pateikti iliustruojantys pavyzdžiai parengti remiantis Klasifikacijos terminų priimtinumo ir Nicos klasifikacijos klasių antraščių bendrųjų sąvokų naudojimo bendrąja praktika (CP1).

Principai, į kuriuos reikia atsižvelgti lyginant nepakankamai aiškius ir tikslius terminus, įtrauktus į ankstesnio arba ginčijamo prekių ženklo prekių ir paslaugų sąrašą

Lyginant prekes ir paslaugas, neaiškūs ir netikslūs ankstesnio ar ginčijamo ženklo prekių ir paslaugų terminai negali iš pat pradžių būti atmesti vien dėl to, kad yra nepakankamai aiškūs ir tikslūs. Tačiau į šiuos terminus galima atsižvelgti tik turint galvoje jų įprastą ir pažodinę reikšmę, taip pat atsižvelgiant į Nicos klasifikaciją. Tokie vartojami terminai negali būti aiškinami kaip suteikiantys teisę į prekių ženklo apsaugą prekėms ar paslaugoms, kurios negali būti taip suprantamos. Be to, kai terminas nėra pakankamai aiškus ir tikslus, ir kompetentingos institucijos negali vien tuo pagrindu aiškiai nustatyti tikslios tuo terminu apimamos apsaugos apimties, jis negali būti aiškinamas ankstesnio ar ginčijamo prekių ženklo savininko naudai.

Tokio paties arba sinoniminio neaiškaus ir netikslaus termino, kuriam registruojamas ir ankstesnis, ir ginčijamas prekių ženklas, traktavimas

Jei abiejuose prekių ženkluose yra visiškai toks pat neaiškus ir netikslus terminas, pavyzdžiui, „mašinos“ (7 klasė), arba neaiškūs ir netikslūs terminai, kurie yra sinonimai, pavyzdžiui, „prekės iš plastiko“ ir „plastikiniai gaminiai“ (abu priskirti 20 klasei), terminai visiškai sutampa, todėl turi būti laikomi tapačiais.

(B) Canon kriterijų ir kitų veiksnių bendras aiškinimas

PAGRINDINĖS SĄVOKOS

Prekių ir paslaugų palyginimas; veiksniai

Šio skirsnio tikslas – paaiškinti tam tikras sąvokas. Pirma pažymima, kad nors Nicos klasifikacija neturi lemiamos reikšmės prekių ir paslaugų palyginimo rezultatui, aiškinamosios klasių pastabos gali būti naudingos nustatant tam tikras prekių ar paslaugų ypatybes. Taip pat pristatomi *Canon* kriterijai ir kiti veiksniai, kitaip tariant, įvairūs veiksniai, į kuriuos reikia atsižvelgti vertinant prekių ir paslaugų panašumą, kaip nurodo Europos Sąjungos Teisingumo Teismas.

VEIKSNIŲ BENDROS APIBRĖŽTYS IR AIŠKINIMAS

Pobūdis; numatoma paskirtis; naudojimo būdas; papildomumas; konkuravimas; platinimo kanalai; atitinkama visuomenė; įprasta kilmė

Šiame skirsnyje pateikiamas nebaigtinis veiksnių, į kuriuos reikia atsižvelgti vertinant prekių ir paslaugų panašumą, sąrašas, visų pirma: pobūdis, numatyta paskirtis, naudojimo būdas, papildomumas, tai, ar jos tarpusavyje konkuruoja, platinimo kanalai, atitinkama visuomenė ir įprasta kilmė. Taip pat pateikiamos jų suderintos bendros apibrėžtys ir paaiškinimai, aktualūs pavyzdžiai. Atkreipiamas dėmesys į tai, kad ši informacija pateikiama kaip vertinimo gairės, ir neturėtų būti laikoma kaip nurodanti konkretų rezultatą.

VEIKSNIŲ TAIKYMO BENDRIEJI PRINCIPAI

Veiksnių tarpusavio ryšys; atskirų veiksnių svarba ir (arba) reikšmė atliekant vertinimą ir galimybė taikyti vieną kriterijų, leidžiantį nustatyti lyginamų prekių ir paslaugų panašumą; palyginimo veiksnių taikymas tais atvejais, kai i) prekės lyginamos su kitomis prekėmis, ii) prekės lyginamos su paslaugomis ir iii) paslaugos lyginamos su kitomis paslaugomis

Šio skirsnio tikslas – pateikti bendruosius veiksnių, į kuriuos reikia atsižvelgti atliekant vertinimą, taikymo principus. Pirmiausia pabrėžiama, kad vertinant veiksnius reikėtų atsižvelgti į realią padėtį rinkoje, nes tai gali turėti įtakos kai kuriems veiksniams. Toliau pateikiama informacija apie veiksnių, kurie gali būti tarpusavyje susiję, grupes. Po to apžvelgiama, kaip, atliekant vertinimą, kiekvienu konkrečiu atveju įvairūs veiksniai gali turėti skirtingą reikšmę, ir pripažįstama galimybė, kad lyginamų prekių ir paslaugų panašumo nustatymą gali nulemti vienas veiksnys. Šio skirsnio pabaigoje paaiškinama, kad paslaugoms lyginti tarpusavyje iš esmės tinka tie patys veiksniai, kurie taikomi lyginti prekėms ir prekėms su paslaugomis, nors taikant šiuos veiksnius reikia atsižvelgti į esminį prekių ir paslaugų skirtumą (materialios ir nematerialios). Priduriama, kad tam tikromis aplinkybėmis galima nustatyti prekių ir paslaugų panašumų.

3 ĮGYVENDINIMAS

Kaip ir ankstesnės bendrosios praktikos, ši bendroji praktika įsigalios per tris mėnesius nuo šio bendro pranešimo paskelbimo dienos. Daugiau informacijos apie šios bendrosios praktikos įgyvendinimą galima rasti toliau pateiktoje lentelėje. Įgyvendinančios tarnybos gali nuspręsti savo interneto svetainėse paskelbti papildomą informaciją.

Įgyvendinančių tarnybų sąrašas

(*) **Jeigu bendrojo pranešimo ir bendrosios praktikos dokumentų vertimas į kurią nors iš oficialiųjų Europos Sąjungos kalbų ir dokumentai anglų kalba nesutampa, pirmenybė teikiama pastariesiems**.

EUIPN
EUROPEAN UNION
INTELLECTUAL PROPERTY NETWORK

www.euipn.org

LT



BENDROJI PRAKTIKA

PREKIŲ IR PASLAUGŲ PALYGINIMAS. NEPAKANKAMAI AIŠKIŲ IR TIKSLIŲ TERMINŲ TRAKTAVIMAS IR *CANON* KRITERIJŲ BEI KITŲ VEIKSNIŲ BENDRAS AIŠKINIMAS

2025 M. KOVO MĖN.

TURINYS

1 ĮVADAS 1
1.1 Šio dokumento paskirtis 1
1.2 Bendra informacija 1
1.3 Praktikos taikymo sritis 3
2 BENDROJI PRAKTIKA 5
2.1 Prekių ir paslaugų palyginimas. Nepakankamai aiškių ir tikslių terminų traktavimas 5
2.1.1 Pirminės pastabos ir pagrindinės sąvokos 5
2.1.2 Susijusi teismų praktika ir ja remiantis nustatyti principai 7
2.1.2.1 Pareiga nuo pat pradžių prekių ir paslaugų palyginime neatmesti neaiškaus ir netikslaus termino vien dėl to, kad jis nepakankamai aiškus ir tikslus 7
2.1.2.2 Naudos iš pareigos aiškiai ir tiksliai nurodyti prekių ir paslaugų sąrašą pažeidimo negavimo principas 7
2.1.3 Prielaidos, kuriomis grindžiama bendroji praktika 8
2.1.3.1 Principai, į kuriuos reikia atsižvelgti lyginant nepakankamai aiškius ir tikslius terminus, įtrauktus į ankstesnio arba ginčijamo prekių ženklo prekių ir paslaugų sąrašą 8
2.1.3.2 Tokio paties arba sinoniminio neaiškaus ir netikslaus prekių ar paslaugų termino, kuriam taikomas ir ankstesnis, ir ginčijamas prekių ženklas, traktavimas 9
2.2 Prekių ir paslaugų palyginimas. *Canon* kriterijų ir kitų veiksnių bendras aiškinimas 9
2.2.1 Pirminės pastabos ir pagrindinės sąvokos 9
2.2.2 Veiksnių bendros apibrėžtys ir aiškinimas 10
2.2.3 Veiksnių taikymo bendrieji principai 17

1 ĮVADAS

1.1 Šio dokumento paskirtis

Šiame bendrosios praktikos dokumente nustatoma keletas bendrųjų principų dėl prekių ir paslaugų palyginimo, konkrečiau dėl nepakankamai aiškių ir tikslių terminų traktavimo ir *Canon* kriterijų bei kitų veiksnių bendro aiškinimo, taip pat pateikiama keletas sutartus teiginius iliustruojančių pavyzdžių. Šiuo dokumentu remiasi Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnyba (EUIPO), Beniliukso intelektinės nuosavybės tarnyba (BOIP) ir valstybių narių intelektinės nuosavybės tarnybos (toliau – valstybių narių INT), toliau kartu vadinamos INT, vartotojų asociacijos, pareiškėjai ir atstovai.

Bendrosios praktikos dokumentas bus plačiai ir lengvai prieinamas. Jame bus aiškiai ir išsamiai paaiškinti principai, kuriais ši praktika grindžiama. Bendrosios praktikos principai turėtų būti taikomi visuotinai, be to, siekiama, kad jie aprėptų daugumą atvejų. Nors prekių ir paslaugų palyginimas bus atliekamas atsižvelgiant į konkretų atvejį, šiais principais galima vadovautis kaip gairėmis siekiant užtikrinti, kad skirtingos INT laikytųsi panašaus ir nuspėjamo požiūrio. Be to, pavyzdžiai turėtų būti vertinami atsižvelgiant į bendrosios praktikos dokumente išdėstytus principus ir remiantis prielaidomis, kuriomis jie pagrįsti. Be to, juos reikėtų suprasti kaip tam tikrų CP15 principų iliustruojančius pavyzdžius, o ne kaip pavyzdžius, pagal kuriuos turi būti nustatomas prekių ir paslaugų palyginimo rezultatas.

1.2 Bendra informacija

Nuo 2011 m., kai buvo sukurtas Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tinklas ([1]) (EUIPN), INT ir vartotojų asociacijos aktyviai bendradarbiauja siekdamos suvienodinti prekių ženklų ir dizaino praktiką. Įgyvendinant Konvergencijos programą (2011–2015 m.) buvo suderintos septynios prekių ženklų ir dizaino praktikos sritys. Pagal programą parengta bendroji praktika (CP1–CP7) plačiai įgyvendinama visoje ES ir galioja jau kelerius metus.

2015 m. gruodžio mėn. Europos Parlamentas ir Taryba priėmė ES prekių ženklo reformų dokumentų rinkinį. Rinkinį sudarė dvi teisėkūros priemonės, t. y. 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (ESPŽR) ir 2015 m. gruodžio 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2015/2436 valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti (PŽD).

Kartu su esminius ir procedūrinius klausimus reglamentuojančiomis naujomis nuostatomis, šiuose teisės aktuose nustatytas tvirtesnis teisinis bendradarbiavimo pagrindas. Pagal ESPŽR 151 straipsnio sąlygas bendradarbiavimas su valstybių narių INT ir BOIP, siekiant skatinti praktikos ir priemonių konvergenciją prekių ženklų ir dizaino srityse, tapo pagrindine EUIPO užduotimi; ESPŽR 152 straipsnyje aiškiai nurodyta, kad šis bendradarbiavimas turėtų apimti bendrų ekspertizės standartų rengimą ir bendrosios praktikos nustatymą. Be to, PŽD 51 ir 52 straipsniuose aprašytas INT gebėjimas bendradarbiauti praktikos ir priemonių konvergencijos srityje.

Remdamasi šia teisine sistema, 2016 m. birželio mėn. EUIPO Valdančioji taryba pritarė Europos bendradarbiavimo projektams. Projektų struktūra grindžiama ankstesniais laimėjimais, be to, tuo pat metu jie padeda tobulinti procesus ir didinti bendradarbiavimo mastą.

Konvergencijos srityje buvo imtasi naujų suderinimo iniciatyvų nustatymo ir analizės projekto – konvergencijos

([1]) Anksčiau – Prekių ženklų ir dizaino tinklas (TMDN).

analizės projekto. Įgyvendinant šį projektą, buvo analizuojama INT prekių ženklų ir dizaino praktika, siekiant nustatyti sritis, kuriose laikomasi skirtingos praktikos, ir įvertinant tikėtiną poveikį, galimas taikymo srities ribas, galiojančius teisinius apribojimus, naudotojų suinteresuotumo lygius ir INT naudingus praktinius aspektus; projekto tikslas buvo nustatyti sritis, kuriose bendra praktika būtų naudingiausia EUIPN suinteresuotiems subjektams. Įgyvendinus šį projektą buvo parengtos ir įgyvendintos penkios bendrosios praktikos (CP8–CP12).

ESPŽR 151 ir 152 straipsniuose ir PŽD 51 ir 52 straipsniuose įtvirtintos konkrečios nuostatos, kuriomis kodifikuojamas bendradarbiavimas ir praktikos konvergencija ES teisėje, suteikia aiškius įgaliojimus siekti tolesnės pažangos. Todėl konvergencijos analizės projektas buvo atnaujintas 2020 m. liepos mėn., siekiant nustatyti ir apibrėžti naujus konvergencijos projektus, kurie geriausiai atitiktų Europos IN bendruomenės poreikius ir interesus.

„CP15. Prekių ir paslaugų palyginimas. Nepakankamai aiškių ir tikslių terminų traktavimas ir *Canon* kriterijų bei kitų veiksnių bendras aiškinimas“ buvo rekomenduotas kaip trečiasis konvergencijos projektas, kuris turi būti pradėtas atlikus antrąją konvergencijos analizę ir taptų iš viso penkiolikta bendrąja praktika.

CP15. Prekių ir paslaugų palyginimas. Nepakankamai aiškių ir tikslių terminų traktavimas ir Canon kriterijų bei kitų veiksnių bendras aiškinimas

Lyginant prekes ir paslaugas reikia, kad būtų paaiškinta prekių ir paslaugų sąrašo formuluotė, visų pirma tais atvejais, kai vartojami terminai nėra pakankamai aiškūs ir tikslūs, kad kompetentingos institucijos ir ekonominės veiklos vykdytojai vien tuo pagrindu galėtų nustatyti ženklo apsaugos apimtį pagal Prekių ženklų direktyvos 39 straipsnio 2 dalį. Be to, lyginant prekes ir paslaugas, atitinkamas prekes ir (arba) paslaugas reikia lyginti remiantis tam tikrais kriterijais, pavyzdžiui, *Canon* kriterijais ([2]) ir kitais atitinkamais praktikoje naudojamais palyginimo veiksniais.

Šioje bendrojoje praktikoje *Canon* kriterijai ir kiti veiksniai visame dokumente bus bendrai vadinami „veiksniais“.

Šios temos analizė parodė, kad INT laikosi nepakankamai suderinto požiūrio, visų pirma dėl i) nepakankamai aiškių ir tikslių terminų ankstesniame arba ginčijamame prekių ženkle traktavimo ir ii) nuoseklaus veiksnių taikymo lyginant prekes ir paslaugas. Skirtingi aiškinimai kėlė didelių sunkumų teisių turėtojams, siekiantiems apsaugoti savo prekių ženklus skirtingose jurisdikcijose ir užtikrinti jos vykdymą.

Atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta pirmiau, ir į didelės daugumos INT ir vartotojų asociacijų išreikštą susidomėjimą šioje srityje užtikrinti didesnį nuoseklumą, Valdančioji taryba patvirtino projektą CP15 2022 m. lapkričio mėn. Projekto darbo grupė, kurią sudarė kai kurių INT, EUIPO ir kai kurių vartotojų asociacijų atstovai, 2 metus glaudžiai bendradarbiavo, kad sukurtų bendrų principų rinkinį, pagrįstą nusistovėjusia teismų praktika ir taikoma praktika, atsižvelgdami į EUIPN suinteresuotųjų subjektų pateiktus atsiliepimus. EUIPN bendradarbiavimo rezultatas – šiame dokumente išdėstyta bendroji praktika.

() 1998 m. rugsėjo 29 d. Sprendimas *Canon*, C-39/97, EU:C:1998:442.

Nicos klasifikacijos reikšmė

Prekės ir paslaugos, dėl kurių teikiama prekių ženklo paraiška, klasifikuojamos pagal Nicos klasifikaciją ([3]).

Lyginamų terminų, vartojamų prekių ir paslaugų sąraše, apsaugos apimtis turi būti nustatoma pagal jų natūralią ir įprastą reikšmę, ir aiškinama tiek atsižvelgiant į Nicos klasifikaciją, tiek komerciniu požiūriu.

Nicos klasifikacija iš esmės yra skirta prekėms ir paslaugoms klasifikuoti administravimo tikslais ir jas palyginant lemiamos reikšmės neturi ([4]). Tačiau iš teismų praktikos ([5]) matyti, kad tos klasifikacijos skirtingų klasių aiškinamosios pastabos gali būti svarbios nustatant nagrinėjamų prekių ir paslaugų pobūdį bei paskirtį. Visų pirma, jeigu prekių ar paslaugų, kurioms įregistruotas ženklas, aprašymas yra toks bendras, kad gali būti taikomas labai skirtingoms prekėms ar paslaugoms, aiškinimo arba tikslaus prekių ar paslaugų pavadinimo nurodymo tikslais galima atsižvelgti į klases klasifikacijoje, kurias pasirinko prekių ženklo pareiškėjas.

Vis dėlto, vertinant bendruosius terminus, kurie buvo laikomi neaiškiais ir netiksliais, visada atsižvelgiama į klasės, kurioje pateikiamas terminas, numerį.

1.3 Praktikos taikymo sritis

- 1 darbo krypties taikymo sritis. Prekių ir paslaugų palyginimas. Nepakankamai aiškių ir tikslių terminų traktavimas.

Bendroji praktika **taikoma**:

- susitarimui dėl principų, į kuriuos reikia atsižvelgti lyginant nepakankamai aiškius ir tikslius terminus, kuriems taikomas ankstesnio arba ginčijamo prekių ženklo prekių ir paslaugų sąrašas; ir
- susitarimui dėl tokių pačių arba sinoniminių neaiškių ir netikslių prekių ir paslaugų terminų, kuriems taikomas ankstesnis arba ginčijamas prekių ženklas, traktavimo.

Bendroji praktika **netaikoma**:

- teikiamoms gairėms arba kriterijams, kuriais remiantis nustatoma, viena vertus, kada terminai laikomi aiškiais ir tiksliais, ir, kita vertus, kada jiems trūksta aiškumo ir tikslumo [6];
- sudarant konkrečių nepakankamai aiškių ir tikslių terminų sąrašą [7];
- INT konvergencijai dėl konkrečių veiksmų ir (arba) etapų ir procedūrinių aspektų, susijusių su klasifikacijos atnaujinimu, prekių ir paslaugų sąrašo apribojimu dėl apribojimo arba dalinio

([3]) PŽD 39 straipsnio 1 dalis: „Prekės ir paslaugos, dėl kurių teikiama prekių ženklo registracijos paraiška, klasifikuojamos pagal klasifikacijos sistemą, nustatytą 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutartimi dėl tarptautinės prekių ir paslaugų ženklų registravimo klasifikacijos (toliau – Nicos klasifikacija)“.
([4]) PŽD 39 straipsnio 7 dalis: „Prekės ir paslaugos nelaikomos panašiomis remiantis vien tuo pagrindu, kad jos priskirtos tai pačiai klasei pagal Nicos klasifikaciją. Prekės ir paslaugos taip pat nelaikomos nepanašiomis remiantis vien tuo pagrindu, kad jos priskirtos skirtingoms klasėms pagal Nicos klasifikaciją.
([5]) 2019 m. rugsėjo 9 d. nutarties *The Inner Circle (fig.) / InnerCircle*, T-575/18, EU:T:2019:580, 38 punktas; 2021 m. spalio 6 d. sprendimo *Juvederm*, T-397/20, EU:T:2021:653, 35 punktas ir 2021 m. rugsėjo 1 d. sprendimo *Donas dulcesol / Dulcesol*, T-697/20, EU:T:2021:526, 35 punktas.
([6]) *Žr.* Bendrąjį pranešimą dėl klasifikacijos terminų priimtinumo ir Nicos klasifikacijos klasių antraščių bendrųjų sąvokų naudojimo bendrosios praktikos.
([7]) *Ten pat.*

atsisakymo, taip pat naudojimo įrodymu;
- teisinių suvaržymų, dėl kurių tam tikros INT negali įgyvendinti, aprašymui; ir
- su kalba susijusiems klausimams (pvz., visi pavyzdžiai pateikiami anglų kalba ir daroma prielaida, kad jie bus suprasti taip, kaip juos suprastų asmuo, kuriam anglų kalba yra gimtoji).

- 2 darbo krypties taikymo sritis. Prekių ir paslaugų palyginimas. *Canon* kriterijų ir kitų veiksnių bendras aiškinimas.

Bendroji praktika **taikoma**:

- susitarimui dėl nebaigtinio prekių ir paslaugų palyginimo veiksnių sąrašo, dėl jų bendros apibrėžties ir aiškinimo;
- susitarimui dėl bendrų principų, susijusių su veiksnių taikymu praktikoje, įskaitant:
  - veiksnių tarpusavio ryšį (pvz., atskirų veiksnių svarba ir (arba) reikšmė atliekant vertinimą ir galimybė, kad lyginamų prekių ir paslaugų panašumas bus nustatytas dėl vieno veiksnio);
  - veiksnių taikymą situacijose, kai i) prekės lyginamos su kitomis prekėmis, ii) prekės lyginamos su paslaugomis ir iii) paslaugos lyginamos su kitomis paslaugomis; ir
- susitarimą dėl pavyzdžių, iliustruojančių bendrą veiksnių apibrėžtį, aiškinimą ir taikymą praktikoje.

Bendroji praktika **netaikoma**:

- sudarant konkrečių terminų poras, kurių nustatytas palyginimo rezultatas;
- vertinant įvairius kontekstus, kuriuose prekių ir paslaugų palyginimas atlieka svarbų vaidmenį (pvz., tikimybė suklaidinti, atstovo teikiama paraiška, ryšio tarp ginčijamų žymenų nustatymas su reputacija susijusiais atvejais ir t. t.), arba bet kuri kita jo dalis, neapsiribojanti pačiu prekių ir paslaugų palyginimu;
- prekių ir paslaugų palyginimui naudojamų įrankių (pvz., priemonės „Similarity“) tobulinimui ar atnaujinimui;
- teisinių suvaržymų, dėl kurių tam tikrų valstybių narių INT negali įgyvendinti, aprašymui;
- su kalba susijusiems klausimams (pvz., visi pavyzdžiai pateikiami anglų kalba ir daroma prielaida, kad jie bus suprasti taip, kaip juos suprastų asmuo, kuriam anglų kalba yra gimtoji).

2 BENDROJI PRAKTIKA

2.1 Prekių ir paslaugų palyginimas. Nepakankamai aiškių ir tikslių terminų traktavimas

2.1.1 Pirminės pastabos ir pagrindinės sąvokos

Prekių ir paslaugų aiškumas ir tikslumas

Priimdamas sprendimą „IP TRANSLATOR“ ([8]), Europos Sąjungos Teisingumo Teismas (ESTT) nustatė prekių ir paslaugų, įtrauktų į prekių ženklo paraišką, specifikacijoms taikomą „pakankamo aiškumo ir tikslumo“ sąvoką. Remiantis šiuo sprendimu, prekes ar paslaugas, kurioms prašoma prekių ženklo apsaugos, pareiškėjas turi identifikuoti pakankamai aiškiai ir tiksliai, kad kompetentingos valdžios institucijos ir ūkio subjektai vien tuo remdamiesi galėtų nustatyti prekių ženklu teikiamos apsaugos apimtį. Be to, ESTT nurodė, kad kai kurios Nicos klasifikacijos klasių antraštėse vartojamos bendrosios sąvokos negali patenkinti šio reikalavimo, nes yra per daug bendros ir apima per daug skirtingas prekes ar paslaugas, kad būtų suderinamos su prekių ženklo atliekama kilmės funkcija ([9]).

Į šiame sprendime pateiktas ESTT išvadas vėliau buvo atsižvelgta PŽD, būtent:

Pagal PŽD 37 konstatuojamąją dalį: „(…) *Kad kompetentingos institucijos ir ekonominės veiklos vykdytojai galėtų nustatyti prašomos prekių ženklo apsaugos mastą remdamiesi vien paraiška, prekės ir paslaugos turėtų būti nurodytos pakankamai aiškiai ir tiksliai*(…)“.

Pagal PŽD 39 straipsnio 2 dalį: „*Pareiškėjas pakankamai aiškiai ir tiksliai identifikuoja prekes ir paslaugas, kurių atžvilgiu prašoma apsaugos, kad kompetentingos institucijos ir ekonominės veiklos vykdytojai vien tuo pagrindu galėtų nustatyti prašomos apsaugos mastą*“.

Pagal PŽD 39 straipsnio 3 dalį reikalaujami aiškumo ir tikslumo standartai taikomi bet kokiam prekių ir paslaugų sąraše vartojamam bendrajam terminui, įskaitant į Nicos klasifikacijos klasių antraštes įtrauktas bendrąsias nuorodas: *„Taikant 2 dalį gali būti naudojamos bendrosios nuorodos, įtrauktos į Nicos klasifikacijos klasių antraštes, arba kiti bendrieji terminai, jei jie atitinka būtinus aiškumo ir tikslumo standartus, nustatytus šiame straipsnyje“.*

Prekių ženklo apsauga suteikiama konkrečioms prekėms ar paslaugoms, kurių pobūdis ir skaičius lemia prekių ženklo savininkui suteikiamos apsaugos mastą. Todėl teikiant prekių ženklo paraišką reikalavimas užtikrinti prekių ir paslaugų specifikacijos aiškumą ir tikslumą yra labai svarbus, kad būtų užtikrinta, jog dėl prekių ženklu suteikiamos apsaugos apimties laikomasi teisinio tikrumo principo. Galutinis PŽD 39 straipsnio 2 dalies nuostatos tikslas – užtikrinti, kad registro turinys atitiktų būtiną aiškumo ir tikslumo standartą. Prekėms ir paslaugoms nurodyti naudojama formuluotė padeda apibrėžti prekių ženklų apsaugos apimtį ir, prireikus, yra bet kokių nagrinėjimo procedūrų atspirties taškas. Tai taip pat matyti nacionalinių teismų praktikoje [10].

Praktikos konvergencijos lygmeniu, remiantis Klasifikacijos terminų priimtinumo ir Nicos klasifikacijos klasių antraščių bendrųjų sąvokų naudojimo bendroji praktika (CP1 1 skyrius), kuri grindžiama Sprendimo „IP

([8]) 2012 m. birželio 19 d. Sprendimas *IP Translator*, C-307/10, EU:C:2012:361.
([9]) 2012 m. birželio 19 d. Sprendimo *IP Translator*, C-307/10, EU:C:2012:361, 54 punktas.
([10]) 2019 m. spalio 7 d. Vokietijos federalinio patentų teismo sprendimas, *29 W (pat) 26/15 – limango/Mango*; *EuGH GRUR 2014*. Šiuo atveju buvo pažymėta, kad prekės ir paslaugos turi būti nurodytos aiškiai ir nedviprasmiškai, kad prekių ženklo apsaugos apimtį būtų galima nustatyti greitai, išsamiai ir nedviprasmiškai.

TRANSLATOR“ išvadomis, prekių ir paslaugų aprašymas yra pakankamai aiškus ir tikslus, kai apsaugos apimtį galima suprasti iš to aprašymo įprastos reikšmės. Jeigu šios apsaugos apimties neįmanoma suprasti, pakankamą aiškumą ir tikslumą galima užtikrinti nustatant kitus aktualius aspektus, pvz., savybes, paskirtį ir (arba) nustatytiną rinkos sektorių. Dalykai, kurie padėtų nustatyti rinkos sektorių, galėtų būti (neapsiribojant tuo, kas nurodyta toliau):

- vartotojai ir (arba) pardavimo kanalai;
- naudotini ir įgytini įgūdžiai ir praktinė patirtis;
- naudotini ir sukurtini techniniai pajėgumai.

Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta pirmiau, ir kaip nurodyta Sprendime *IP TRANSLATOR*, galima daryti išvadą, kad formuluotė ar terminas **nėra pakankamai aiškūs ir tikslūs**, jeigu jie apima prekes ir paslaugas, kurios yra *per daug bendros ir apima per daug skirtingas prekes ar paslaugas, kad būtų suderinamos su prekių ženklo atliekama kilmės funkcija* [11]. Tai reiškia, kad neįmanoma daryti pakankamai pagrįstos išvados, kokios konkrečios prekės ar paslaugos iš tiesų apimamos, ir formuluotė ar bendrasis terminas pats savaime nepakankamai atskleidžia aptariamų prekių ar paslaugų komercinį pobūdį ir požymius, kaip antai jų numatytąją paskirtį, naudojimo būdą, atitinkamą tikslinę visuomenę, platinimo kanalus, atitinkamą rinkos sektorių arba įprastą komercinę kilmę.

Šiuo atžvilgiu Klasifikacijos terminų priimtinumo ir Nicos klasifikacijos klasių antraščių bendrųjų sąvokų naudojimo bendrojoje praktikoje (CP1 2 skyrius) nustatytas Nicos klasifikacijos klasių antraščių bendrųjų nuorodų, kurios nelaikomos pakankamai aiškiomis ir tiksliomis, kad būtų galima nustatyti jų teikiamos apsaugos apimtį, sąrašas, todėl be papildomo patikslinimo šios nuorodos nėra priimtinos prekių ir paslaugų sąrašuose, taip pat nurodytos to priežastys.

Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta pirmiau, matyti, kad prekių ir paslaugų sąrašo terminų aiškumas ir tikslumas yra esminis reikalavimas. Tačiau negalima atmesti galimybės, kad registre gali būti nepakankamai aiškių ir tikslių terminų, esančių ankstesnio ženklo prekių ir paslaugų sąraše arba prekių ir paslaugų, nesuklasifikuotų pagal Nicos klasifikaciją, sąraše ([12]).

Rekomenduojama, kad INT **teisių turėtojams pateiktų bendrą informaciją apie būtinybę užtikrinti, kad jų prekių ir paslaugų sąrašuose būtų nurodyti tik aiškūs ir tikslūs terminai**, kartu laikantis nešališkumo principo. Tai būtų galima pasiekti, pavyzdžiui, šiomis priemonėmis:

- pateikiant informaciją oficialiose INT gairėse arba kituose oficialiuose šaltiniuose; arba
- informaciją pateikiant tuo metu, kai atnaujinamas prekių ženklas; arba
- pateikiant informaciją pranešime, kuris siunčiamas abiem bylinėjimosi procese dalyvaujančioms šalims, neatsižvelgiant į tai, ar prekių ir paslaugų sąrašuose yra kokių nors nepakankamai aiškių ir tikslių terminų, ar nėra, ir neatsižvelgiant į atitinkamo proceso pobūdį.

Reikia pabrėžti, kad kiekviena INT gali savo nuožiūra pasirinkti priemones informuotumui apie reikalavimą užtikrinti nurodytų prekių ir paslaugų aiškumą ir tikslumą didinti, pagal savo turimus išteklius ir taikomą praktiką.

([11]) 2012 m. birželio 19 d. Sprendimo *IP Translator*, C-307/10, EU:C:2012:361, 54 punktas.
([12]) Šiuo tikslu žr. 2017 m. sausio 24 d. Sprendimą *DIACOR/DIACOL*, T-258/08, EU:T:2017:22. Jame nurodyta ES prekių ženklo paraiška, kurioje buvo remiamasi 1936 m. Portugalijoje atlikta registracija, kurioje buvo nurodyti pagal tuo metu galiojusią nacionalinę prekių klasifikaciją suklasifikuoti „79 klasės produktai“.

Prekių ir paslaugų pažodinis aiškinimas

Pagal PŽD 37 konstatuojamąją dalį: „(…) *Vartojami bendrieji terminai turėtų būti aiškinami kaip apimantys tik tas prekes ir paslaugas, kurias aiškiai žymi pažodine reikšme vartojamas terminas* (…)“.

Be to, pagal PŽD 39 straipsnio 5 dalį, „*Vartojami bendrieji terminai, įskaitant bendrąsias nuorodas Nicos klasifikacijos klasių antraštėse, aiškinami kaip apimantys visas prekes ar paslaugas, kurias aiškiai žymi pažodine reikšme vartojama nuoroda ar terminas. Tokie vartojami terminai ar nuorodos nėra aiškinami kaip suteikiantys teisę į prekių ženklo apsaugą prekėms ar paslaugoms, kurios negali būti taip suprantamos*“.

2.1.2 Susijusi teismų praktika ir ja remiantis nustatyti principai

2.1.2.1 Pareiga nuo pat pradžių prekių ir paslaugų palyginime neatmesti neaiškaus ir netikslaus termino vien dėl to, kad jis nepakankamai aiškus ir tikslus

Tokia išvadą galima daryti remiantis Sprendimu *BURLINGTON* ([13]), vėlesniuose sprendimuose taip pat pakartota [14], kad neaiškūs ir netikslūs ankstesnio prekių ženklo prekių ir paslaugų terminai lyginant prekes ir paslaugas negali iš pat pradžių būti atmesti vien dėl to, kad yra nepakankamai aiškūs ir tikslūs. Todėl ankstesniame prekių ženkle pateikti neaiškūs ar netikslūs prekių ir paslaugų terminai turės būti lyginami su ginčijamomis prekėmis ir paslaugomis.

2.1.2.2 Naudos iš pareigos aiškiai ir tiksliai nurodyti prekių ir paslaugų sąrašą pažeidimo negavimo principas

Paprastai prekių ženklo teisių turėtojas privalo užtikrinti, kad prekių ir paslaugų sąrašas atitiktų aiškumo ir tikslumo reikalavimą ([15]).

Jei teisių turėtojas nesilaiko pirmiau minėto reikalavimo, bet koks neaiškus ir netikslus terminas, įtrauktas į prekių ir paslaugų sąrašą, neturėtų būti aiškinamas kaip palankus prekių ženklo, kuriame nurodytas toks terminas, turėtojui ir (arba) savininkui. Bendrasis Teismas šį principą pirmą kartą taikė Sprendime *GREEN BY MISSAKO* ([16]) (dėl ankstesnio nacionalinio ženklo 35 klasės „mažmeninės prekybos paslaugų parduotuvėse“, be papildomo patikslinimo), o vėliau ESTT– Sprendime *CLUB GOURMET* ([17]) (dėl ankstesnio nacionalinio ženklo 35 klasės paslaugų neaiškaus aprašymo, susijusio su „*Reklaminiu sakiniu. Jis bus taikomas prekėms, kurias apima prekių ženklai*“). Sprendime *NANA FINK* ([18]) (dėl „18 klasei priskiriamų odos ir dirbtinės odos gaminių bei jų gaminių“) Bendrasis Teismas nurodė, kad „*prekių ženklo savininkas neturėtų gauti naudos iš to, kad pažeidė savo pareigą aiškiai ir tiksliai nurodyti prekių sąrašą“. „Bet kuriuo atveju susijusi formuluotė neturi būti aiškinama taip, kad ji ieškovės naudai apima ir „dirbtinę odą“.* Šiuo principu Bendrasis Teismas pakartotinai rėmėsi įvairiuose vėlesniuose sprendimuose ([19]).

([13]) 2020 m. kovo 4 d. Sprendimo *BURLINGTON / BURLINGTON ARCADE et al.*, C-155/18 P, C-156/18 P, C-157/18 P ir C-158/18 P, EU:C:2020:151, 134–135 punktai.
([14]) 2021 m. vasario 24 d. Sprendimo *Vroom / Pop & Vroom*, T-56/20, EU:T:2021:103, 31 punktas; 2023 m. kovo 1 d. Sprendimo *The Crush Series (fig.) / Crush (fig.)*, T-295/22, EU:T:2023:97, 30–31 punktai.
([15]) 2015 m. liepos 9 d. EUIPO Didžiosios tarybos sprendimo R 863/2011-G, *Malta Cross International Foundation (fig.) / Maltese cross (fig.)*, 55 punktas.
([16]) 2009 m. lapkričio 11 d. Sprendimo *GREEN by missako (fig.)/ MI SA KO (fig.)*, T-162/08, EU:T:2009:432, 31 punktas.
([17]) 2014 m. vasario 6 d. Sprendimo *CLUB GOURMET / CLUB DEL GOURMET EN EL CORTE INGLÉS (fig.) et al.*, C-301/13 P, EU:C:2014:235, 66–67 punktai.
([18]) 2017 m. balandžio 6 d. Sprendimo *NANA FINK (fig.) / NANA*, T-39/16, EU:T:2017:263, 48 punktas.
([19]) 2018 m. rugsėjo 27 d. Sprendimo *Camele'on (fig.) / CHAMELEON*, T-472/17, EU:T:2018:613, 29 punktas; 2018 m. spalio 18 d. Sprendimo *nuuna (fig.) / NANU et al.*, T-533/17, EU:T:2018:698, 62 punktas; 2019 m. lapkričio 28 d. Sprendimo *Bergsteiger / BERG (fig.) et al.*, T-736/18, EU:T:2019:826, 80 punktas.

Nėra pagrindo pripažinti negaliojančiais įregistruotus prekių ženklus, kuriuose yra neaiškių ir netikslių terminų
Kaip ESTT nusprendė byloje *SKY* [20], neaiškaus ir netikslaus termino įregistruotame prekių ženkle problemos negalima pašalinti prašant pripažinti negaliojančiu su tuo terminu susijusį prekių ženklą. Jis būtent konstatavo, kad prekių ženklo „*registracija negali būti visiškai ar iš dalies pripažįstama negaliojančia dėl to, kad prekės ir paslaugos, kurioms šis prekių ženklas įregistruotas, apibūdintos nepakankamai aiškiai ir tiksliai*“.

Be to, Bendrasis Teismas Sprendime *VROOM* pakartojo, kad tai, jog terminai, vartojami prekėms ir (arba) paslaugoms apibūdinti, kurioms galioja ankstesnio ženklo registracija, yra nepakankamai aiškūs ir tikslūs, bet kuriuo atveju negali būti laikoma šio prekių ženklo negaliojimo pagrindu[21].

2.1.3 Prielaidos, kuriomis grindžiama bendroji praktika

Šios bendrosios praktikos 1 darbo kryptis grindžiama prielaida, kad terminas, kurį reikia palyginti, yra neaiškus ir netikslus, klasifikavimo negalima atnaujinti, teisių turėtojas nesiėmė jokių priemonių (apribojimo ar dalinio atsisakymo), kad jį išsamiau apibrėžtų, ir nėra prašomų ir pateiktų naudojimo įrodymų, kurie kitu atveju galėtų padėti nustatyti jo apsaugos apimtį.

Todėl vykdant *inter partes* procedūras, tais atvejais, kai nepakankamai aiškus ir tikslus terminas prekių ir paslaugų sąraše yra svarbus palyginimui, tokio termino apsaugos apimtis turi būti aiškinama atsižvelgiant į i) jo įprastą ir pažodinę reikšmę ir ii) į remiantis atitinkama teismų praktika nustatytus principus, kaip taip pat minėta pirmiau šiame dokumente.

Siekiant išvengti dviprasmybės dėl tam tikrų terminų aiškumo ir tikslumo, 2.1.3.2 skirsnyje pateikti iliustruojantys pavyzdžiai parengti remiantis Klasifikacijos terminų priimtinumo ir Nicos klasifikacijos klasių antraščių bendrųjų sąvokų naudojimo bendrąja praktika (CP1), Joje pateiktas visų INT sutartų gairių rinkinys, kuriame nurodytos bendrosios sąvokos, laikomos nepakankamai aiškiomis ir tiksliomis, kad būtų galima atskleisti jų apsaugos apimtį.

2.1.3.1 Principai, į kuriuos reikia atsižvelgti lyginant nepakankamai aiškius ir tikslius terminus, įtrauktus į ankstesnio arba ginčijamo prekių ženklo prekių ir paslaugų sąrašą

Kaip jau minėta anksčiau, neaiškūs ir netikslūs ankstesnio ar ginčijamo prekių ženklo prekių ir paslaugų terminai lyginant prekes ir paslaugas negali iš pat pradžių būti atmesti vien dėl to, kad yra nepakankamai aiškūs ir tikslūs.

Tačiau į šiuos terminus galima atsižvelgti tik turint galvoje jų įprastą ir pažodinę reikšmę, taip pat atsižvelgiant į Nicos klasifikaciją. Tokie vartojami terminai negali būti aiškinami kaip suteikiantys teisę į prekių ženklo apsaugą prekėms ar paslaugoms, kurios negali būti taip suprantamos.

Be to, kai terminas nėra pakankamai aiškus ir tikslus, ir kompetentingos institucijos negali vien tuo pagrindu aiškiai nustatyti tikslios tuo terminu apimamos apsaugos apimties, jis negali būti aiškinamas ankstesnio ar ginčijamo prekių ženklo savininko naudai.

([20]) 2020 m. sausio 29 d. Sprendimo *Sky*, C-371/18, EU:C:2020:45, 71 punktas.
([21]) 2021 m. vasario 24 d. Sprendimo *Vroom / Pop & Vroom*, T-56/20, EU:T:2021:103, 29 punktas.

2.1.3.2 Tokio paties arba sinoniminio neaiškaus ir netikslaus prekių ar paslaugų termino, kuriam taikomas ir ankstesnis, ir ginčijamas prekių ženklas, traktavimas

Jei abiejų prekių ženklų registracijose yra visiškai toks pat neaiškus ir netikslus terminas, pavyzdžiui, „Mašinos“ (7 klasė), arba neaiškūs ir netikslūs terminai, kurie yra sinonimai, pavyzdžiui, „Prekės iš plastiko“ ir „Plastikiniai gaminiai“ (abu priskirti 20 klasei), terminai visiškai sutampa, todėl turi būti laikomi tapačiais.

2.2 Prekių ir paslaugų palyginimas. *Canon* kriterijų ir kitų veiksnių bendras aiškinimas

2.2.1 Pirminės pastabos ir pagrindinės sąvokos

Prekių ir paslaugų palyginimas

Prekių ir paslaugų palyginimas atliekamas vykdant kelias nagrinėjimo procedūras, pvz., vertinant suklaidinimo tikimybę pagal PŽD 5 straipsnio 1 dalies b punktą.

Prekės ir paslaugos, dėl kurių teikiama prekių ženklo paraiška, klasifikuojamos pagal Nicos klasifikaciją ([22]). Ji neturi lemiamos reikšmės palyginimui ([23]), nes daugiausia yra naudojama prekėms ir paslaugoms klasifikuoti administraciniais tikslais. Tačiau skirtingų klasių aiškinamosiose pastabose gali būti pateikta naudingos informacijos ir jos gali būti svarbios nustatant tam tikras prekių ir paslaugų savybes, pavyzdžiui, atitinkamų prekių ir paslaugų pobūdį, paskirtį, funkciją ir sudėtį[24].

Lyginant prekes ir paslaugas, prekių ir (arba) paslaugų porų vertinimas atliekamas atsižvelgiant į tam tikrus veiksnius

Veiksniai

Apskritai kalbant, du dalykai gali būti panašūs, jeigu jie turi kai kurių bendrų savybių. Prekių ir (arba) paslaugų panašumas nepriklauso nuo jokio konkretaus veiksnių, kurie gali būti iš anksto nustatyti ir taikomi visais atvejais, skaičiaus.

Prekių ir paslaugų panašumas buvo nagrinėjamas Sprendime *CANON*, kuriame ESTT nusprendė, kad vertinant prekių ir (arba) paslaugų panašumą, reikėtų atsižvelgti į visus svarbius veiksnius.

Šie veiksniai, be kita ko, yra jų pobūdis, paskirtis, naudojimas ir tai, ar jos konkuruoja tarpusavyje, ar viena kitą papildo ([25]). Šie veiksniai bendrai vadinami *Canon* kriterijais.

Be to, kas nurodyta pirmiau, teismų praktikoje ir INT praktikoje lyginant prekes ir paslaugas dažnai atsižvelgiama ir į kitus veiksnius, pavyzdžiui, platinimo kanalus ([26]), atitinkamą visuomenę ir įprastą kilmę ([27]).

([22]) PŽD 39 straipsnio 1 dalis.
([23]) PŽD 39 straipsnio 7 dalis.
([24]) 2019 m. rugsėjo 9 d. nutarties *The Inner Circle (fig.) / InnerCircle*, T-575/18, EU: T:2019:580, 38 punktas ir 2021 m. spalio 6 d. Sprendimo *Juvederm*, T-397/20, EU:T:2021:653, 35 punktas ir 2021 m. rugsėjo 1 d. Sprendimo *Donas dulcesol / Dulcesol*, T-697/20, EU:T:2021:526, 35 punktas.
([25]) 1998 m. rugsėjo 29 d. Sprendimo *Canon*, C-39/97, EU:C:1998:442, 23 punktas.
([26]) 2007 liepos 11 d. Sprendimo *PiraÑAM diseño original Juan Bolaños (fig.) / PIRANHA*, T-443/05, EU:T:2007:219, 37 punktas.
([27]) 2003 m. lapkričio 4 d. Sprendimo *CASTILLO / El Castillo (fig.)*, T-85/02, EU:T:2003:288, 38 punktas; 2021 m. birželio

2.2.2 Veiksnių bendros apibrėžtys ir aiškinimas

Kaip nurodyta pirmiau, ESTT nusprendė, kad vertinant prekių ir paslaugų panašumą reikėtų atsižvelgti į visus svarbius veiksnius([28]).

Šie veiksniai, be kita ko, yra jų pobūdis, paskirtis, naudojimas, taip pat tai, ar jos tarpusavyje konkuruoja, ar vienos kitas papildo, platinimo kanalai, atitinkama visuomenė ir įprasta prekių kilmė. Šis sąrašas turėtų būti laikomas nebaigtiniu, nes kiekvienu konkrečiu atveju, be pirmiau minėtų veiksnių arba vietoje jų gali būti svarbūs kiti veiksniai.

Taikant šią bendrąją praktiką, veiksnių apibrėžtys ir aiškinimai turėtų leisti suprasti, kokiomis aplinkybėmis pagal tam tikrus veiksnius lyginamos prekės ir paslaugos gali būti laikomos sutampančiomis ar nesutampančiomis. Todėl šios apibrėžtys, paaiškinimai ir pavyzdžiai pateikiami kaip vertinimo gairės ir neturėtų būti laikomi tam tikrais konkrečių prekių ir paslaugų palyginimo rezultatais.

Tolesniuose punktuose aptariami įvairūs prekių ir paslaugų panašumo veiksniai ir pateikiami jų pavyzdžiai.

Pobūdis

Reikia užduoti šį klausimą: „Kas tai yra?“

Produkto ar paslaugos pobūdis – tai esminiai, pagrindiniai, būdingi požymiai, ypatybės ar charakteristikos, padedantys šį produktą ar paslaugą atpažinti komerciniu požiūriu. Tai galėtų būti, prekių atveju, sudėtis, veikimo principas ir fizinė būklė ir, paslaugų atveju, trečiosioms šalims teikiamos veiklos rūšis ar kategorija.

Komercinės perspektyvos svarbą parodo šis pavyzdys: Laikoma, kad kaip kosmetikos preparatas „automobilių šampūnas“ yra kitokio pobūdžio nei „plaukų šampūnas“ (abu priskiriami 3 klasei). Nors abi šios medžiagos yra plovikliai, svarbu, kad komerciniu požiūriu vienas iš jų parduodamas kaip plaukų priežiūros preparatas, o kitas – kaip transporto priemonės valiklis.

Tai, kad lygintinos prekės ir (arba) paslaugos patenka į tą pačią plačią kategoriją, savaime nereiškia, kad jų pobūdis yra tas pats.

Tačiau jei lygintinos prekės ir paslaugos patenka į pakankamai siaurą kategoriją, pirmenybė teiktina išvadai, kad jų pobūdis sutampa.

Siekiant nustatyti **prekių** pobūdį, gali būti naudinga atsižvelgti į įvairias ypatybes. Šios ypatybės yra, pavyzdžiui:

- **sudėtis**: pvz., sudedamosios dalys ir medžiagos, iš kurių prekės pagamintos.

2 d. Sprendimo *Hispano Suiza / Hispano Suiza*, T-177/20, EU:T:2021:312, 51 punktas ir jame nurodyta teismo praktika; 2013 m. liepos 18 d. EUIPO Didžiosios tarybos sprendimo R 233/2012-G, *PAPAGAYO ORGANIC / PAPAGAYO* 67 punktas; 2022 m. balandžio 13 d. EUIPO Didžiosios tarybos sprendimo R 964/2020-G, *ZORAYA / VIÑA ZORAYA*, 33 punktas.
([28]) 1998 m. rugsėjo 29 d. Sprendimo *Canon*, C-39/97, EU:C:1998:442, 23 punktas.

„Kondensuotas pienas“ ir „Sūris“ (abu priklauso 29 klasei) yra to paties pobūdžio, nes priskiriami tai pačiai produktų kategorijai, būtent pieno produktams, kuri yra maisto produktų pakategorė ([29]).

- **Veikimo principas:** pvz., mechaninis veikimas, su varikliu ar be, optinis, elektrinis, biologinis ar cheminis veikimas.

  „Teleskopas“ ir „žiūronai“ (abu priklauso 9 klasei) yra to paties pobūdžio, nes jų veikimo principas sutampa (optinis).

- **Fizinė būsena:** pvz., skystas / kietas, kietas / minkštas, lankstus / nelankstus.

  Visi gėrimai yra skysti. Tačiau lyginant du skirtingus gėrimus jų fizinė būsena neturėtų būti lemiamas veiksnys: „pienas“ (29 klasė) nėra tokio pat pobūdžio kaip „alkoholinis gėrimas“ (33 klasė).

Pirmiau pateiktas požymių pavyzdžių sąrašas aiškiai nėra baigtinis.

Dėl esminių šių požymių, ypatybių ar charakteristikų skirtumų dažnai negalima daryti išvados, kad prekių ir paslaugų pobūdis sutampa.

Apibrėžiant **paslaugų** pobūdį, negalima remtis jų savybėmis (sudėtimi, veikimo principu, fizine būsena), nes paslaugos yra nematerialios. Jų pobūdį galima nusakyti visų pirma pagal trečiosioms šalims vykdomos veiklos rūšį. Daugeliu atvejų paslaugų pobūdį apibūdina kategorija, kuriai priskiriama paslauga. Pavyzdžiui, taksi paslaugų (39 klasė) pobūdis yra toks pats, kaip ir autobuso paslaugų (39 klasė), nes abi šios paslaugos yra transporto paslaugos.

Paskirtis

Reikia užduoti šį klausimą: 1) „Kokį poreikį tenkina šios prekės ir (arba) paslaugos?“ ir 2) „Kokią problemą jos išsprendžia?“.

Paskirtis apibrėžiama pagal prekių ir paslaugų funkciją. „Numatyta paskirtis“ – tai numatyta prekių ir paslaugų paskirtis, įskaitant numatytą daugiafunkcių produktų paskirtį, ir jokia kita galima naudojimo paskirtis.

Pavyzdžiui, „actas“ (30 klasė) taip pat gali būti naudojamas kaip buitinis valymo tirpalas. Tačiau jo numatyta paskirtis – būti naudojamas kaip įprastas prieskonis.

Paskirtis turi būti apibrėžta pakankamai siaurai. Kuo tiksliau prekės ir paslaugos atitinka tuos pačius vartotojų poreikius arba sprendžia tas pačias problemas, tuo didesnė numatomos paskirties veiksnio reikšmė.

Kita vertus, jei prekės ir paslaugos yra skirtos tiems patiems visuomenės poreikiams tenkinti tik vertinant labai

([29]) 2003 m. lapkričio 4 d. Sprendimo *CASTILLO / El Castillo (fig.)*, T-85/02, EU:T:2003:288, 33 punktas.

plačia prasme, numatytos paskirties veiksnio svarba sumažėja ir net gali trukdyti padaryti išvadą dėl šio veiksnio sutapimo apskritai.

Atsakant į pirmąjį šio poskirsnio klausimą, „virtuvinis peilis“ (8 klasė) gali būti naudojamas kaip atsuktuvas. Tačiau jo numatyta paskirtis – pjaustyti maistą kulinarijos srityje.

Atsakant į antrą klausimą, „reklamos paslaugos“ (35 klasė) padeda kitiems parduoti jų prekes ir paslaugas, reklamuojant jų diegimą ir (arba) pardavimą, stiprinti kliento poziciją rinkoje ir sudaryti jam sąlygas naudojantis viešumu įgyti konkurencinį pranašumą. Kaip kitas atsakymo į antrąjį klausimą pavyzdys – „nekilnojamojo turto operacijos“ (36 klasė) apima nekilnojamojo turto valdymą ir vertinimą bei nekilnojamojo turto agentūrų paslaugas, taip pat konsultacijas ir susijusios informacijos teikimą. Iš esmės šios paslaugos yra nekilnojamojo turto suradimas, siūlymas galimiems pirkėjams ir tarpininkavimas.

Naudojimo būdas

Reikia užduoti šį klausimą: „Kaip prekės ir (arba) paslaugos naudojamos?“.

Naudojimo būdas nulemia tai, kaip prekės ir paslaugos yra naudojamos pagal paskirtį.

Naudojimas dažnai tiesiogiai priklauso nuo prekių ir paslaugų pobūdžio ir (arba) numatytos paskirties, todėl savaime mažai reikšmingas arba nereikšmingas analizuojant panašumą. Nepaisant pirmiau pateikto paaiškinimo, naudojimo būdas, nepriklausomai nuo pobūdžio ir paskirties, gali būti svarbus, jei juo apibūdinamos prekės ir (arba) paslaugos.

Tačiau net jei lyginamos prekės ir (arba) paslaugos yra apibūdinamos atsižvelgiant į naudojimo būdą ir abiejų prekių ir (arba) paslaugų naudojimo būdai yra tapatūs, vien šio fakto nepakanka panašumui nustatyti. Pavyzdžiui, „kramtomoji guma“ (30 klasė) ir „guma su nikotinu, kaip priemonė, padedanti mesti rūkyti“ (5 klasė) naudojamos tuo pačiu būdu, tačiau jų rūšis ir paskirtis skiriasi.

Papildomumas

Reikia atsakyti į šiuos klausimus: „Ar vienas iš jų yra būtinas (esminis) arba svarbus (reikšmingas) kito (-ų) naudojimui?“ **ir** „Ar ryšys (sąsaja) yra toks glaudus, kad vartotojai gali manyti, jog už šių prekių gamybą ar paslaugų teikimą atsakinga ta pati įmonė?“.

Prekės (arba paslaugos) papildo viena kitą, jeigu yra glaudžiai susijusios ta prasme, kad viena jų yra būtina (esminė) arba svarbi (reikšminga) kitos naudojimui taip, kad vartotojai gali manyti, jog už šių prekių gamybą ar paslaugų teikimą atsakinga ta pati įmonė ([30]).

([30]) 2011 m. gegužės 11 d. Sprendimo *FLACO / FLACO*, T-74/10, EU : T:2011:207, 40 punktas; 2012 m. lapkričio 21 d. Sprendimo, *ARTIS / ARTIS*, T-558/11, EU: T:2012:615, 25 punktas ir 2013 m. vasario 4 d. Sprendimo *DIGNITUDE / Dignity*, T-504/11, EU:T:2013:57, 44 punktas.

Ryšys tarp prekių ir (arba) paslaugų turi būti nustatytas pakankamai užtikrintai. Kai ryšys tarp jų nėra pakankamai artimas, kad vienos jų būtų būtinos (esminės) arba svarbios (reikšmingos) kitų naudojimui, papildomumas negali būti nustatytas.

Funkcinis ryšys tarp prekių ir (arba) paslaugų paprastai bus stiprus papildomumo požymis: pavyzdžiui, kai vienos prekės arba paslaugos reikia, kad tinkamai veiktų kita, viena sudaro sąlygas veikti kitai arba viena negali būti naudojama be kitos. Pavyzdžiui, „plaukų dažų losjonų aplikatoriai“ (21 klasė) papildo „plaukų dažų losjonus“ (3 klasė) ir yra naudojami pastariesiems tinkamai tepti.

Taip pat gali būti ryšys tarp, viena vertus, tam tikro produkto ir, kita vertus, jo dalių, komponentų arba detalių. Todėl papildomumas yra, kai atitinkama dalis, komponentas arba detalė parduodami nepriklausomai ir yra reikalingi tinkamam galutinio produkto naudojimui ir (arba) kai dalis, komponentas arba detalė negali būti naudojami pagal numatytą paskirtį, jeigu nėra įtraukti į galutinį produktą.

Tačiau bet koks bendras prekių ir (arba) paslaugų naudojimas, kai kalbama apie patogumą, vartotojų įpročius ar pageidavimus, nelaikomas papildomumu. Jei jų naudoti kartu neprivaloma, nebūtina ar nesvarbu, būtino glaudaus ryšio trūksta ([31]).

Atitinkama visuomenė ir įprasta komercinė prekių ir paslaugų kilmė yra svarbūs veiksniai nustatant papildomumą.

Todėl šia prasme:

1. Pagal apibrėžtį viena kitą papildančios prekės ar paslaugos turi būti naudojamos kartu, todėl prekės ir paslaugos, skirtos skirtingoms visuomenėms, negali būti viena kitą papildančios ([32]).

2. Papildomumo tarp prekių ir (arba) paslaugų, kurios, nemanoma, kad turi tą pačią komercinę kilmę, nėra ([33]).

3. Vertinant, ar vartotojas paprastai tikėtųsi, kad tarp prekių ir (arba) paslaugų yra ryšys, tikslinga atsižvelgti į šiuo metu rinkoje vyraujančias ekonomines sąlygas ([34]).

Negalima atmesti galimybės, kad kai kuriuose sektoriuose, pavyzdžiui, mados, kūno ir veido priežiūros sektoriuose, prekės, kurių pobūdis, paskirtis ir (arba) naudojimo metodas skiriasi, atitinkamos visuomenės akimis gali būti laikomos „estetiniu požiūriu papildančiomis vienos kitas“ ([35]). Bendrasis Teismas „estetinį papildomumą“ apibrėžia kaip ryšį tarp produktų, kuris turi būti susijęs su tikra estetine būtinybe, t. y. vienas produktas yra būtinas arba svarbus kito produkto naudojimui, o vartotojams atrodo įprasta ir normalu šias prekes naudoti kartu ([36]).

([31]) 2015 m. spalio 28 d. Sprendimo *MoMo Monsters / MONSTER et al.*, T-736/14, EU:T:2015:809, 29 punktas.
([32]) 2009 m. sausio 22 d. Sprendimo *easyHotel / EASYHOTEL*, T-316/07, EU:T:2009:14, 57–58 punktai; 2017 m. sausio 25 d. Sprendimo *Choco Love (fig.) / CHOCOLATE*, T-325/15, EU:T:2017:29, 40 punktas.
([33]) 2015 m. rugsėjo 17 d. Sprendimo Bankia / BANKY, T-323/14, EU:T:2015:642, 35, 37–38 punktai).
([34]) 2018 m. sausio 16 d. Sprendimo *METAPORN / META4 et al.*, T-273/16, EU:T:2018:2, 41–42 punktai.
([35]) 2007 m. liepos 11 d. Sprendimo *TOSCA / TOSCA BLU (fig)*, T-150/04, EU:T:2007:214, 35 punktas.
([36]) 2007 m. liepos 11 d. Sprendimo *TOSCA / TOSCA BLU (fig)*, T-150/04, EU:T:2007:214, 36 punktas; 2011 m. spalio 20 d. Sprendimo *COR / CADENACOR*, T-214/09, EU:T:2011:612, 32 punktas; 2018 m. rugsėjo 25 d. Sprendimo *HIPANEMA (fig.) / Ipanema (fig.) et al.*, T-435/17, EU:T:2018:596, 53 punktas.

Konkuravimas

Reikia užduoti šį klausimą: „Ar viena iš prekių ir (arba) paslaugų gali pakeisti kitą?“.

Prekės ir (arba) paslaugos laikomos konkuruojančiomis, jei tarp jų yra pakeičiamumo ryšys ([37]). Tai reiškia, kad jos tenkina tą patį pagrindinį vartotojo poreikį.

Nors konkrečios rinkodaros strategijos, įskaitant prekių ir paslaugų kainodarą, gali labai skirtis, vien šis faktas nedaro įtakos nagrinėjant, ar prekės ir paslaugos gali vienos su kitomis konkuruoti, ar ne.

Pavyzdžiui, atsakant į šiame poskirsnyje nurodytą klausimą, „tapetai“ (27 klasė) ir „dažai“ (2 klasė) konkuruoja tarpusavyje, nes ir vienais, ir kitais galima padengti arba dekoruoti sienas, ir vienu galima pakeisti kitą.

Platinimo kanalai

Reikia užduoti šį klausimą: 1) „Ar prekės ir (arba) paslaugos parduodamos tose pačiose pardavimo vietose?“ arba 2) „Ar jos paprastai tiekiamos arba siūlomos tose pačiose pardavimo vietose?“.

Platinimo kanalai – tai vietos, kuriose platinamos ir (arba) parduodamos prekės ir paslaugos.

Terminas „platinimo kanalas“ reiškia ne tiek įmonės produkto pardavimo arba pardavimų skatinimo būdą, kiek platinimo vietą. Analizuojant prekių ir paslaugų panašumą, platinimo sistema, nesvarbu, ar ji tiesioginė, ar ne, nėra lemiamas kriterijus.

Jei lyginamos prekės siūlomos tose pačiose lentynose, tuose pačiuose prekybos centrų ar universalinių parduotuvių skyriuose, kur kartu parduodamos vienarūšės prekės, arba jei paslaugos siūlomos tuose pačiuose įstaigų skyriuose, šių prekių ir paslaugų platinimo kanalai sutampa. Be to, šis veiksnys gali būti taikomas tais atvejais, kai prekės ir (arba) paslaugos yra parduodamos vien tik arba dažniausiai specializuotose parduotuvėse.

Tačiau pardavimo vieta yra mažiau svarbi tais atvejais, kai lyginamos prekės ir (arba) paslaugos patenka iš vieno kanalo į kitą, pavyzdžiui, prekybos centruose, universalinėse parduotuvėse ir interneto platformose, kuriose parduodamos visų rūšių prekės ir paslaugos, nes atitinkama visuomenė žino, kad šiose vietose parduodamos prekės ir paslaugos yra daugybės nepriklausomų įmonių.

Pavyzdžiui:

- „laivai“ (12 klasė) ir „burės“ (22 klasė) dažniausiai randamos specializuotose buriavimo įrangos parduotuvėse.

([37]) Pakeičiamumas, kaip nurodyta 2020 m. lapkričio 18 d. Sprendimo *K7 / K7*, T-21/20, EU: T:2020:550, 51 punkte, ir „būti naudojami kaip pakaitalai“, kaip nurodyta 2003 m. lapkričio 4 d. Sprendimo *CASTILLO / El Castillo (fig.)*, T-85/02, EU:T:2003:288, 35 punkte.

- „Sportiniai drabužiai“ (25 klasė) ir „gimnastikos ir sporto reikmenys“ (28 klasė) gali būti platinami tais pačiais kanalais ir būtent būti parduodami tose pačiose specializuotose parduotuvėse ([38]).
- „Elektroniniai žaidimų pultai“ (28 klasė) ir „kompiuteriai“ (9 klasė) gali būti platinami tais pačiais kanalais, visų pirma tais atvejais, kai kompiuteriuose įmontuoti specialūs žaidimams žaisti pritaikyti komponentai ([39]).
- „Kramtomoji guma“ (30 klasė) ir „pienas“ (29 klasė), net jei jų yra prekybos centruose, nebūtų parduodami ant tų pačių lentynų ar tame pačiame skyriuje.

Atitinkama visuomenė

Reikia užduoti šį klausimą: „Ar prekės ir (arba) paslaugos skirtos tiems patiems vartotojams, tiems patiems verslo klientams arba tai pačiai visuomenės daliai?“.

Faktiniai ir galimi klientai, kuriems skirtos prekės ir paslaugos, laikomi atitinkama visuomene. Ją gali sudaryti plačioji visuomenė (visuomenė apskritai) ir (arba) specialistai (verslo klientai arba specializuoti visuomenės atstovai).

Atitinkama visuomenė nebūtinai sutampa su galutiniu naudotoju. Pavyzdžiui, 31 klasės *„maisto gyvūnams“* galutiniai naudotojai yra gyvūnai, tačiau atitinkama visuomenė šiuo atveju būtų gyvūnų savininkai.

Pagal šį veiksnį galima išskirti keletą aplinkybių:

1. vien tai, kad galimi klientai sutampa, savaime nereiškia panašumo fakto. Tai pačiai vartotojų grupei gali būti reikalingos kuo įvairiausios kilmės ir pobūdžio prekės. Lyginamos prekės ir paslaugos gali būti skirtos plačiajai visuomenei, tačiau kiekvienu atveju gali skirtis paskirtis (klientų poreikių patenkinimas). Pavyzdžiui, televizorius, automobilius ir knygas perka ta pati atitinkama visuomenė, t. y. plačioji visuomenė, tačiau šios prekės tenkina skirtingus klientų poreikius.

2. Nors tai, kad atitinkamos visuomenės dalis sutampa, nebūtinai yra panašumo požymis, labai skirtingos visuomenės dalys yra stiprus požymis, kad panašumo nėra.

Tam tikrais atvejais gali būti skirtingų klientų, pavyzdžiui:

1. abiejų sąrašų prekės ir paslaugos yra skirtos verslo klientams, kurie gali veikti skirtinguose rinkos sektoriuose. Pavyzdys. „Chemijos produktai, naudojami miškininkystėje“ ir „lakų pramonės tirpikliai“ (abu priklauso 1 klasei).

2. Vieno sąrašo prekės ir paslaugos skirtos plačiajai visuomenei, kito sąrašo – verslo klientams. Pavyzdys. „Kontaktinių lęšių dėklai“ (9 klasė) ir „chirurgijos aparatai ir instrumentai“ (10 klasė).

([38]) 2023 m. birželio 29 d. Sprendimo *Puma/EUIPO - Herno (HERZO)*, T-719/22, EU:T:2023:369, 39 punktas.
([39]) 2022 m. kovo 2 d. Sprendimo *HONOR/HONOR*, T-171/21, EU:T:2022:104, 62–63 punktai.

Įprasta kilmė

Reikia užduoti šį klausimą: „Ar prekes ir paslaugas paprastai gamina arba teikia ta pati įmonė?“.

Įprasta kilmė – tai subjektas, atsakingas už prekių gamybą (gamintojas) arba paslaugų teikimą (paslaugų teikėjas).

Šis veiksnys turėtų būti vertinamas atsižvelgiant į atitinkamo rinkos sektoriaus (pramonės) kontekstą. Reikėtų atsižvelgti į įmonių, gaminančių atitinkamas prekes ar teikiančių paslaugas, pobūdį.

Nustatant įprastą prekių ir paslaugų kilmę gali būti svarbūs šie požymiai: gamybos vietos ir metodai, praktinė patirtis, nusistovėję prekybos įpročiai ir rinkos praktika, kurie yra žinomi atitinkamai visuomenei (gerai žinomi faktai).

Visų pirma gamybos vieta gali būti svarbus požymis, kad nagrinėjamų prekių ir paslaugų šaltinis yra tas pats. Tačiau nors sutampančios gamybos vietos rodo galimai tą pačią įprastą kilmę, tai, kad gamybos vietos skiriasi, nereiškia, kad prekes pagamino ne tos pačios įmonės ar ne ekonominius ryšius palaikančios įmonės. Pavyzdžiui, tiek „knygos“ (16 klasė), tiek „el. knygos“ (9 klasė) (konkuruojančios prekės, el. formato priemonės pakeičia knygas) yra leidybos įmonės prekės, nors jų gamybos vietos gali skirtis.

Atitinkama visuomenė skirtingas prekes ir paslaugas laikys turinčiomis bendrą komercinį šaltinį tik tuo atveju, jei didelė dalis atitinkamų prekių ir paslaugų gamintojų ir (arba) tiekėjų yra tie patys ([40]).

Skirtingų kategorijų prekės ir paslaugos, kurias paprastai gamina ir (arba) teikia atskiros specializuotos įmonės, negali būti laikomos turinčiomis bendrą komercinį šaltinį tik dėl to, kad jos gali būti siūlomos labai gerai žinomų prekių ženklų gamintojų, nes tokie atvejai yra reti ([41]).

Vien to, kad kai kurie gamintojai gamina dviejų skirtingų kategorijų prekes arba kai kurie paslaugų teikėjai siūlo skirtingų kategorijų paslaugas, nepakanka įrodyti, kad didelė dalis tų prekių gamintojų ar paslaugų teikėjų yra tie patys ([42]).

Darant išvadą, ar skirtingo pobūdžio prekių ir paslaugų kilmė yra ta pati, dažnai ypač svarbus yra nustatytas komercinis naudojimas, pavyzdžiui, kai gamintojai plečia savo veiklą į gretimas rinkas. Tokiais atvejais reikia nustatyti, ar tokia plėtra yra būdinga tam pramonės sektoriui ar, priešingai, ji gali vykti tik išskirtiniais atvejais.

Pavyzdžiui, rinkoje įprasta, kad „odinių diržų“ (25 klasė) gamintojai taip pat gamina „odines rankines“ (18 klasė).

Kita vertus, nors „degalai“ (4 klasė) yra labai svarbūs, kad „transporto priemonės“ (12 klasė) galėtų veikti, šių

([40]) 2013 m. liepos 18 d. EUIPO Didžiosios tarybos sprendimo R 233/2012-G, *PAPAGAYO ORGANIC / PAPAGAYO*, 67 punktas; 2022 m. balandžio 13 d. EUIPO Didžiosios tarybos sprendimo R 964/2020-G, *ZORAYA / VIÑA ZORAYA*, 33 punktas.
([41]) 2015 m. liepos 2 d. Sprendimo *ALEX / ALEX et al.*, T-657/13, EU:T:2015:449, 87 punktas.
([42]) 2014 m. sausio 23 d. Sprendimo *SUN FRESH / SUNRIDER SUNNY FRESH (fig.)*, T-221/12, EU:T:2014:25, 91 punktas.

prekių negamina tos pačios įmonės ir jos neparduodamos pažymėtos tuo pačiu prekių ženklu. Atitinkama visuomenė nelaikytų šių prekių turinčiomis tą patį komercinį šaltinį, nes visuomenė nesitikėtų, kad transporto priemonių gamintojas taip pat vykdys veiklą degalų gavybos ar perdirbimo srityje ([43]).

2.2.3 Veiksnių taikymo bendrieji principai

Lyginant reikėtų pirmiausia nustatyti svarbius veiksnius, kuriais konkrečiai apibūdinamos lyginamos prekės ir (arba) paslaugos. Kai įvardijami svarbūs veiksniai, ekspertas privalo nustatyti svarbių veiksnių tarpusavio ryšį ir atitinkamiems veiksniams priskiriamą reikšmingumą.

Vertinant pirmiau nurodytus veiksnius, tikslinga atsižvelgti į šiuo metu rinkoje vyraujančias ekonomines sąlygas. Tam tikrais atvejais Bendrasis Teismas savo argumentuose paminėjo tikrovę rinkoje ([44]).

Šiuo metu rinkos praktikoje vyraujančios tendencijos gali turėti įtakos veiksniams, kurių vartotojas paprastai tikisi iš prekių ir paslaugų. Ilgainiui atitinkamų prekių ir paslaugų palyginimui taikomi veiksniai gali keistis, priklausomai nuo atitinkamos pramonės plėtros ir rinkos vystymosi ([45]).

Veiksnių tarpusavio ryšys

Daugeliu atvejų veiksniai tarpusavyje būna susiję: jei būdingas vienas veiksnys, taip pat gali sutapti ir kitas.

Iš esmės yra šie tarpusavio ryšiai:

- papildomumas, atitinkama visuomenė ir įprasta kilmė.

Vieną kitą papildančios prekės ir paslaugos turi tą pačią komercinę kilmę arba dėl kokių nors priežasčių verčia vartotojus manyti, kad už prekių gaminimą ir (arba) paslaugų teikimą yra atsakinga ta pati įmonė.

Pavyzdžiui, „slidės“ (28 klasė) ir „slidininkų batai“ (25 klasė) papildo vienas kitą, nes tam, kad būtų galima naudoti vieną iš jų, būtinai reikalingas kitas. Atitinkama visuomenė gali manyti, kad už šių prekių gamybą yra atsakinga ta pati įmonė ir kad jos yra būtinos viena kitos naudojimui.

Skirtingoms visuomenės dalims skirtos prekės ir paslaugos nėra laikomos viena kitą papildančiomis. Pavyzdžiui, prekės ir paslaugos, būtinos, kad komercinė įmonė veiktų, ir todėl skirtos ribotam specialistų ar įmonių ratui, ir tos įmonės gaminamos ar teikiamos prekės ir paslaugos, skirtos plačiajai visuomenei, negali būti laikomos viena kitą papildančiomis ([46]).

- Paskirtis ir atitinkama visuomenė.

Prekių ir (arba) paslaugų paskirtis dažnai padeda nustatyti atitinkamą visuomenę.

Pavyzdžiui, „gazuotas vanduo“ ir „vaisių sultys“ (abu priskiriami 32 klasei) turi tą pačią paskirtį (numalšinti

([43]) 2014 m. lapkričio 18 d. Sprendimo *ELECTROLINERA / ELECTROLINERA*, T-308/13, EU:T:2014:965, 38 punktas.
([44]) Pavyzdžiui, kaip „rinkos praktiką“ 2021 m. birželio 2 d. Sprendime *Hispano Suiza / Hispano Suiza*, T-177/20, EU:T:2021:312, ir kaip „rinkoje vyraujančias ekonomines sąlygas“ – 2018 m. sausio 16 d. Sprendimo *METAPORN / META4 et al.*, T-273/16, EU:T:2018:2, 43 punkte.
([45]) 2018 m. sausio 16 d. Sprendimo *METAPORN / META4 et al.*, T-273/16, EU:T:2018:2, 41–43 punktai.
([46]) 2009 m. sausio 22 d. *Sprendimo easyHotel / EASYHOTEL*, T-316/07, EU:T:2009:14, 58 punktas.

troškulį) ir tenkina tos pačios atitinkamos visuomenės poreikius.

- Paskirtis, konkuravimas ir atitinkama visuomenė.

Pagal prekių ir paslaugų paskirtį ir atitinkamą visuomenę taip pat galima spręsti apie tai, ar jos galėtų tarpusavyje konkuruoti.

Pavyzdžiui, „rankšluosčiai“ (24 klasė) ir „maudymosi chalatai“ (25 klasė). Abiejų prekių paskirtis – sugerti drėgmę nuo drėgnos odos; jos tenkina tos pačios visuomenės poreikius, kuri jas gali laikyti tarpusavyje pakeičiamomis prekėmis ([47]).

Kitas pavyzdys: „geriamieji kontraceptikai“ (5 klasė) ir „prezervatyvai“ (10 klasė), kurie turi tą pačią paskirtį ir yra skirti tai pačiai atitinkamai visuomenei, kuriai šie alternatyvių formų kontraceptikai atrodo tarpusavyje konkuruojantys.

- Platinimo kanalas ir atitinkama visuomenė.

Jei yra tas pats platinimo kanalas, dažnai ir atitinkama visuomenė būna ta pati.

Pavyzdžiui, tiek alui (32 klasė), tiek sidrui (33 klasė) būdinga maža alkoholio koncentracija. Šios prekės skirtos troškuliui malšinti, vartojamos tomis pačiomis progomis ir tose pačiose vietose. Be to, jos siūlomos tai pačiai atitinkamai visuomenei tose pačiose komercinėse įstaigose, parduodami tuose pačiuose skyriuose ([48]).

Be to, „brangakmeniai“ ir „juvelyriniai dirbiniai“ (abu priskirti 14 klasei) platinami tais pačiais kanalais, nes abiejų galima įsigyti juvelyrinių dirbinių parduotuvėse, ir yra skirti tai pačiai atitinkamai visuomenei.

- Pobūdis, paskirtis ir naudojimo būdas.

Naudojimo būdas dažnai priklauso nuo prekių pobūdžio ir paskirties.

Pavyzdžiui, „duona“ ir „breceliai“ (abu priskiriamu 30 klasei) yra grūdiniai gaminiai. Jie vartojami tomis pačiomis progomis ir tuo pačiu būdu, kartu su kitais maisto produktais, kaip užkandžiai ir t. t. Todėl šių prekių pobūdis, paskirtis ir naudojimo būdas sutampa.

Kitas pavyzdys. Mažmeninės prekybos drabužiais paslaugų ir mažmeninės prekybos avalyne paslaugų pobūdis yra toks pat, nes ir vienos, ir kitos yra mažmeninės prekybos paslaugos, jų paskirtis yra tokia pati – suteikti galimybę vartotojams patogiai patenkinti įvairius pirkimo poreikius, naudojimosi jomis būdas irgi yra toks pat.

Atskirų veiksnių svarba ir (arba) reikšmė atliekant vertinimą ir galimybė taikyti vieną kriterijų, leidžiantį nustatyti lyginamų prekių ir paslaugų panašumą

Canon kriterijai išvardyti atitinkamame sprendime, tačiau jų tarpusavio ryšys arba hierarchija nenurodyti, ir

([47]) 2020 m. rugsėjo 9 d. Sprendimo Dayaday (fig.) / DAYADAY (fig.) et al, T-50/19, EU:T:2020:407, 128 punktas.
([48]) 2006 m. lapkričio 15 d. Sprendimo *BUDWEISER / BUDWEISER et al.*, T-366/05, EU:T:2006:347, 45 punktas; 2011 m. spalio 5 d. Sprendimo *ROSALIA DE CASTRO / ROSALIA*, T-421/10, EU:T:2011:565, 31 punktas.

buvo vertinami kiekvienu atveju atskirai.

Kiekvienas iš jurisprudencijoje nustatytų veiksnių yra tik vienas iš veiksnių ir veiksniai yra savarankiški ([49]).

Vertinant prekių ir paslaugų panašumą, reikia atsižvelgti į visus svarbius veiksnius. Tačiau pagal tai, kokios yra prekės ir paslaugos, tam tikras veiksnys gali būti svarbesnis arba mažiau svarbus. Kiekvienu konkrečiu atveju, atliekant vertinimą skirtingi veiksniai turi skirtingą reikšmę.

Lyginant prekes ir (arba) paslaugas, daugiausia reikšmės turi sutampantys pobūdžio, paskirties, papildomumo veiksniai, tai ar jos konkuruoja, ir jų įprasta kilmė, o sutampantys naudojimo būdo, platinimo kanalų ir atitinkamos visuomenės veiksniai paprastai turi mažesnę reikšmę.

Tačiau veiksnius, kurie yra svarbūs lyginant prekes ir (arba) paslaugas, reikėtų vertinti kiekvienu konkrečiu atveju atskirai. Dėl konkretaus palyginimo ypatumų kai kurie veiksniai gali turėti didesnį poveikį nei kiti.

Negalima atmesti galimybės, kad prekių ir paslaugų panašumas gali būti grindžiamas vienu iš veiksnių ([50]).

Palyginimo veiksnių taikymas tais atvejais, kai i) prekės lyginamos su kitomis prekėmis, ii) prekės lyginamos su paslaugomis ir iii) paslaugos lyginamos su kitomis paslaugomis

Paslaugoms lyginti tarpusavyje iš esmės tinka tie patys veiksniai, kurie taikomi lyginti prekėms. Tačiau taikant šiuos veiksnius reikia atsižvelgti į esminį prekių ir paslaugų skirtumą (materialios ir nematerialios).

Be to, tie patys principai, kurie taikomi prekėms ir paslaugoms lyginti tarpusavyje, taikomi ir tais atvejais, kai prekės lyginamos su paslaugomis.

Pagal savo pobūdį prekės dažniausiai nėra panašios į paslaugas. Taip yra todėl, kad prekės – tai daiktai, kuriais prekiaujama, gaminiai ar plataus vartojimo prekės. Jas parduodant dažniausiai perduodama nuosavybės teisė į kokį nors fizinį daiktą. Kita vertus, paslaugas sudaro vykdoma nematerialiai veikla.

Tačiau paslaugos gali papildyti prekes ir turėti tą pačią paskirtį, taigi, konkuruoti su prekėmis. Tai reiškia, kad tam tikromis aplinkybėmis galima rasti prekių ir paslaugų panašumų.

([49]) 2021 m. birželio 2 d. Sprendimo *Hispano Suiza / Hispano Suiza*, T-177/20, EU:T:2021:312, 53 punktas.
([50]) 2016 m. sausio 21 d. Sprendimo *Carrera / CARRERA*, C-50/15 P, EU:C:2016:34, 23 punktas; 2021 m. gruodžio 1 d. Sprendimo *ZARA / LE DELIZIE ZARA*, T-467/20, EU:T:2021:842, 122 punktas; 2021 m. birželio 2 d. Sprendimo *Hispano Suiza / Hispano Suiza*, T-177/20, EU:T:2021:312, 53 punktas.