

**2026 M. LIEPOS – RUGSĖJO MĖN.
AKTUALIOS TEISMŲ PRAKTIKOS
PRAMONINĖS NUOSAVYBĖS SRITYJE
APŽVALGA**

1. EUROPOS SĄJUNGOS TEISINGUMO TEISMO PRAKTIKOS APŽVALGA

1.1. Europos Sąjungos Teisingumo Teismo (ESTT) praktikos apžvalga

Europos Sąjungos Teisingumo Teismo 2026 m. rugsėjo 8 d. sprendimas byloje Nr. C-298/23 Inter IKEA Systems BV v. Vrijheidsfonds VZW dėl Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijos 11 straipsnio, 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) Nr. 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo 9 straipsnio 2 dalies c punkto ir 2015 m. gruodžio 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos (ES) 2015/2436 valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti 10 straipsnio 2 dalies c punkto ir 6 dalies išaiškinimo.

Bendrovė Inter IKEA Systems BV yra kelių reputaciją turinčių prekių ženklų IKEA savininkė. 2022 m. lapkričio 14 d. Belgijos politinė partija Vlaams Belang viešai pristatė politinę programą „IKEA-PLAN – Immigratie Kan Echt Anders“, skirtą prieglobsčio ir imigracijos politikos reformai. Programos pristatyme ir ją lydinčioje medžiagoje buvo naudojami žymenys bei vizualiniai elementai, labai panašūs į IKEA prekių ženklus ir bendrovės naudojamą stilistiką.



Inter IKEA Systems BV prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusiam teisme pareiškė šiai partijai ieškinį dėl teisių į prekių ženklus pažeidimo. Nacionalinis teismas bylą iš esmės nagrinėjo Vrijheidsfonds VZW atžvilgiu, nes ši asociacija organizavo ir finansavo atitinkamą politinę kampaniją. Vrijheidsfonds VZW pripažino naudojusi IKEA prekių ženklus be savininkės sutikimo, tačiau teigė, kad tai buvo daroma siekiant sustiprinti politinės žinutės sklaidą ir pasinaudojant saviraiškos laisve, todėl toks naudojimas esą turėjo „tinkamą priežastį“ prekių ženklų teisės prasme.

Suabejojęs dėl nurodyto naudojimo teisėtumo, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas pateikė Teisingumo Teismui klausimą, ar saviraiškos laisvė gali būti laikoma tinkama priežastimi naudoti žymenį, tapatų reputaciją turinčiam prekių ženklui arba panašų į jį, kaip tai suprantama pagal Reglamento 2017/1001(1) 9 straipsnio 2 dalies c punktą ir Direktyvos 2015/2436(2) 10 straipsnio 2 dalies c punktą ir 6 dalį.

Teisingumo Teismas pirmiausia pabrėžė, kad, skirtingai nuo trečiosios šalies vykdomo naudojimo, numatyto Direktyvos 2015/2436 10 straipsnio 2 dalies c punkte ir Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalies c punkte, Direktyvos 2015/2436 10 straipsnio 6 dalyje numatytas trečiosios šalies vykdomas naudojimas gali pasireikšti ir komercinėje veikloje, ir už jos ribų, tačiau skirtas ne prekėms ir paslaugoms žymėti. Kadangi prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas šiuo klausimu nepateikė paaiškinimų, Teisingumo Teismas išnagrinėjo abu atvejus.

Pirma, tuo atveju, jeigu pagrindinėje byloje nagrinėjamas naudojimas būtų buvęs vykdomas komercinę veiklą, taip pat prekėms ir paslaugoms žymėti, Teisingumo Teismas pažymėjo, kad, nors Reglamente 2017/1001 ir Direktyvoje 2015/2436 nepatikslinta, ar saviraiškos laisvė gali būti laikoma „tinkama priežastimi“ naudoti žymenį, tapatų reputaciją turinčiam prekių ženklui arba panašų į jį, juose pabrėžtas būtinumas taikyti tą reglamentą ir tą direktyvą taip, kad būtų užtikrinta visapusiška pagarba pagrindinėms laisvėms ir teisėms(3). Vadinas, trečiosios šalies saviraiškos laisvė iš esmės gali būti tinkama

priežastis, kaip tai suprantama pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalies c punktą ir Direktyvos 2015/2436 10 straipsnio 2 dalies c punktą.

Toliau Teisingumo Teismas nurodė, kad vien trečiosios šalies rėmimosi savo saviraiškos laisve nepakanka tinkamai priežasčiai nustatyti, ir pabrėžė, kad ji turi nurodyti konkrečias naudojimo priežastis, susijusias su jos saviraiškos laisvės įgyvendinimu, taip pat įrodyti, kad šios priežastys turi pirmumą prieš prekių ženklo savininko teises ir interesus. Buvo pažymėta, kad nacionalinis teismas privalo surasti reputaciją turinčio prekių ženklo savininko teisės į nuosavybę ir trečiosios šalies teisės į saviraiškos laisvę pusiausvyrą, atsižvelgdamas į visas svarbias nagrinėjamos bylos aplinkybes.

Pirma, nacionalinis teismas turi išnagrinėti trečiosios šalies ketinimą ir patikrinti, ar atitinkamą naudojimą lėmė šios šalies tikslas sąžiningai įgyvendinti savo saviraiškos laisvę. Taip yra, kai tokiu naudojimu siekiama skleisti idėją ar nuomonę, susijusią su pačiu reputaciją turinčiu prekių ženklu, jo savininku, šio komercine veikla, prekėmis ar paslaugomis, kai naudojimas skirtas bendrojo intereso diskusijai pradėti ar palaikyti arba kai dėl kitų priežasčių, pavyzdžiui, dėl kalbinės atitinkamo prekių ženklo elemento reikšmės ar dėl to, kad šis prekių ženklas tapo viešai pripažinta kultūrine nuoroda ar bendrinės kalbos dalimi, jis yra būtinas siekiant įgyvendinti šią laisvę konkrečiomis aplinkybėmis.

Antra, jis turi išanalizuoti, ar nagrinėjamas naudojimas prisideda prie bendrojo intereso diskusijos ir patenka į visiškai komercinį kontekstą.

Trečia, jis turi atsižvelgti į pasekmes, kurių naudojimas gali sukelti reputaciją turinčio prekių ženklo savininkui, kad nuspręstų, ar jis proporcingas. Šiuo klausimu svarbūs kriterijai yra naudojimo intensyvumas, mastas ir pasirinkti būdai, prekių ženklo reputacijos stiprumas, naudojamo žymens ir prekių ženklo panašumo laipsnis ir aplinkybė, jog dėl naudojimo gali susidaryti įspūdis, kad prekių ženklo savininkas pritaria skleidžiamai politinei žinia ar net vienaip ar kitaip ją remia.

Kita vertus, jeigu pagrindinėje byloje nagrinėjamam naudojimui būtų taikoma Direktyvos 2015/2436 10 straipsnio 6 dalis, Teisingumo Teismas priminė, kad šioje nuostatoje numatyta apsaugos galimybė yra susieta su sąvoka „tinkama priežastis“, kuri turi būti aiškinama taip pat, kaip ir šios direktyvos 10 straipsnio 2 dalies c punkte įtvirtinta sąvoka. Vadinas, nacionalinis teismas taip pat turi nustatyti pagrindinių teisių pusiausvyrą, atsižvelgdamas į pirmą nurodytas aplinkybes.

Vis dėlto šios pusiausvyros paieškos rezultatas nebūtinai turi sutapti su rezultatu, gautu atlikus vertinimą pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalies c punktą ir Direktyvos 2015/2436 10 straipsnio 2 dalies c punktą, nes saviraiškos laisvės įgyvendinimas, trečiajai šaliai naudojant žymenį nekomercinėje srityje, gali būti saugomas plačiau.

Taigi Teisingumo Teismas nusprendė, kad, kai trečioji šalis naudoja žymenį, tapatų ar panašų į reputaciją turintį prekių ženklą, jos saviraiškos laisvė gali būti laikoma tinkama priežastimi, jeigu nustatant nagrinėjamų teisių pusiausvyrą ši laisvė turi pirmumą prieš prekių ženklo savininko išimtinę teisę. Ieškodamas šios pusiausvyros nacionalinis teismas turi atsižvelgti į visas svarbias nagrinėjamos bylos aplinkybes. Teisingumo Teismas patikslino, jog aptariamam atveju negalima teigti, kad pagrindinėje byloje nagrinėjamas naudojimas gali būti pripažintas turinčiu tinkamą priežastį, kaip tai suprantama pagal Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalies c punktą ir Direktyvos 2015/2436 10 straipsnio 2 dalies c punktą ar 6 dalį, tačiau tai dar turi patikrinti prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, atsižvelgdamas į visas svarbias bylos aplinkybes.

Susipažinti su visu ESTT sprendimu galima ESTT interneto svetainėje arba paspaudžiant [čia](#).

1.2. Atrinktų svarbiausių Europos Sąjungos Bendrojo Teismo (ESBT) bylų apžvalga

Europos Sąjungos Bendrojo Teismo 2026 m. rugsėjo 2 d. sprendimas byloje Nr. T-481/25 World 2 Meet Travel, SL v. Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnyba (EUIPO).

2021 m. Ispanijos bendrovė World 2 Meet Travel, SL pateikė paraišką registruoti ES figūrinį prekių ženklą „newblue“ prekėms ir paslaugoms įvairiose klasėse. JetBlue Airways Corp. padavė protestą remdamasi ankstesniais ES prekių ženklais „JETBLUE“ ir „BYBLUE“.

Ankstesni prekių ženklai	Ginčijamas prekių ženklas
JETBLUE BYBLUE	

2024 m. EUIPO Protestų skyrius patenkino protestą, o 2025 m. EUIPO Apeliacinė taryba atmetė pareiškėjos apeliaciją. EUIPO konstatavo, kad dėl ženklų panašumo ir tapačių arba panašių prekių bei paslaugų egzistuoja vartotojų suklaidinimo tikimybė.

Šis sprendimas buvo apskūstas Europos Sąjungos Bendrajam Teismui. Pareiškėja teigė, kad ženklas „newblue“ turėtų būti vertinamas kaip vientisas žodis, o jo grafiniai elementai, spalvos ir stilizacija pakankamai skiria jį nuo ženklų „JETBLUE“ ir „BYBLUE“. Ji taip pat argumentavo, kad vartotojai daugiau dėmesio skiria ženklų pradžiai („new“, „jet“, „by“), todėl panašumo neturėtų būti.

Bendrasis Teismas šiuos argumentus atmetė. Teismo nuomone, anglų kalbą suprantanti visuomenės dalis ženklus natūraliai suskaidytų į atskirus elementus („new“ ir „blue“, „jet“ ir „blue“, „by“ ir „blue“). Bendras elementas „blue“ turi vidutinį skiriamąjį požymį ir daro reikšmingą įtaką bendram ženklų suvokimui, o pradiniai elementai „new“, „jet“ ir „by“ yra silpnesni arba mažiau skiriamieji.

Teismas taip pat pažymėjo, kad „newblue“ figūriniai elementai, spalvos ir stilizacija daugiausia atlieka dekoratyvinę funkciją ir nėra pakankamai išskirtiniai, kad nusvertų panašumus, atsirandančius dėl bendro elemento „blue“. Dėl to ženklai buvo pripažinti vidutiniškai panašiais vizualiai, fonetiškai ir konceptualiai.

Atsižvelgęs į ženklų panašumą bei tai, kad dalis prekių ir paslaugų yra tapačios arba panašios, Bendrasis Teismas padarė išvadą, jog anglų kalbą suprantančios ES visuomenės dalies požiūriu egzistuoja suklaidinimo tikimybė. Todėl ieškinys buvo atmestas, o EUIPO sprendimas paliktas galioti.

Susipažinti su visu ESBT sprendimu galima ESTT interneto svetainėje arba paspaudžiant [čia](#).



Europos Sąjungos Bendrojo Teismo 2026 m. rugsėjo 2 d. sprendimas byloje Nr. T-635/25 Health Labs Care S.A. v. Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnyba (EUIPO).

2023 m. Graikijos bendrovė NP Supplements Monoprosopi I.K.E. pateikė paraišką registruoti ES figūrinį prekių ženklą „NPhealthLABS+“ maisto papildams, sveikatos priežiūros ir susijusioms paslaugoms. Lenkijos bendrovė Health Labs Care S.A. pateikė protestą, remdamasi anksčiau naudotais Lenkijoje įmonių pavadinimais „Health Labs“ ir „Health Labs Care“.

Ankstesni įmonių pavadinimai	Ginčijamas prekių ženklas
Health Labs Health Labs Care	

2024 m. EUIPO Protestų skyrius protestą atmetė, o 2025 m. EUIPO Apeliacinė taryba šį sprendimą paliko galioti. EUIPO pripažino, kad pavadinimas „Health Labs“ buvo naudojamas komercinėje veikloje ir yra įgijęs tam tikrą skiriamąjį požymį, tačiau nusprendė, kad tarp ženklų nėra vartotojų suklaidinimo tikimybės. EUIPO laikė, kad bendri elementai „health“ ir „labs“ yra silpni, o ženklus pakankamai skiria pradžioje esantis elementas „NP“ bei grafinis išpildymas.

Šis sprendimas buvo apskūstas Europos Sąjungos Bendrajam Teismui. Ieškovė teigė, kad EUIPO neteisingai įvertino žodžio „health“ skiriamąjį požymį ir ženklų panašumą. Jos nuomone, reikšminga Lenkijos vartotojų dalis nesupranta anglų kalbos žodžio „health“, todėl šis elementas negali būti laikomas silpnai skiriamuoju visiems vartotojams. Bendrasis Teismas sutiko su šiais argumentais. Teismo nuomone, EUIPO nepagrįstai preziumavo, kad visa Lenkijos visuomenė supranta žodį „health“. Daliai vartotojų šis žodis neturi aiškos reikšmės, todėl jų požiūriu jis pasižymi įprastu skiriamuoju požymiu. Dėl šios priežasties EUIPO neteisingai įvertino tiek ankstesnio ženklo skiriamąjį požymį, tiek bendrų elementų reikšmę lyginant ženklus.

Teismas taip pat pažymėjo, kad ženkluose sutampantys elementai „health“ ir „labs“ užima vizualiai svarbią vietą ir vartotojų bus pastebimi nepaisant papildomo elemento „NP“. Todėl ženklai yra vidutiniškai panašūs vizualiai ir fonetiškai. Be to, ankstesnis pavadinimas „Health Labs“ dėl naudojimo rinkoje buvo įgijęs didesnę nei vidutinį skiriamąjį požymį.

Atsižvelgdamas į prekių ir paslaugų tapatumą ar panašumą, vidutinį ženklų panašumo laipsnį bei sustiprintą ankstesnio pavadinimo skiriamąjį požymį, Bendrasis Teismas padarė išvadą, kad reikšmingos Lenkijos visuomenės dalies požiūriu egzistuoja suklaidinimo tikimybė.

Atsižvelgiant į visus pirmiau išdėstytus argumentus, ieškinys buvo patenkintas, o EUIPO Apeliacinės tarybos sprendimas panaikintas.

Susipažinti su visu ESBT sprendimu galima ESTT interneto svetainėje arba paspaudžiant [čia](#).

Europos Sąjungos Bendrojo Teismo 2026 m. rugsėjo 9 d. sprendimas byloje Nr. T-642/24 Eurest Colectividades, SL v. Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnyba (EUIPO).

2022 m. Ispanijos bendrovė Eurest Colectividades, SL pateikė paraišką registruoti ES figūrinį prekių ženklą „FISH REVOLUTION“ įvairiems 29 klasės maisto produktams, įskaitant žuvį, mėsą, paruoštus patiekalus, želė, aliejus ir kitus maisto produktus.

Nyderlandų bendrovė Fish Tales Holding BV pateikė protestą, remdamasi anksčiau įregistruotu ES figūriniu prekių ženklu „CANNED TUNA REVOLUTION!“, registruotu žuvies, jūros gėrybių ir susijusiems produktams.

Ankstesnis prekių ženklas	Ginčijamas prekių ženklas
	

2023 m. EUIPO Protestų skyrius protestą iš dalies patenkino ir atsisakė registruoti ženklą „FISH REVOLUTION“ daliai prašomų prekių. 2024 m. EUIPO Apeliacinė taryba pareiškėjos apeliaciją atmetė ir konstatavo, kad egzistuoja vartotojų suklaidinimo tikimybė, bent jau Graikijos ir Vengrijos vartotojų požiūriu.

Šis sprendimas buvo apskųstas Europos Sąjungos Bendrajam Teismui. Pareiškėja teigė, kad bendras ženklų elementas „revolution“ yra silpnai skiriamasis ir dažnai naudojamas maisto produktų rinkoje kaip reklaminis ar pagiriamasis terminas. Jos nuomone, vartotojai daugiausia dėmesio skirtų skirtingiems elementams „fish“ ir „canned tuna“, taip pat ženklų grafiniams skirtumams.

Bendrasis Teismas šiuos argumentus atmetė. Teismas pažymėjo, kad Graikijos ir Vengrijos vartotojai žodžio „revolution“ paprastai nesupranta, todėl jų požiūriu šis elementas nėra aprašomasis ar pagiriamasis, o turi skiriamąjį požymį. Be to, pareiškėja nepateikė įrodymų, kad šis žodis maisto sektoriuje naudojamas taip plačiai, jog būtų praradęs skiriamąją galią.

Teismo nuomone, nors ženklai skyrėsi elementais „fish“ ir „canned tuna“ bei savo grafiniu pateikimu, abu jie sutapo pagal išskirtinį žodinį elementą „revolution“, kuris buvo reikšmingas bendram vartotojo įspūdžiui. Dėl to ženklai buvo pripažinti bent silpnai panašiais vizualiai ir vidutiniškai panašiais fonetiškai. Teismas taip pat pažymėjo, kad dalis prekių buvo tapačios, o likusios bent panašios į ankstesniu ženklu žymimas prekes. Todėl net ir esant nedideliame ženklų panašume, prekių tapatumas ar panašumas sustiprino suklaidinimo riziką.

Pareiškėja papildomai argumentavo, kad sprendimas riboja konkurenciją ir apsunkina jos vykdomo edukacinio projekto „Fish Revolution“ plėtrą. Tačiau Bendrasis Teismas konstatavo, kad tokie argumentai neturi reikšmės vertinant suklaidinimo tikimybę pagal ES prekių ženklų teisę.

Atsižvelgęs į visus pirmiau išdėstytus argumentus, Bendrasis Teismas atmetė ieškinį ir paliko galioti EUIPO sprendimą, kuriuo buvo pripažinta suklaidinimo tikimybė tarp ženklų „FISH REVOLUTION“ ir „CANNED TUNA REVOLUTION!“.

Susipažinti su visu ESBT sprendimu galima ESTT interneto svetainėje arba paspaudžiant [čia](#).

Europos Sąjungos Bendrojo Teismo 2026 m. rugsėjo 16 d. sprendimas byloje Nr. T-890/25 Fitmart GmbH & Co. KG v. Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnyba (EUIPO).

2024 m. Vokietijos bendrovė Fitmart GmbH & Co. KG pateikė tarptautinę paraišką, kuria Europos Sąjungoje siekė apsaugoti figūrinį prekių ženklą „ULTRAPURE“ maisto papildams, vitaminams, dietiniams produktams, maisto produktams ir gėrimams. Ženklą sudarė žodis „ULTRAPURE“, pavaizduotas juodomis raidėmis geltoname fone.



2025 m. EUIPO ekspertas atsisakė registruoti ženklą, o vėliau EUIPO Apeliacinė taryba šį sprendimą paliko galioti. EUIPO nusprendė, kad žymuo „ULTRAPURE“ neturi skiriamąjo požymio, nes vartotojai jį suvoks tik kaip pagiriamąjį ir reklaminių teiginį, apibūdinantį prekių savybes, o ne kaip nuorodą į jų komercinę kilmę.

Šis sprendimas buvo apskūstas Europos Sąjungos Bendrajam Teismui. Pareiškėja teigė, kad žodžių „ultra“ ir „pure“ derinys nėra tiesiogiai aprašomasis, gali būti interpretuojamas įvairiai ir skatina vartotojus atlikti tam tikrą mąstymo procesą. Anot pareiškėjos, dėl to ženklas turi bent minimalų skiriamąjį požymį. Taip pat buvo argumentuojama, kad geltono fono ir juodų raidžių derinys suteikia ženklui išskirtinumo.

Bendrasis Teismas šiuos argumentus atmetė. Teismo nuomone, angliškai ir prancūziškai kalbantys vartotojai žodį „ultrapure“ iš karto supras kaip reiškiantį „ypač grynas“ arba „itin švarus“. Maisto papildų, maisto produktų ir gėrimų srityje toks teiginys vartotojams perteikia informaciją apie pageidaujamą prekių savybę, susijusią su kokybe, saugumu ir sveikatingumu. Teismas pažymėjo, kad net jei žodis „pure“ gali turėti kelias reikšmes, nė viena iš jų nesuteikia ženklui skiriamąjo požymio. Visos galimos reikšmės vartotojui perteikia teigiamą ir pagiriamąją informaciją apie prekes, o ne leidžia identifikuoti konkretų jų gamintoją ar paslaugų teikėją. Teismo vertinimu, žodžių „ultra“ ir „pure“ junginys nėra neįprastas ar kūrybiškas. Žymuo „ULTRAPURE“ bus suvokiamas tik kaip dviejų gerai žinomų pagiriamųjų elementų derinys, reiškiantis, kad prekės yra itin grynas ar itin kokybiškos. Todėl vartotojai jį laikys reklaminiu šūkiu, o ne prekės ženklu.

Bendrasis Teismas taip pat konstatavo, kad figūriniai elementai nepakeičia šios išvados. Paprastas paryškintas šriftas, juoda spalva ir geltonas stačiakampis fonas buvo pripažinti įprastais ir dekoratyviniais elementais, nesuteikiančiais ženklui pakankamo išskirtinumo. Tokios grafinės priemonės negali kompensuoti žodinio elemento skiriamąjo požymio trūkumo.

Pareiškėja taip pat rėmėsi ankstesniais EUIPO sprendimais, kuriais buvo registruoti panašūs ženklai su elementais „ultra“ arba „pure“. Tačiau Teismas priminė, kad kiekviena paraiška turi būti vertinama individualiai, o ankstesni EUIPO sprendimai savaime nesukuria teisės reikalauti analogiško rezultato kitoje byloje.

Atsižvelgdamas į visus pirmiau išdėstytus argumentus, Bendrasis Teismas atmetė ieškinį ir paliko galioti EUIPO sprendimą atsisakyti registruoti prekių ženklą „ULTRAPURE“ dėl skiriamąjo požymio nebuvimo.

Susipažinti su visu ESBT sprendimu galima ESTT interneto svetainėje arba paspaudžiant [čia](#).

Europos Sąjungos Bendrojo Teismo 2026 m. rugsėjo 23 d. sprendimas byloje Nr. T-232/25 Deva Holding Anonim Širketi v. Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnyba (EUIPO).

2019 m. Turkijos bendrovė Deva Holding Anonim Širketi pateikė tarptautinę paraišką, kuria Europos Sąjungoje siekė apsaugoti figūrinį prekių ženklą „Devatis“ farmacijos ir kitoms 5 klasės prekėms. Šveicarijos farmacijos bendrovė Novartis AG pateikė protestą, remdamasi ankstesniu tarptautiniu prekių ženklu „NOVARTIS“, kuris, jos teigimu, turi stiprią reputaciją farmacijos srityje.

Ankstesnis prekių ženklas	Ginčijamas prekių ženklas
NOVARTIS	

Iš pradžių EUIPO Protestų skyrius protestą atmetė, tačiau vėliau EUIPO Apeliacinė taryba šį sprendimą panaikino. Apeliacinė taryba nusprendė, kad vartotojai gali susieti ženklus „Devatis“ ir „NOVARTIS“, o ženklo „Devatis“ naudojimas galėtų nesąžiningai pasinaudoti ankstesnio ženklo reputacija.

Šis sprendimas buvo apskūstas Europos Sąjungos Bendrajam Teismui. Pareiškėja teigė, kad ženklai yra per daug skirtingi, jog vartotojai tarp jų susietų ryšį, ypač atsižvelgiant į tai, kad farmacijos ir su sveikata susijusių prekių pirkėjai paprastai yra itin atidūs.

Bendrasis Teismas pripažino, kad ankstesnis ženklas „NOVARTIS“ iš tiesų turi didelę reputaciją Vokietijoje ir Prancūzijoje farmacijos produktų srityje. Tačiau vien reputacijos nepakanka. Teismo nuomone, būtina įvertinti, ar vartotojai, susidūrę su vėlesniu ženklu, iš tikrųjų susies jį su ankstesniu garsiu ženklu. Teismas pažymėjo, kad ženklai „Devatis“ ir „NOVARTIS“ yra tik silpnai panašūs vizualiai ir fonetiškai. Jie skiriasi pradžios elementais („De“ ir „No“), o šie skirtumai yra reikšmingi bendram vartotojo suvokimui. Konceptualiai ženklai neturi aiškos reikšmės, todėl konceptualus palyginimas išliko neutralus. Be to, Teismas pabrėžė, kad atitinkamų prekių vartotojai, ypač farmacijos ir sveikatos apsaugos srityje, paprastai pasižymi aukštesniu nei vidutiniu dėmesingumu. Tokie vartotojai atidžiau vertina prekių kilmę ir sudėtį, todėl mažiau tikėtina, kad vien dėl riboto ženklų panašumo susies juos tarpusavyje.

Bendrasis Teismas taip pat nustatė, kad EUIPO Apeliacinė taryba netinkamai įvertino kai kurių prekių panašumą. Dalis prekių, tokių kaip kūdikių maistas, dantų plombavimo medžiagos, herbicidai ar kai kurie kenkėjų naikinimo preparatai, yra tik menkai panašūs arba apskritai nepanašūs į farmacinius preparatus, kuriems reputaciją turi ženklas „NOVARTIS“.

Bendrojo Teismo nuomone, nors ženklas „NOVARTIS“ turi stiprią reputaciją farmacijos sektoriuje, silpnas ženklų panašumas, padidintas vartotojų dėmesingumas ir ribotas dalies prekių panašumas neleidžia daryti išvados, kad vartotojai sukurs pakankamą ryšį tarp ženklų.

Atsižvelgdamas į visus pirmiau išdėstytus argumentus, Bendrasis Teismas patenkino ieškinį ir panaikino EUIPO Apeliacinės tarybos sprendimą.

Susipažinti su visu ESBT sprendimu galima ESTT interneto svetainėje arba paspaudžiant [čia](#).