



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ : ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ
ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ
ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ ΠΕΡΙ
ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ
(1994-2003)**

ΕΠΩΝΥΜΟ : ΝΤΟΚΟΥ

ΟΝΟΜΑ : ΕΛΕΝΗ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : κ. ΜΑΝΙΑΤΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ

ΠΑΤΡΑ – 31/ 05/ 2012

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Όπως διεξάγεται σήμερα το καθεστώς ελεύθερης οικονομίας, βασικό χαρακτηριστικό του εμπορίου αποτελεί ο ελεύθερος ανταγωνισμός. Το δίκαιο του ανταγωνισμού περιέχει κανόνες με τους οποίους επιδιώκεται η προστασία της οικονομικής ελευθερίας κατά την άσκησή της. Δεν παρέχεται προστασία στις επιδόσεις ορισμένου δημιουργικού ύψους στις οποίες έχει καταλήξει η ανθρώπινη δραστηριότητα. Η προστασία της οικονομικής ελευθερίας γίνεται έναντι μορφών προσβολής κατά το περιεχόμενο αντίθετες είτε με το ν. 146/1914 είτε με το ν. 703/1977. Και στις δυο περιπτώσεις, κατ' αποτέλεσμα, η προστασία αφορά και τον ανταγωνισμό ως θεσμό (οικονομία της αγοράς). Σε τελευταία ανάλυση οι ρυθμίσεις του δικαίου του ανταγωνισμού εξειδικεύουν σε επίπεδο ιδιωτικού δικαίου τη διάταξη του αρθρ. 5 παρ.1 Συντ.

Στο βαθμό που πρόκειται για την από το ν.146/14 προστασία, η προστασία είναι αστική (αξίωση παράλειψης και αποζημίωσης) και ποινική, έναντι προσβολών αντίθετων είτε με τα χρηστά ήθη (αρθρ. 1) είτε με άλλες ειδικότερες διατάξεις (αρθρ. 3 επ.). Η πρώτη περίπτωση αφορά τον αθέμιτο ανταγωνισμό, ενώ η δεύτερη τον παράνομο. Και στις δυο περιπτώσεις η προσβολή της οικονομικής ελευθερίας γίνεται συνήθως από μεμονωμένη ατομική άσκηση οικονομικής δραστηριότητας, δηλαδή δεν είναι αποτέλεσμα ούτε συλλογικής δράσης, όπως στο αρθρ.1 ν.703/77, ούτε εκδήλωση συγκεντρωμένης οικονομικής ισχύος (καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης στην αγορά) όπως στο αρθρ. 2 ν. 703/77, παρόλο που σε κάποιες περιπτώσεις ο ν.703/77 μπορεί να αφορά ατομική δράση.

Υπάρχει και ένα στοιχείο της ανθρώπινης φύσης που προσπαθεί να αποσπάσει την πελατεία του άλλου με αθέμιτα μέσα που αντίκεινται στα χρηστά ήθη και την καλή πίστη, και έτσι εμφανίζεται η έννοια του αθέμιτου ανταγωνισμού. Ο ρόλος και η σημασία του δικαίου του αθέμιτου ανταγωνισμού στη σύγχρονη κοινωνικοοικονομική δραστηριότητα αυξάνεται

καθημερινά. Αυτό συμβαίνει διότι οι συναλλαγές σήμερα εξελίσσονται λόγω της τεχνολογικής και πληροφοριακής προόδου. Αυτή η δυναμικότητα στον τρόπο άσκησης του σύγχρονου εμπορίου, προωθεί και επηρεάζει τις έννομες συναλλακτικές σχέσεις των συναλλασσομένων, οι οποίες το ωθούν να μετεξελιχθεί και αυτό και να προσαρμοστεί στις σύγχρονες απαιτήσεις της οικονομικής δραστηριότητας, επηρεάζοντας αναγκαστικά και το Δίκαιο του Αθέμιτου Ανταγωνισμού.

Έτσι, με τον όρο «Αθέμιτος Ανταγωνισμός» χαρακτηρίζεται το σύνολο των μεθόδων εμπορικού ανταγωνισμού που κολάζονται από τον Νόμο, όταν στη προσπάθεια προσέλκυσης καταναλωτικού κοινού χρησιμοποιούνται δόλια μέσα όπως απομίμηση ονόματος ή εμπορικού σήματος, δυσφήμιση ανταγωνιστών, ή προϊόντων τους, παραπλανητικές διαφημίσεις κ.ά.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα δύο (2) πρώτα κεφάλαια αποτελούν το κομμάτι της πτυχιακής αυτής, όπου αναφέρονται και αναλύονται οι ορισμοί του ανταγωνισμού και του αθέμιτου ανταγωνισμού, οι σκοποί και οι προϋποθέσεις εφαρμογής τους.

Στο 1^ο Κεφάλαιο αναπτύσσεται η έννοια του Ανταγωνισμού, καθώς και οι έννοιες του τέλειου ή πλήρους ανταγωνισμού και του ελεύθερου ανταγωνισμού. Ξεκινάμε με αναφορά στον σκοπό του νόμου 703/77 περί ελεύθερου ανταγωνισμού, συνεχίζοντας αναλύουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα αυτού, τη λειτουργία του και τις απαγορεύσεις που επιβάλλει και τέλος, αναφερόμαστε στην συμβολή της Επιτροπής του Ανταγωνισμού.

Στο 2^ο Κεφάλαιο αναπτύσσεται η έννοια του Αθέμιτου Ανταγωνισμού, θέμα που αποτελεί και τον πυρήνα της παρούσας εργασίας. Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται λεπτομερής αναφορά στον σκοπό του δικαίου του αθέμιτου ανταγωνισμού, στο αντικείμενο προστασίας του, καθώς και στις προϋποθέσεις που τίθενται σε αυτό για την εφαρμογή των εν λόγω διατάξεων. Επιπλέον, καταγράφονται οι μορφές αθέμιτης συμπεριφοράς και οι επιδράσεις τους στις αγορές. Το κεφάλαιο αυτό περιλαμβάνει, την περιπτωσιολογική μελέτη, υπό το φώς επιλεγμένων υποθέσεων αθέμιτου ανταγωνισμού που αποτέλεσαν το αντικείμενο εξέτασης της ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού.

Στο 3^ο Κεφάλαιο αναφέρονται οι προβλεπόμενες εκ του νόμου μορφές αθέμιτου ανταγωνισμού, αναλύονται δηλαδή οι περιπτώσεις κατά τις οποίες παραβιάζεται η νομοθεσία που προστατεύει τις επιχειρήσεις στις σύγχρονες αγορές στα θέματα του ανταγωνισμού. Οι επιμέρους ενότητες αφορούν νομολογιακά παραδείγματα αθέμιτων ανταγωνιστικών πράξεων για παραβάσεις που εκδικάστηκαν (από τα Ελληνικά Δικαστήρια) κατά τα έτη

1994-2003, χρονικά πλαίσια που ανταποκρίνονται στα τεθειμένα όρια της εργασίας, όπως αυτά προκύπτουν και από τον τίτλο της παρούσας.

Τέλος, στο 4^ο Κεφάλαιο αναλύεται η έννομη προστασία που παρέχεται στον ζημιοθέντα, σε περίπτωση διαπίστωσης αθέμιτης συμπεριφοράς, οι αξιώσεις που γεννώνται από την παράβαση των διατάξεων περί αθέμιτου ανταγωνισμού καθώς και ζητήματα που σχετίζονται με την παραγραφή των αξιώσεων αυτών.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Οι άνθρωποι που είναι δίπλα μας καθ' όλη την διάρκεια της ζωής μας παίζουν καταλυτικό ρόλο στην επίτευξη των στόχων μας. Δίχως αυτούς η ζωή μας θα ήταν όχι μόνο ανιαρή αλλά και δίχως νόημα.

Έτσι λοιπόν και εγώ, εκφράζω την επιθυμία να ευχαριστήσω τους ανθρώπους που στάθηκαν δίπλα μου στην επίτευξη της εργασίας αυτής.

Αρχικά ευχαριστώ την οικογένειά μου, για την ηθική υποστήριξή της και την υπομονή που έδειξε. Ιδιαίτερα, την μητέρα μου, χωρίς την επιμονή της οποίας δεν θα είχε πραγματοποιηθεί η εργασία αυτή.

Την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κ. Αλεβίζου, για την υποστήριξή της, την καθοδήγηση και τις συμβουλές του, παρόλο που δεν καταφέραμε να τελειώσουμε μαζί αυτή την εργασία.

Ευχαριστώ τον κ. Μανιάτη, ο οποίος πρόθυμα με βοήθησε στις όποιες δυσκολίες αντιμετώπισα κατά την συγγραφή της εργασίας.

Τέλος, να ευχαριστήσω τους φίλους και γνωστούς μου για το κουράγιο που μου έδωσαν ώστε να συνεχίζω κάθε φορά.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Εισαγωγή.....	11
1.1 Ορισμός της έννοιας του ανταγωνισμού.....	13
1.2 Σκοπός του νόμου 703/77	16
1.3 Τέλειος ανταγωνισμός.....	17
1.4 Πλεονεκτήματα του ανταγωνισμού.....	18
1.5 Μειονεκτήματα του ανταγωνισμού.....	19
1.6 Δίκαιο κατά των περιορισμών του ανταγωνισμού.....	21
1.7 Λειτουργίες του ανταγωνισμού.....	24
1.8 Τι απαγορεύει ο νόμος 703/1977.....	26
1.9 Τι επιτρέπει ο νόμος 703/1977.....	26
1.10 Επιτροπή Ανταγωνισμού.....	27
1.10.1 Συστάσεις προς τα στελέχη των επιχειρήσεων.....	29

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΑΘΕΜΙΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Εισαγωγή.....	30
2.1 Έννοια και ορισμός του αθέμιτου ανταγωνισμού.....	32
2.2 Σκοπός και αντικείμενο προστασίας του ν.146/14.....	33
2.3 Προϋποθέσεις εφαρμογής των διατάξεων περί αθέμιτου ανταγωνισμού.....	35

2.4 Κατευθυντήριες αρχές συμπεριφοράς των επιχειρήσεων στην αγορά.....	38
2.4.1 Μορφές μη αποδοτικού ανταγωνισμού.....	38
2.4.2 Έννοια της επιδιωκόμενης αλήθειας και σαφήνειας ως προς τις δηλώσεις στην αγορά.....	39
2.4.3 Προστασία του ανταγωνισμού ως θεσμού.....	39
2.4.4 Προστασία του καταναλωτή.....	39
2.5 Κατηγορίες αθέμιτων πράξεων.....	40
2.5.1 Κριτήρια και στοιχεία.....	43
2.6 Πραγματικές ή υποθετικές επιδράσεις της ανταγωνιστικής συμπεριφοράς.....	44
2.7 Κατηγορίες αθέμιτης συμπεριφοράς.....	45

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΠΡΑΞΕΩΝ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΕΚ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ

Εισαγωγή.....	48
3.1. Διαφήμιση (άρθρα 3-5 ν 146/1914).....	49
3.1.1 Παράδειγμα περίπτωσης ανακριβούς διαφήμισης.....	51
3.1.2 Παράδειγμα περίπτωσης παραπλανητικής διαφήμισης.....	54
3.2 Ισχυρισμός ή διάδοση βλαπτικών ειδήσεων (άρθρα 11 – 12 ν.146/1914).....	58
3.2.1 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί ισχυρισμού ή διάδοσης βλαπτικών ειδήσεων.....	61
3.2.2 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί ισχυρισμού ή διάδοσης βλαπτικών ειδήσεων - δυσφήμιση.....	62
3.3 Προστασία διακριτικών γνωρισμάτων (άρθρα 13 – 15 ν.146/1914).....	63

3.3.1 Προϋποθέσεις εφαρμογής.....	64
3.3.2 Επωνυμία- Διακριτικός Τίτλος.....	68
3.3.2.1 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί εμπορικής επωνυμίας.....	72
3.3.2.2 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί Διακριτικού Τίτλου.....	75
3.3.3 Διασχηματισμός.....	78
3.3.3.1 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί Διασχηματισμού.....	80
3.3.4 Domain name.....	84
3.3.4.1 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί Domain Name.....	85
3.3.5 Σήμα.....	87
3.3.5.1 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί σήματος.....	89
3.4 Αποκάλυψη απορρήτων (άρθρα 16 – 18 ν.146/1914).....	91
3.4.1 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί όσον αφορά στην αποκάλυψη απορρήτων.....	92

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΕΝΝΟΜΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΕΝΑΝΤΙ ΠΡΑΞΕΩΝ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Εισαγωγή.....	96
4.1 Συρροή αξιώσεων από αθέμιτο ανταγωνισμό με αδικοπρακτική ευθύνη.....	98
4.2 Έννομη προστασία.....	98
4.3 Παραγραφή αξιώσεων.....	104
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	106

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	108
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	109

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το σύστημα της οικονομίας της αγοράς στηρίζεται και στον ελεύθερο ανταγωνισμό. Ο οικονομικός ανταγωνισμός, στην όποια προσέγγισή του (πλήρης, ατελής, μονοπωλιακός, ενεργός ανταγωνισμός), αποτελεί σε τελευταία ανάλυση έναν μηχανισμό αυτόματου ελέγχου της αγοράς. Θεωρείται ότι συμβάλλει, με τη λειτουργία που επιτελεί, στην οικονομική πρόοδο και εγγυάται την κοινωνική ευημερία καθώς ο ανταγωνισμός των επιχειρήσεων οδηγεί στην παροχή καλύτερων, οικονομικά και ποιοτικά, προϊόντων και υπηρεσιών προς τον καταναλωτή. Όμως, το ανταγωνιστικό σύστημα δεν μπορεί μόνο του να οδηγήσει στην επίτευξη των σύγχρονων κοινωνικών στόχων και με την έννοια αυτή ο κρατικός παρεμβατισμός εμφανίζεται ως απαραίτητος¹.

Τελικά, διεθνώς διαδεδομένη είναι η αντίληψη ότι οι στόχοι της πολιτικής ανταγωνισμού δεν είναι μόνο οικονομικοί αλλά και κοινωνικοπολιτικής φύσεως.

Η άποψη αυτή διαβλέπει στους οικονομικούς σκοπούς της πολιτικής ανταγωνισμού, την διατήρηση ή αποκατάσταση συνθηκών ανταγωνισμού που εξασφαλίζουν άριστη κατανομή του εισοδήματος, ικανότητα προσαρμογής στα νέα δεδομένα της αγοράς και τεχνολογική πρόοδο. Ως κοινωνικούς

¹ Λιακόπουλος Αθ. (1988) «Βιομηχανική Ιδιοκτησία» II Ειδικό μέρος σελ.198

στόχους ή μεταοικονομικούς θεωρείται η αποκέντρωση της οικονομικής ισχύος.

Υπάρχει βέβαια και η αντίθετη ιδεολογική προσέγγιση που διαπνέεται από την απουσία παρέμβασης ή την ελάχιστη παρέμβαση του κράτους στον ανταγωνισμό, υπό την έννοια ότι αναμένεται ότι οι δυνάμεις της αγοράς μπορούν να οδηγήσουν μόνες τους στο επιθυμητό αποτέλεσμα, την κοινωνική ευημερία, και να εξασφαλίσουν αποδοτικότητα ή αποτελεσματικότητα για την επιχείρηση. Η απουσία κρατικής παρέμβασης σημαίνει επιβίωση του ικανότερου.

Σε αυτό το κεφάλαιο λοιπόν, θα αναλύσουμε την έννοια του ανταγωνισμού, τον σκοπό του νόμου 703/77 περί ανταγωνισμού και θα αναφέρουμε τα πλεονεκτήματα αντιπαραθέτοντάς τα με τα μειονεκτήματα. Θα αναλύσουμε, επίσης, τις απαγορεύσεις που επιβάλλει ο ανωτέρω νόμος καθώς και την Επιτροπή Ανταγωνισμού, η οποία αποτελεί το κατεξοχήν αρμόδιο όργανο ελέγχου της διατήρησης και εμπέδωσης των συνθηκών ανταγωνισμού. Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να ειπωθεί πως το σχετικό νομοθετικό πλαίσιο έχει υποστεί πρόσφατες νομοθετικές τροποποιήσεις, κυρίως με το Ν. 3959/2011, αλλά και άλλες, μικρότερης έκτασης αλλαγές με το Ν.4072/2012. Τονίζεται, όμως, πως στην εργασία αυτή οι παραπομπές σε άρθρα αναφέρονται στις διατάξεις του Ν.703/77.

1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Κατά γενική έννοια, ανταγωνισμός είναι ο αγώνας μεταξύ περισσότερων για την επικράτηση ή για την επίτευξη κάποιου σκοπού. Ειδικότερα, στον κλάδο των οικονομικών, ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων είναι ο αγώνας για την επικράτησή τους στην αγορά και την αύξηση του μεριδίου αγοράς του καθενός. Η Πολιτική Ανταγωνισμού καθορίζει τους στόχους που επιδιώκονται μέσω του ανταγωνισμού.

Ο ορισμός της έννοιας του ανταγωνισμού δεν αποδίδεται ρητώς στο δίκαιο αλλά προκύπτει από την ερμηνεία στην οποία έχουν προβεί τα αρμόδια όργανα. Η ερμηνεία αυτής της έννοιας, όπως και άλλων βασικών εννοιών του οικονομικού δικαίου² (λχ. της επιχείρησης), γίνεται υπό το φως του σκοπού του εκάστοτε νόμου. Η οικονομική έννοια του ανταγωνισμού επίσης αμφισβητείται ενόψει των πολυσχιδών και ποικίλων εκφάνσεων της ανταγωνιστικής διαδικασίας. Τούτο αποτυπώνεται στην απουσία ενός γενικά αποδεκτού ορισμού από την οικονομική επιστήμη και στην ύπαρξη εντόνων θεωρητικών αμφισβητήσεων ως προς τη φύση, τη λειτουργία και την αξιολόγηση των διαφόρων εκφάνσεων του ανταγωνισμού. Οι πολυάριθμοι ορισμοί που έχουν δοθεί από την οικονομική επιστήμη είναι ωστόσο χρήσιμοι. Τονίζουν διάφορες όψεις ή φάσεις της ανταγωνιστικής διαδικασίας και με τον τρόπο αυτό εμπλουτίζουν τη νομική επιχειρηματολογία, στο μέτρο που τα στοιχεία τους είναι δεκτικά «μετάφρασης» στις νομικές κατηγορίες. Δεν είναι όμως σε θέση να υποκαταστήσουν τη νομική επιχειρηματολογία. Η σχέση ανταγωνισμού ως οικονομικού μεγέθους και διαδικασίας εκφράζει τη γενικότερη πολύπλοκη σχέση μεταξύ ενός δεοντολογικού συστήματος, του δικαίου, και ενός εμπειρικού, εκείνου της οικονομίας³.

² Γέμτος, Οικονομία και δίκαιο - οικονομικά για νομικούς 1995, ο ίδιος, Οικονομία και Δίκαιο. Οικονομική ανάλυση βασικών θεσμών του ιδιωτικού δικαίου, Τόμος Β 2001' Περράκης, Γενικό εμπορικό δίκαιο

³ Οι δυσκολίες περιγραφής του αντικείμενου του οικονομικού δικαίου και οι περισσότερες ακόμα απρόσφορες προσεγγίσεις, πηγάζουν από την ελλιπή σύλληψη της σχέσης δικαίου και οικονομίας.

Στην έννοια του ανταγωνισμού, όπως αυτή γίνεται αποδεκτή εμπειρικά, υπάγεται η σχέση μεταξύ επιχειρήσεων στην αγορά οι οποίες επιδιώκουν να συνάψουν σχέσεις με τον ίδιο πελάτη-αποδέκτη των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους (ανταγωνιστική σχέση). Οι επιχειρήσεις αυτές μπορεί να δραστηριοποιούνται στον τομέα της προσφοράς (πχ. κατασκευαστικές επιχειρήσεις, παραγωγοί τροφίμων, χονδρέμποροι) ή στον τομέα της ζήτησης (πχ. πολυκαταστήματα, λιανοπωλητές). Στην έννοια του ανταγωνισμού συμπεριλαμβάνεται και ο επιχειρηματικός ανταγωνισμός με αντικείμενο προμηθευτές και εργατικό δυναμικό.

Αν θέλει κανείς να έχει μια έστω περιορισμένη δυνατότητα πρόγνωσης των συνεπειών μιας ανταγωνιστικής πράξης, οφείλει να γνωρίζει τις σημαντικές ανταγωνιστικές παραμέτρους μιας επιχείρησης.

Ο ανταγωνισμός αντανάκλαται πρωτίστως στο επίπεδο της τιμής και της ποιότητας προϊόντων/υπηρεσιών, στις επενδύσεις για τεχνολογική έρευνα (R&D, Research and Development), στους όρους συναλλαγής (πχ. πίστωση, εκπτώσεις, τρόπο πληρωμής, εγγύηση προϊόντων ασφάλιση προϊόντος κλπ), στην εξυπηρέτηση πριν και μετά την πώληση (after sales service) και στη διαφήμιση (marketing).

Μέσα πραγμάτωσης του ανταγωνισμού, και συγχρόνως παράμετροι λειτουργίας των επιχειρήσεων. αποτελούν οι μέθοδοι προμήθειας (αποκλειστική, απλή) και διανομής (επιλεκτική, αποκλειστική, κεντρικό/αποκεντρωμένο σύστημα, ίδιο ή ξένο, άμεση πρόσβαση στον αποδέκτη ή μέσω διαμεσολαβητών), η επιλογή και η διαμόρφωση των προϊόντων/υπηρεσιών (τεχνικά, αισθητικά χαρακτηριστικά, ποιότητα, σήματα, συσκευασία), η τιμολογιακή πολιτική και οι υπόλοιποι όροι παροχής των αγαθών που ακολουθεί κάθε επιχείρηση, η πρόσβαση στην- από επιχειρηματική άποψη- σημαντική πληροφορία και, τέλος, οι μέθοδοι διαφήμισης.

Ο ανταγωνισμός είναι μια εξαιρετικά περίπλοκη, δυναμική διαδικασία και είναι συμπεριφορά περισσότερων επιχειρήσεων στην αγορά. Είναι δυνατόν να υφίσταται ανταγωνισμός ακόμα και αν μια αγορά είναι μονοπωλιακή, αρκεί να υπάρχει δυναμικός ανταγωνισμός.

Άλλωστε, η ύπαρξη δυνητικού ανταγωνισμού, οι διαφορές των τιμών των ανταγωνιστικών προϊόντων, ο αριθμός των παικτών σε μια αγορά, η ομοιογένεια ή μη των προσφερομένων αγαθών και οι συνήθειες των αποδεκτών των προϊόντων, αποτελούν μερικές από τις σπουδαιότερες παραμέτρους που λειτουργούν ως ενδείξεις για να εντοπιστεί η ένταση του ανταγωνισμού σε μια σχετική αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών.

Ο όρος ελεύθερος ανταγωνισμός σημαίνει την ανάγκη ανεμπόδιστης συμμετοχής σε μια οικονομική δραστηριότητα, δηλαδή με παραμερισμό των εμποδίων που άλλοι ανταγωνιστές μπορούν να παρεμβάλλουν στον οικονομικό ανταγωνισμό. Αυτό μπορεί να γίνει είτε ύστερα από συνένωση των ανταγωνιστών, τις λεγόμενες συμπράξεις επιχειρήσεων, είτε με κατάχρηση της θέσης που κατέχουν οι συμπράττουσες επιχειρήσεις στην αγορά αγαθών ή υπηρεσιών σε εθνικό, διακρατικό ή διεθνές επίπεδο.

Έτσι, το δίκαιο παρεμβαίνει στον οικονομικό ανταγωνισμό για να εξασφαλίσει την ανεμπόδιση και με ίσους όρους συμμετοχή των παικτών σε μια οικονομική δραστηριότητα, γεγονός το οποίο είναι απαραίτητο για την προστασία των καταναλωτών, οι οποίοι θα πρέπει να είναι σε θέση να επιλέξουν ελεύθερα μεταξύ πολλών προσφορών.

Η ανταγωνιστική ελευθερία σημαίνει ότι κάθε υποκείμενο δικαίου:

α. έχει το δικαίωμα συμμετοχής στην ανταγωνιστική διαδικασία. Τούτο συνεπάγεται την ελευθερία πρόσβασης στην αγορά, ήτοι της πρόσβασης στον τομέα της ζήτησης ή της προσφοράς, ως προσφέρων ή ως αποδέκτης αγαθών. Στο δικαίωμα συμμετοχής αντιστοιχεί η κρατική πρόνοια θέσπισης νομικών μηχανισμών που εξασφαλίζουν αποτελεσματικό και ευέλικτο νομικό πλαίσιο προληπτικής και κατασταλτικής προστασίας της πρόσβασης στην αγορά. Το δίκαιο του αθέμιτου ανταγωνισμού και το δίκαιο κατά των περιορισμών του ανταγωνισμού εντάσσονται σε αυτό το πλέγμα διατάξεων.

β. έχει το δικαίωμα να διαμορφώνει ελεύθερα την ανταγωνιστική δράση του, όπως αυτή προσδιορίζεται από τις ανταγωνιστικές παραμέτρους και τα ανταγωνιστικά μέσα.

Η οικονομική ελευθερία στηρίζεται συνταγματικά στο άρθρο 5 παραγρ.1 Συντ. (το οποίο διασφαλίζει το ατομικό δικαίωμα ελεύθερης ανάπτυξης της

προσωπικότητας περιλαμβανομένης και της προστασίας στην οικονομική ζωή)⁴ και σε αστικολογικό επίπεδο εξειδικεύεται στο άρθρο 361 ΑΚ (συμβατική ελευθερία). Ωστόσο, η ελευθερία αυτή δεν είναι απεριόριστη αλλά υπόκειται σε γενικούς περιορισμούς, οι οποίοι προβλέπονται στην ανωτέρω συνταγματική διάταξη.

Οι διαπιστώσεις αυτές δεν έχουν μόνο θεωρητική σημασία. Δείχνουν ότι η εξέταση μιας ανταγωνιστικής πράξης ή δραστηριότητας, εφόσον ελλείπει σχετική ρητή νομοθετική απαγόρευση, θεωρείται καταρχήν ως θεμιτή και άρα νόμιμη υπό το πρίσμα του δικαίου του αθέμιτου ανταγωνισμού (αρ. 108 και 667). Άρα το αθέμιτο και παράνομο αποτελεί την εξαίρεση, η οποία πρέπει να θεμελιωθεί επαρκώς. Αν πάλι υπάρχει περιορισμός (λχ. απαγόρευση διαφήμισης, όπως των προϊόντων καπνού ή μιας μεθόδου προώθησης των πωλήσεων), αυτός πρέπει πάντα να ελέγχεται αν είναι συνταγματικά επιτρεπτός υπό το πρίσμα της αρχής της αναλογικότητας. Διαφορετικά, ο επιβαλλόμενος περιορισμός δύναται να περιορίζει υπέρμετρα την οικονομική ελευθερία και ως εκ τούτου να κριθεί αντισυνταγματικός.

1.2 Ο ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ Ν. 703/1977

Ο νόμος 703/1977 δεν έχει σκοπό να προστατεύσει την οικονομική ελευθερία από προσβολές που είναι αντίθετες προς τα χρηστά ήθη (σε αντίθεση με το σκοπό του ν.146/14, όπως αυτός αποτυπώνεται στο αρ. 1) ή άλλους ειδικότερους κανόνες ανταγωνιστικής ηθικής (αρθρ. 3επ. ν.146/14). Σκοπός του είναι να προστατεύσει την οικονομική ελευθερία των τρίτων από προσβολές που προέρχονται από συμβατικές ή ατομικές (απόφαση, εναρμονισμένη πρακτική) συμπεριφορές που οδηγούν στη συσπείρωση της οικονομικής ελευθερίας (αρθρ. 1 ν.703/77) και από την καταχρηστική εκμετάλλευση της θέσης οικονομικής ισχύος που κατέχουν ορισμένες επιχειρήσεις (δεσπόζουσα θέση) στην αγορά (αρθρ. 2 ν.703/77). Ως τρίτος, ο

⁴ Λιακόπουλος, «Η οικονομική ελευθερία» σελ. 68

οποίος συνιστά το υποκείμενο προστασίας του ν. 703/77, νοείται ο οικονομικά ασθενέστερος, υπό την έννοια ότι ούτε στην οικονομική συσπείρωση μετέχει ούτε δεσπόζουσα θέση κατέχει.

1.3 ΤΕΛΕΙΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για να υπάρχει τέλειος ή πλήρης ανταγωνισμός σε ένα κλάδο της οικονομίας, θα πρέπει να πληρούνται οι παρακάτω προϋποθέσεις:

1) Ο αριθμός των επιχειρήσεων σε ένα κλάδο είναι αρκετά μεγάλος, ώστε καμία επιχείρηση από μόνη της να μην μπορεί να επηρεάζει τις τιμές που πληρώνει για τους παραγωγικούς της συντελεστές ή τις τιμές που εισπράττει για τα προϊόντα, αυξάνοντας ή μειώνοντας την προσφερόμενη ποσότητα.

2) Εύκολη είσοδος και έξοδος από τον κλάδο. Ανταγωνισμός δεν σημαίνει μόνο μεγάλος αριθμός υπάρχουσών επιχειρήσεων. Περιλαμβάνει εξίσου και την ευχέρεια εισόδου νέων επιχειρήσεων καθώς και την έξοδο των αποτυχημένων. Το χαρακτηριστικό αυτό δίνει τη δυνατότητα σε επιχειρήσεις, να διεισδύσουν σε κερδοφόρους οικονομικούς κλάδους και να αποσυρθούν από τους ζημιογόνους.

3) Τα προϊόντα των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων θα πρέπει να είναι διαφοροποιημένα. Διαφοροποιημένο προϊόν είναι αυτό που εύκολα αναγνωρίζεται από τον καταναλωτή. Αν μπορεί ο παραγωγός να διαφοροποιεί το προϊόν του, έχει μεγαλύτερες πιθανότητες να αποκτήσει πιστή πελατεία αλλά και να καθορίσει δικές του τιμές, που μπορεί να είναι διαφορετικές από εκείνες των ανταγωνιστών του. Σε μία ανταγωνιστική αγορά, όμως, το ένα προϊόν θα μοιάζει με το άλλο. Η έλλειψη διαφοροποίησης καθιστά περιττή, για τον επιχειρηματία, τη δαπάνη για διαφήμιση, μια και τα οφέλη της θα διασκορπιστούν σε ολόκληρο τον κλάδο πράγμα όχι θετικό για τον ανταγωνισμό. Έχει, όμως, και μια άλλη ουσιώδη συνέπεια. Ο ανταγωνισμός των επιχειρήσεων για την προσέλκυση των πελατών θα διεξάγεται αποκλειστικά και μόνο με βάση την τιμή. Τέτοιου

είδους αγορές είναι περιορισμένες. Οι γεωργικές εκμεταλλεύσεις θεωρείται, ότι λειτουργούν κάτω από συνθήκες που προσεγγίζουν τις συνθήκες του τέλειου ανταγωνισμού, π.χ. προϊόντα όπως το σάρι, το καλαμπόκι, παράγονται από ένα πολύ μεγάλο αριθμό παραγωγών, οι ποσότητες του καθενός, όμως, είναι πολύ μικρές σε σχέση με τη συνολική προσφορά. Οι τιμές αυτών των προϊόντων διαμορφώνονται από τη συνολική ζήτηση και προσφορά και έτσι ο παραγωγός δεν έχει άλλη επιλογή παρά να τις αποδεχτεί. Αν ένας αγρότης προσπαθήσει να διαθέσει το καλαμπόκι ή το σάρι του σε τιμή μεγαλύτερη από εκείνη που διαμορφώθηκε στην αγορά, δεν θα μπορέσει να βρει αγοραστή, καθώς το ίδιο προϊόν θα προσφέρεται στον καταναλωτή σε χαμηλότερη τιμή.

1.4 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Ο ανταγωνισμός ωθεί τις επιχειρήσεις να προσπαθήσουν να προσελκύσουν μεγαλύτερη πελατεία από τους ανταγωνιστές τους προκειμένου να επιβιώσουν, να αναπτυχθούν και να επιτύχουν μεγαλύτερο κέρδος. Για να προσελκύσουν τους πελάτες αναγκάζονται να αυξήσουν την παραγωγή τους, να μειώσουν τις τιμές και να βελτιώσουν τα προϊόντα τους. Αποτέλεσμα είναι η ευημερία του καταναλωτή (consumer welfare), ο οποίος αντίστοιχα ωφελείται αφού μπορεί να καταναλώσει τα ίδια προϊόντα σε χαμηλότερη τιμή, έχει περισσότερες επιλογές και οι επιχειρήσεις προσπαθούν να ανταποκρίνονται στις ανάγκες και στις απαιτήσεις του παράγοντας συνεχώς νέα προϊόντα. Έτσι, ο ανταγωνισμός μειώνει τις τιμές, αυξάνει την ποιότητα και ευνοεί την καινοτομία.

Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι βασικός όρος στη μικροοικονομία είναι η αποτελεσματικότητα (efficiency)⁵. Η αποτελεσματικότητα αυξάνεται όταν, με το ίδιο κόστος, παράγονται περισσότερα αγαθά ή αντίστοιχα για τα ίδια αγαθά απαιτείται λιγότερο κόστος. Η αποτελεσματικότητα, ως όρος που αναφέρεται στον ανταγωνισμό,

⁵ <http://el.wikipedia.org> 6 Ιανουαρίου 2012

διακρίνεται σε τρία είδη: α) τη διανεμητική αποτελεσματικότητα (allocative efficiency), δηλαδή τα αγαθά κατανέμονται εκεί που ο καταναλωτής τα έχει περισσότερη ανάγκη, β) την παραγωγική αποτελεσματικότητα (productive efficiency), δηλαδή οι πρώτες ύλες βρίσκονται στον παραγωγό που τις αξιοποιεί καλύτερα, και γ) τη δυναμική αποτελεσματικότητα (dynamic efficiency), δηλαδή η καινοτομία επιτυγχάνεται με το λιγότερο δυνατό κόστος.

Ο ανταγωνισμός ευνοεί και τα τρία αυτά είδη αποτελεσματικότητας. Οι επιχειρήσεις αναγκάζονται να προσαρμόσουν την προσφορά τους στη ζήτηση, για να μη χάσουν τους καταναλωτές από πελάτες. Αφουγκράζονται τις ανάγκες του καταναλωτή και στρέφουν προς τα εκεί την παραγωγή τους (διανεμητική αποτελεσματικότητα), μειώνουν το κόστος παραγωγής προκειμένου να πωλούν φθηνότερα και επεξεργάζονται πιο αποτελεσματικά τις πρώτες ύλες (παραγωγική αποτελεσματικότητα) και προσπαθούν διαρκώς να εφεύρουν καινούργια προϊόντα που να καλύπτουν καλύτερα τις ανάγκες του καταναλωτή προκειμένου να έχουν προβάδισμα έναντι των ανταγωνιστών τους (δυναμική αποτελεσματικότητα).

Ταυτόχρονα, ο ανταγωνισμός παρέχει στον καταναλωτή περισσότερες επιλογές. Ο τελευταίος μπορεί να διαλέξει ανάμεσα σε περισσότερα προϊόντα, σε περισσότερους όρους και τρόπους συναλλαγής (δάνεια, δόσεις, leasing, internet κλπ.). Ο ανταγωνισμός εμποδίζει τις επιχειρήσεις από το να εκμεταλλευτούν τον καταναλωτή χρεώνοντάς τον υπερβολικές τιμές και επιφέροντας έτσι μια συσσώρευση πλούτου από τους πολλούς (καταναλωτές) στους λίγους (μονοπώλια).

1.5 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Ο ανταγωνισμός ενέχει όμως και μειονεκτήματα. Αν δεν υπάρχει απολύτως κανένας περιορισμός στην αγορά και όλοι μπορούν να παράγουν όλα τα αγαθά, οι επιχειρήσεις δεν έχουν κίνητρο να βελτιώσουν την ποιότητα. Η βελτίωση των προϊόντων κοστίζει και απαιτεί επενδύσεις σε έρευνα και τεχνολογία, σε έρευνα αγοράς, σε προώθησή τους. Αν οι ανταγωνιστές

μπορούν να αντιγράψουν τα προϊόντα των άλλων χωρίς περιορισμούς, η ανάπτυξη νέων προϊόντων δημιουργεί κόστος μόνο σ' αυτόν που τα δημιουργεί χωρίς να του αποδίδει αντίστοιχο κέρδος, αφού όλοι οι ανταγωνιστές θα επωφεληθούν από αυτά, με αποτέλεσμα κανείς να μην έχει το απαραίτητο κίνητρο να καινοτομεί, αφού γνωρίζει ότι δε θα έχει κανένα όφελος από την καινοτομία. Για να βελτιώσει ένας επιχειρηματίας τα παρεχόμενα προϊόντα και υπηρεσίες, χρειάζεται να ξέρει ότι ο καταναλωτής θα μπορεί να εξατομικεύσει τα προϊόντα του και να τα ταυτίσει με αυτόν ή ότι αυτός θα είναι ο μόνος που θα μπορεί να τα παράγει. Για την ενίσχυση αυτού του ιδιωτικού κινήτρου χρειάζεται ένα είδος περιορισμού στη δράση των άλλων επιχειρήσεων, ώστε να εμποδίζονται να αντιγράψουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του ανταγωνιστή τους. Με τη νομική κατοχύρωση του δικαιώματος της επιχείρησης στο σήμα, ο καταναλωτής μπορεί να ταυτίσει το προϊόν με τον παραγωγό, ενώ η κατοχύρωση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας εξασφαλίζει στον κάτοχό του ότι, για όσο διαρκεί, οι ανταγωνιστές δε θα μπορούν να αντιγράψουν την καινοτομία την οποία προστετεύει.

Ωστόσο, παρά την κατοχύρωση του δικαιώματος στο σήμα και στην ευρεσιτεχνία, ο ανταγωνισμός ενδέχεται και πάλι να γίνεται μόνο με βάση τις τιμές, εάν τα προϊόντα είναι από τη φύση τους ομογενοποιημένα και δεν επιδέχονται διαφοροποίηση. Τέτοιο παράδειγμα είναι το γάλα. Για τον καταναλωτή, είναι αδιάφορο από ποιον κτηνοτρόφο προέρχεται, αφού όλοι προσφέρουν το ίδιο προϊόν και το μόνο που λαμβάνει υπόψιν είναι η τιμή. Ο κτηνοτρόφος, από την άλλη, έχει ως μόνο όπλο του την τιμή, επειδή ο καταναλωτής συνήθως δεν είναι διατεθειμένος να πληρώσει περισσότερο π.χ. για καλύτερη ποιότητα, αφού οι διαφορές στην ποιότητα δεν του είναι αντιληπτές και το κύριο κριτήριό του είναι η τιμή. Έτσι, ο ανταγωνισμός στην αγορά του γάλακτος γίνεται μόνο με βάση τις τιμές. Όσο ο κτηνοτρόφος υφίσταται πιέσεις να κρατά τις τιμές χαμηλά, τόσο προσπαθεί να εξοικονομήσει κόστος μειώνοντας την ποιότητα του προϊόντος του (φθηνότερες ζωοτροφές, χειρότερες συνθήκες εκτροφής των ζώων). Ο

ανταγωνισμός είναι τότε καταστροφικός και οδηγεί σε διαρκή χειροτέρευση του προϊόντος (race to the bottom)⁶.

1.6 ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΩΝ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Ο Ν.703/1977 «περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού», αποτυπώνει την προσπάθεια να καταπολεμηθούν με νομικά μέσα οι περιορισμοί του ανταγωνισμού και να διασφαλιστούν οι συνθήκες ελεύθερου ανταγωνισμού για την ισότιμη συμμετοχή όλων των παικτών της αγοράς σε αυτήν⁷. Η διασφάλιση αυτών των προϋποθέσεων λειτουργίας της αγοράς απορρέει άλλωστε και από τη συμμετοχή της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, βασικός σκοπός της οποίας είναι η δημιουργία μιας αγοράς για την ελεύθερη κίνηση των ευρωπαϊκών αγαθών⁸.

Παρά την ορθή προσέγγιση της έννοιας του ανταγωνισμού και την άρνηση δέσμευσης σε άκαμπτα οικονομικά μοντέλα, υπάρχει ομοφωνία ότι ο ανταγωνισμός περιορίζεται, όταν προσδιορίζεται τεχνητά ή αποκλείεται εντελώς η επιχειρηματική ανταγωνιστική ελευθερία ή η επιλογή σε σχέση με κάποιες ανταγωνιστικές παραμέτρους⁹ (επιλογή ως προς τιμή, όρους συναλλαγής, εκπτώσεις, ποσότητα παραγωγής, service, διαφήμιση, ποιότητα, τεχνολογική έρευνα, επιλογή αντισυμβαλλόμενου, επενδύσεων και δικτύου κοκ). Επιπλέον, περιορίζεται ο ανταγωνισμός, όταν μια επιχείρηση δεν μπορεί να αποφασίσει αυτόνομα ως προς την συμπεριφορά της στην αγορά, διότι υπάρχουν λχ. τεχνητά εμπόδια εισόδου σε αυτήν. Σε όλες αυτές τις περιπτώσεις ο περιορισμός του ανταγωνισμού και οι τεχνητοί περιορισμοί της οικονομικής ελευθερίας απορρέουν ή στηρίζονται σε συμφωνία επιχειρήσεων,

⁶Βικιπαίδεια, η ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια, «Ανταγωνισμός» ανάκτηση από : <http://el.wikipedia.org> Φεβρουάριος 2009

⁷ Ι.Γ. Σχίνα, Προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού, (Η πρακτική της ΕΝΕΠΑ), (1992) με συλλογή μελετών

⁸ Κοτσίρης Λάμπρος (2001), «Δίκαιο Ανταγωνισμού, Αθέμιτου και Ελεύθερου», Εκδόσεις Σάκκουλα.

⁴ Έκδοση, σελ. 18

⁹ Λιακόπουλος (2001) «Η οικονομική ελευθερία»

συντονισμό της επιχειρηματικής συμπεριφοράς τους («εναρμονισμένη πρακτική») ή στην καταχρηστική συμπεριφορά επιχείρησης με δεσπίζουσα θέση στην αγορά.

Η θέσπιση του ν. 703/1977 κατά των περιορισμών του ανταγωνισμού ή αντιμονοπωλιακού δικαίου, αντανακλά την εμπειρική διαπίστωση ότι ο ελεύθερος ανταγωνισμός, ως βασικό θεμέλιο της οικονομίας της αγοράς και ρυθμιστικός παράγοντας της λειτουργίας της, δεν δύναται να λειτουργήσει ικανοποιητικά και να αναπτύξει τις ανωτέρω αναλυθείσες θετικές οικονομικές και κοινωνικές λειτουργίες χωρίς έξωθεν θεσμική προστασία και κρατική παρέμβαση. Απαιτείται δηλ. μια ενεργή πολιτική ανταγωνισμού που με προληπτικά και κατασταλτικά μέτρα και μηχανισμούς στοχεύει στον έλεγχο της συμπεριφοράς επιχειρήσεων, στην εποπτεία της οικονομικής ισχύος και στον έλεγχο των διαστάσεων που αυτή ενδέχεται να παίρνει.

Ο ν. 703/1977 εφαρμόζεται σε σχέσεις ιδιωτικού δικαίου και έχει ως σκοπό να προστατεύσει και διατηρήσει την ελευθερία του ανταγωνισμού ως θεσμού αλλά και -εξίσου σημαντικό- την προστασία της οικονομικής ελευθερίας των συμμετεχουσών στην αγορά επιχειρήσεων¹⁰. Πραγματώνει, δηλαδή, όχι μόνον μια δημόσια πολιτική ανταγωνισμού αλλά την κοινωνική δικαιοσύνη μέσα και μέσω της προστασίας της ασθενέστερης επιχείρησης, της οποίας η πρόσβαση στην αγορά λόγω των περιορισμών του ανταγωνισμού δυσχεραίνεται ή ακόμα καθίσταται και αδύνατη. Έτσι, το άρθρο 1 του ν. 703/1977 απαγορεύει τις συμφωνίες ή συμπράξεις επιχειρήσεων που έχουν ως σκοπό ή αποτέλεσμα «την παρακώλυση, τον περιορισμό ή την νόθευσιν του ανταγωνισμού» στην αγορά.

Απαγορεύεται πχ. η συμφωνία ανταγωνιστών να «παγώσουν» τις τιμές σε ένα ορισμένο επίπεδο ή να μην προβαίνουν παρά μόνον σε ένα ορισμένο ποσοστό εκπτώσεων (οριζόντιες δεσμεύσεις της τιμής), να ανταλλάσσουν

¹⁰ Λιακόπουλος, «Η οικονομική ελευθερία» από 20.09.2001 *Courage*, ιδίως σκέψεις 22 επ. Υπέρ της προστασίας του ανταγωνισμού ως θεσμού, άποψη που όμως περιορίζει την αποτελεσματικότητα του ν.703. Η αντιπαράθεση δεν έχει θεωρητική σημασία αλλά κορυφώνεται στο ότι, εφόσον γίνει δεκτό ότι ο νόμος 703/1977 προστατεύει και το ιδιωτικό συμφέρον, τότε η παράβαση διατάξεων του, και ιδίως των άρθρων 1 και 2, δυνατόν να γεννά αξίωση αποζημίωσης κατά το άρθρο 914 ΑΚ σε συνδυασμό βεβαίως με τις άλλες προϋποθέσεις της αξίωσης αποζημίωσης

πληροφορίες μεταξύ τους ως προς τις παρασχεθείσες εκπτώσεις, να παύσουν τον ανταγωνισμό σε ορισμένους τομείς, να μερίζουν με συμφωνία τις αγορές (πχ. συμφωνία δύο επιχειρήσεων να δραστηριοποιείται η μια στη βόρεια Ελλάδα και η άλλη στη νότια). Στην κατηγορία των απαγορευμένων πρακτικών εμπίπτει και η σύσταση μιας ένωσης επιχειρήσεων προς τα μέλη της να διατηρήσουν ένα ορισμένο επίπεδο τιμών ή η συμφωνία δύο επιχειρήσεων, αποτέλεσμα της οποίας είναι η εκούσια αποχώρηση της μιας από την αγορά ή γενικότερη απαγόρευση ανταγωνισμού μεταξύ τους κοκ. Οι απαγορεύσεις αυτές ισχύουν τόσο σε οριζόντιο επίπεδο, δηλ. μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην ίδια βαθμίδα (λχ. μεταξύ παραγωγών, μεταξύ χονδρεμπόρων κλπ.) όσο και σε κάθετο, δηλ. μεταξύ επιχειρήσεων που ανήκουν σε διαφορετική βαθμίδα (λχ. μεταξύ κατασκευαστή και διανομέα ενός προϊόντος, μεταξύ χονδρεμπόρου και λιανοπωλητή, μεταξύ δικαιούχου σήματος και αδειούχου κλπ.). Απαγορεύονται συνεπώς οι οριζόντιοι και οι κάθετοι περιορισμοί του ανταγωνισμού.

Εξίσου, απαγορεύεται και η κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης που έχει μια επιχείρηση στην αγορά (άρθρα 2 ν. 703/1977). Τούτο συμβαίνει όταν η δεσπόζουσα επιχείρηση π.χ. υπαγορεύει τους όρους της συναλλαγής, εξαναγκάζει την αντισυμβαλλόμενη επιχείρηση να δεχθεί μια ορισμένη τιμή αγοράς ή πώλησης, ή αρνείται αδικαιολόγητα να συνάψει συναλλαγές (refusal to sell) ή εφαρμόζει χωρίς λόγο διακριτική μεταχείριση. Απαγορεύονται, τέλος, οι συγκεντρώσεις επιχειρήσεων, εφόσον πληρούν ορισμένες προϋποθέσεις μεγέθους και έχουν αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό (άρθρα 4 επ.).

Η προστασία συντελείται τόσο με μέσα δημοσίου δικαίου (πχ. πρόστιμο) όσο και με μορφές ιδιωτικού δικαίου (πχ. ακυρότητα συμπράξεων)¹¹ και υλοποιείται μέσα από την Επιτροπή Ανταγωνισμού, ήτοι μέσα από μηχανισμούς δημοσίου δικαίου (επιβολή προστίμων, υποχρέωση τήρησης ορισμένης συμπεριφοράς, ποινικές κυρώσεις, άρθρα 9, 12, 29 ν. 703/1977). Παράλληλα δεν αποκλείεται και η έγερση αγωγής αποζημίωσης, εφόσον κατά την κρατούσα και ορθή άποψη τα άρθρα 1 και 2 ν. 703 αποτελούν διατάξεις

¹¹Μαρίνος, "Η ανάκληση των αποφάσεων της Επιτροπής Ανταγωνισμού" σελ 13

που προστατεύουν και ιδιωτικά συμφέροντα¹². Η λειτουργία, οι αρμοδιότητες και τα μέσα έννομης προστασίας που παρέχει η Επιτροπή Ανταγωνισμού θα αναλυθούν σε παρακάτω ενότητα.

1.7 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Αν θέλει κανείς να προσεγγίσει το ερώτημα των λειτουργιών του ανταγωνισμού, οφείλει να διακρίνει μεταξύ των οικονομοπολιτικών και των κοινωνικών λειτουργιών του ανταγωνισμού ως θεσμού. Η ανάλυση στα ερωτήματα αυτά συνέχεια και με ιδεολογικές παραστάσεις, οι οποίες δεν είναι πάντα σαφείς και διαφανείς.

Από οικονομικοπολιτική σκοπιά, τουλάχιστον ως θεωρητικό και δικαιοπολιτικό μοντέλο, ο ανταγωνισμός εξασφαλίζει μέσα από το νομικό πλαίσιο της συμβατικής ελευθερίας την καλύτερη κάλυψη των αναγκών ιδιωτών και επιχειρήσεων, εφόσον δημιουργεί ένα μηχανισμό προσφοράς και ζήτησης ο οποίος κατευθύνει την προσφορά στις ανάγκες και επιθυμίες της ζήτησης (λειτουργία κατεύθυνσης)¹³. Με τις λειτουργίες αυτές ο ανταγωνισμός ανάγεται σε μέσο κατεύθυνσης της οικονομίας προς το γενικό συμφέρον.

Πρακτικές αθέμιτης και παραπλανητικής διαφήμισης παρακωλύουν τον καταναλωτή να επιλέξει ελεύθερα. Η ανεμπόδιστη δυνατότητα επιλογής του όμως είναι θεμελιώδης προϋπόθεση λειτουργίας του ανταγωνισμού.

Η προσπάθεια των επιχειρήσεων που προσφέρουν αγαθά να συνάψουν το μεγαλύτερο αριθμό συμβάσεων για τη διάθεσής τους προς τους αποδέκτες των προϊόντων ή υπηρεσιών κατευθύνει τη ζήτηση στην καλύτερη δυνατή επένδυση οικονομικών πόρων και των μέσων παραγωγής (εργασία, έδαφος, κεφάλαιο) (συντονιστική, καθοδηγητική λειτουργία του ανταγωνισμού), ενώ επιτυγχάνεται μια ευελιξία στις μεταβαλλόμενες οικονομικές συνθήκες. Κατ' αυτό τον τρόπο αποφεύγεται σε μεγάλο βαθμό η ανορθολογική κατανομή

¹²Βλ απόφαση ΑΠ 2/1989 ΕΕμπΔ 1989, 657 με παρατηρ. Τζουγανάτου

¹³ Λιακοπουλος Αντ. (2010), «Η οικονομική ελευθερία», Εκδόσεις Σάκκουλας, σελ. 210

επενδυτικών πόρων, επιτυγχάνεται η επιθυμητή τεχνική πρόοδος με το χαμηλότερο δυνατό κόστος και η επαύξηση της απόδοσης σε μικρο και μακροοικονομικό επίπεδο (προωθητική λειτουργία).

Επίσης, παράλληλα ενισχύεται η κατανομή του εισοδήματος μεταξύ εκείνων των επιχειρήσεων από την πλευρά της προσφοράς, οι οποίες προσφέρουν τις καλύτερες παροχές κι έτσι αμείβονται για την καλύτερη απόδοσή τους.

Η κοινωνική συμβολή του ανταγωνισμού εμφανίζεται στην παροχή δυνατότητας δράσης και αντίδρασης και στις δύο πλευρές της αγοράς (προσφορά και ζήτηση) και κυρίως στην παρεμπόδιση του σχηματισμού και παγίωσης μεγάλης οικονομικής δύναμης μέσω της- κατά το δυνατόν- ομοιόμορφης κατανομής της δύναμης στο διαπλεκόμενο σύστημα κοινωνίας και οικονομίας. Γενικότερα, ο ανταγωνισμός είναι το πλέον αποτελεσματικό μέσο για να αποτρέψει σε μεγάλο βαθμό τη δημιουργία ή τη σταθεροποίηση οικονομικής δύναμης, η οποία απειλεί την ελευθερία των άλλων υποκειμένων στην αγορά.

Η οικονομική και κυρίως η κοινωνική διάσταση του ανταγωνισμού στηρίζει ιδεολογικά και δικαιολογεί δικαιιοπολιτικά το δίκαιο κατά των περιορισμών του ανταγωνισμού, τη διαδικασία της απορρύθμισης και ιδιωτικοποίησης και τη διεθνή τάση ανοίγματος των αγορών και εξάλειψης των εμποδίων στην κυκλοφορία κεφαλαίου και αγαθών. Στο θεσμικό επίπεδο συνέχεται στενότερα με τη συμβατική ελευθερία, δηλ. την ελευθερία που έχει κάθε υποκείμενο δικαίου να συνάψει ή να μη συνάπτει συναλλακτικές σχέσεις, με όποιον τρίτο επιθυμεί, όποτε θέλει και με οποιοδήποτε περιεχόμενο ή όρους.

Οι λειτουργίες του ανταγωνισμού αποκρυσταλλώνονται στο δικαιιοπολιτικό επίπεδο σε στόχους μιας πολιτικής ανταγωνισμού. Η διαφορετική αξιολόγηση των λειτουργιών αυτών χαρακτηρίζει τις πολυάριθμες οικολογικές προσεγγίσεις, ενώ εξηγεί τις συγκρούσεις μεταξύ των λειτουργιών αυτών και των στόχων της πολιτικής ανταγωνισμού, οι οποίες αντανακλώνται στο ιδεολογικό και δικαιολογητικό επίπεδο. Όλες έχουν μια περισσότερο ή λιγότερο σαφή ιδεολογική και δικαιολογητική διάσταση και κινούνται μεταξύ θεώρησης της ανταγωνιστικής διαδικασίας αποκλειστικά ή κυρίως υπό το

πρίσμα της οικονομικής αποτελεσματικότητας (efficiency) ή (και) υπό την οπτική γωνία της πραγμάτωσης ορισμένων βασικών κοινωνικοπολιτικών στόχων. Βέβαια στην πρακτική εφαρμογή το δίλημμα "ανταγωνισμός" ως το μόνο μοντέλο ή το κύριο μοντέλο επίτευξης της οικονομικής και κοινωνικής ευημερίας και όχι ως αυτοσκοπός, παίζει πολύ μικρότερο ρόλο από ό,τι στις θεωρητικές αντιπαραθέσεις.

1.8 ΤΙ ΑΠΑΓΟΡΕΥΕΙ Ο ΝΟΜΟΣ 703/1977

Καταρχάς, ο νόμος απαγορεύει τις συμφωνίες, αποφάσεις και οποιαδήποτε εναρμονισμένη πρακτική μεταξύ επιχειρήσεων οι οποίες έχουν ως αντικείμενο ή αποτέλεσμα την παρακώλυση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού. Επίσης, ο νόμος απαγορεύει την καταχρηστική εκμετάλλευση από την επιχείρηση της δεσπόζουσας θέσης επί του συνόλου ή μέρους αγοράς της χώρας.

Επιπλέον, ο νόμος απαγορεύει την καταχρηστική εκμετάλλευση από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις της σχέσης οικονομικής εξάρτησης στην οποία βρίσκεται προς αυτήν ή αυτές μία επιχείρηση, η οποία κατέχει θέση πελάτη ή προμηθευτή και δεν διαθέτει ισοδύναμη εναλλακτική λύση (Άρθρο 2 ν.703/1977).

1.9 ΤΙ ΕΠΙΤΡΕΠΕΙ Ο ΝΟΜΟΣ 703/1977

Ο νόμος επιτρέπει την «παράλληλη» συμπεριφορά μεταξύ των επιχειρήσεων, οι οποίες δρώντας ανεξάρτητα προσαρμόζουν την εμπορική πολιτική τους στα δεδομένα της αγοράς. Έτσι, π.χ. η αύξηση ή μείωση των τιμών ύστερα από αύξηση ή μείωση των τιμών των ανταγωνιστών, ως αποτέλεσμα συμμόρφωσης με τη δομή της αγοράς που πηγάζει από ανεξάρτητη εμπορική πολιτική είναι νόμιμη.

Επίσης, ο νόμος επιτρέπει την ύπαρξη μονοπωλίων ή ολιγοπωλίων, όπως εξάλλου και τη δεσπόζουσα θέση μίας επιχείρησης ή περισσοτέρων (συλλογική δεσπόζουσα θέση) σε μία αγορά, σε αντίθεση με την κατάχρησή της, η οποία ρητώς απαγορεύεται.

1.10 ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Αρμόδιο όργανο στην Ελλάδα για τη διασφάλιση της τήρησης των συνθηκών ανταγωνισμού και του ελέγχου αντια ανταγωνιστικών πρακτικών είναι η Επιτροπή Ανταγωνισμού, η οποία αποτελεί και μία από τις ανεξάρτητες διοικητικές αρχές¹⁴. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού δημιουργήθηκε το 1977, αλλά πήρε τη σημερινή της μορφή μόλις το 1995 στα πρότυπα των πολύ παλαιότερων Αρχών Ανταγωνισμού των ΗΠΑ και της Ευρώπης. Λειτουργεί σαν μια ανεξάρτητη αρχή και είναι αρμόδια για την τήρηση των διατάξεων του ανταγωνισμού. Η Επιτροπή είναι ενδεκαμελής, και τα μέλη της διορίζονται από τον Υπουργό Ανάπτυξης για τριετή θητεία, ενώ απαρτίζεται από άτομα που έχουν γνώση και εμπειρία σε θέματα ανταγωνισμού, έναν ανώτατο Δικαστή ή σύμβουλο του Νομικού Συμβουλίου του Κράτους καθώς και εκπροσώπους φορέων (Ο.Κ.Ε., ΣΕΒ, ΓΕΣΕΒΕ και ΕΣΕΕ)¹⁵. Τα μέλη της απολαμβάνουν πλήρους ανεξαρτησίας κατά την άσκηση των αρμοδιοτήτων τους και δεσμεύονται μόνο από το νόμο και τη συνείδησή τους. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού εποπτεύεται μόνο από τον Υπουργό Εμπορίου. Ο Πρόεδρος της Επιτροπής Ανταγωνισμού και ο αναπληρωτής του, ορίζεται από τον Υπουργό Εμπορίου και είναι άτομα εκ των μελών της Επιτροπής. Το έργο της συνεπικουρείται από τη Γραμματεία, η οποία εισηγείται τις υποθέσεις στην Επιτροπή και στην οποία συμμετέχουν και Νομικοί και Οικονομολόγοι. Η επιτροπή αυτή έχει διοικητική αυτοτέλεια. Ο

¹⁴ Αρ. 101 Συντάγματος. Βλ. και ιστότοπο Επιτροπής Ανταγωνισμού σε: <http://www.epant.gr/category.php?Lang=gr&id=5>

¹⁵ Σημειώνεται ότι σημερινός Πρόεδρος της Επιτροπής Ανταγωνισμού είναι ο Αντιπρόεδρος του Αρείου Πάγου επί τιμή, κ. Δημήτρης Κυριτσάκης. Βλ. <http://www.epant.gr/content.php?Lang=gr&id=17>

νομοθέτης την έχει εξοπλίσει με ευρείες εξουσίες ελέγχου για τη διαπίστωση παραβάσεων.

Τα στελέχη της Επιτροπής δύνανται να ενεργήσουν κατόπιν καταγγελίας από οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο ή και αυτεπαγγέλτως. Μπορούν να ζητούν πληροφορίες από τις επιχειρήσεις και να διεξάγουν έρευνες. Ιδίως έχουν αρμοδιότητα να¹⁶: α) αποφασίζουν αν είναι ισχυρές οι απαγορευμένες από το νόμο συμπράξεις, β) πιστοποιούν ότι δεν υφίσταται παράβαση των διατάξεων του νόμου όπως αυτός ορίζει, γ) απαγορεύουν την πραγματοποίηση συγκέντρωσης επιχειρήσεων που γνωστοποιείται σε αυτή από το νόμο με τη μορφή κάποιας καταγγελίας. Αν η συγκέντρωση περιορίζει σημαντικά τον ανταγωνισμό και σε περίπτωση που έχει πραγματοποιηθεί κατά παράβαση των διατάξεων, λαμβάνει τα οριζόμενα από το νόμο μέτρα, δ) απειλούν και επιβάλλουν τα πρόστιμα, τις χρηματικές ποινές και τις άλλες προβλεπόμενες από το νόμο κυρώσεις, ε) λαμβάνουν ασφαλιστικά μέτρα, στ) ελέγχουν τα βιβλία και τα αρχεία της επιχείρησης, καθώς και κάθε είδους έγγραφα, σημειώσεις, αρχεία ηλεκτρονικών υπολογιστών, μαγνητοταινίες κ.λπ., τα οποία βρίσκονται στα γραφεία της επιχείρησης και λαμβάνουν φωτοτυπίες ή αποσπάσματα από αυτά, ζ) ζητούν επιτόπου εξηγήσεις, καταγράφουν απαντήσεις και λαμβάνουν καταθέσεις η) διατυπώνουν γνώμη επί θεμάτων ανταγωνισμού και επί προτάσεων τροποποίησης του παρόντος νόμου και θ) ελέγχουν όλους τους χώρους της επιχείρησης, μεταφορικά μέσα, κλπ, καθώς και την οικία των επιχειρηματιών και γενικά των εντεταλμένων τη διοίκηση ή διαχείριση προσώπων, καθώς και των υπαλλήλων των επιχειρήσεων.

Κατά την διεξαγωγή της έρευνας για τον εντοπισμό αντιαγωνιστικών πρακτικών ιδιαίτερος επιλήψιμα έγγραφα θεωρούνται: συμβάσεις, σχέδια συμβάσεων, αλληλογραφία (fax, telex, e-mails κ.α.) ή και σημειώσεις στελέχους (χειρόγραφες ή δακτυλογραφημένες σε ηλεκτρονικό υπολογιστή), από τα οποία συνάγεται συμφωνία ή απόφαση ή εναρμονισμένη πρακτική μεταξύ επιχειρήσεων που αφορούν σε καθορισμό τιμών, πελατών, εμπορικής πολιτικής (π.χ. εκπτώσεις), ανταλλαγή πληροφοριών, καταμερισμό αγορών

¹⁶ Αναγνωστόπουλος Α. (2005) Εμπορικό Δίκαιο σελ. 109

κ.λπ. Επίσης, επιλέξιμες ενέργειες θεωρούνται η συμμετοχή σε συσκέψεις με ανταγωνιστές ή σε κλαδικές ενώσεις, οι τηλεφωνικές ή ηλεκτρονικές επικοινωνίες με αντικείμενο τα πιο πάνω θέματα κ.λπ.

Με τον ν.2837/00 η Επιτροπή απέκτησε και οικονομική αυτοτέλεια. Στο πλαίσιο αυτό, οι οικονομικοί της πόροι προέρχονται από την επιβολή ενός ανταποδοτικού τέλους ύψους ενός τοις χιλίοις επί του ιδρυτικού κεφαλαίου ή επί του ποσού της αύξησης του κεφαλαίου ανωνύμων εταιρειών.

1.10.1 Συστάσεις προς τα στελέχη των επιχειρήσεων

Σε περίπτωση που ανακύπτει οποιαδήποτε αμφιβολία ως προς τη νομιμότητα ή μη μίας συμφωνίας ή συνεννόησης με ανταγωνιστή ή ως προς τη χάραξη μίας εμπορικής πολιτικής, μπορεί η επιχείρηση που θεωρείται ότι θήγεται, να ζητείται εκ των προτέρων τη νομική συνδρομή της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Επίσης, για να αποφευχθεί οποιαδήποτε σύγχυση και κίνδυνος να θεωρηθεί ότι η επιχείρηση προβαίνει σε πράξεις που περιορίζουν τον ανταγωνισμό, ειδικά όσον αφορά σε έγγραφα που συντάσσει ή λαμβάνει το προσωπικό της εταιρείας και αναφέρονται στην εμπορική της πολιτική ή στις συνθήκες της αγοράς, πρέπει να αποφεύγονται λέξεις όπως «εμπιστευτικό», «όχι φωτοτυπίες», «αποκλείω», «επιβάλλω», «περιορίζω», εκφράσεις όπως «συνεννοήθηκε ή συμφωνήθηκε η χάραξη κοινής στρατηγικής», «συνάντηση με ανταγωνιστές», «τιμή κάτω του κόστους», «ειδικές τιμές», «υποτίμηση», «ειδική έκπτωση», «αποκλειστικός πελάτης», «πιστός πελάτης», «κατανομή αγορών ή πελατών».

Επίσης, όπου γίνεται αναφορά σε τιμές ή άλλα στοιχεία ανταγωνιστών (π.χ. μερίδια αγοράς κλπ), πρέπει να αναφέρεται ότι τα στοιχεία βασίζονται σε επίσημα στατιστικά στοιχεία, ανακοινώσεις των επιχειρήσεων και πληροφορίες στελεχών, έτσι ώστε να μη δίνεται η εντύπωση ότι υπάρχει ανταλλαγή πληροφοριών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΑΘΕΜΙΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Συνάδει με την ανθρώπινη φύση να προσπαθεί ο άνθρωπος να μεγιστοποιήσει το όφελός του με μεθόδους οι οποίες δεν είναι πάντοτε ηθικές και συνεπώς είναι φυσικό να υπήρχαν αθέμιτες πρακτικές από την απαρχή των οικονομικών συναλλαγών σε κάθε ανθρώπινη κοινωνία. Χρειάστηκε η παρέμβαση της κρατικής εξουσίας για να απαγορευτούν οι ανήθικες πρακτικές στο εμπόριο.

Για παράδειγμα, στους λεγόμενους κώδικες του βαβυλώνιου βασιλιά Χαμουραμπί (κατά τη δεύτερη χιλιετηρίδα), υπήρχαν διατάξεις απαγορευτικές του αθέμιτου ανταγωνισμού, κυρίως για την προστασία του καταναλωτή.. Οι νομοθετικές όμως προσπάθειες ήταν και παρέμειναν περιστασιακές.

Κατά το μεσαίωνα, όπου το εμπόριο και η βιοτεχνία δεν είχαν σημαντική ανάπτυξη αλλά είχαν τοπικό χαρακτήρα, η μέθοδος που ακολουθείτο για την πρόληψη και καταστολή του αθέμιτου ανταγωνισμού ήταν η εποπτεία και ο πειθαρχικός έλεγχος που ασκούσαν από τις συντεχνίες και τα μέλη τους.

Μόνο μετά τη Γαλλική επανάσταση του 1789, οπότε και καταργήθηκαν οι συντεχνίες, καθιερώθηκε η ελευθερία του εμπορίου και της εργασίας και κρίθηκε αναγκαία η θέσπιση διατάξεων κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού.

Στη Γερμανία, εκδόθηκε ο νόμος του 1896 για την καταπολέμηση του αθέμιτου ανταγωνισμού, ο οποίος όμως αποδείχθηκε ατελής κατά την εφαρμογή του, καθώς περιείχε απαγορεύσεις που παρείχαν περιθώρια

καταστρατηγησής του από τους παραγωγούς και τους εμπόρους. Έτσι, ο νόμος αυτός αναθεωρήθηκε με τον μεταγενέστερο του 1909, ο οποίος περιέλαβε γενική διάταξη με την οποία απαγορεύτηκαν όλες οι περιπτώσεις αθέμιτου ανταγωνισμού.

Στην Ελλάδα, με νόμο του 1892, απαγορεύτηκαν για πρώτη φορά οι ανακριβείς δηλώσεις στο εμπόριο της σταφίδας, σχετικά με την προέλευσή της. Βέβαια, η συστηματοποίηση της προστασίας κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού έγινε το 1914 με το νόμο 146 περί αθέμιτου ανταγωνισμού, ο οποίος αποτελεί και τον πυρήνα της παρούσας εργασίας.

2.1. ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

“Απαγορεύεται κατά τις εμπορικές, βιομηχανικές ή γεωργικές συναλλαγές, κάθε πράξη που γίνεται με σκοπό ανταγωνισμού και η οποία αντίκειται στα χρηστά ήθη. Ο παραβάτης δύναται να εναχθεί για παράλειψη και ανόρθωση της προσγενόμενης ζημίας. “

Με τον όρο, δηλαδή, “Αθέμιτος Ανταγωνισμός” χαρακτηρίζεται το σύνολο των μεθόδων εκείνων εμπορικού ανταγωνισμού που τιμωρούνται από το νόμο, όταν στη προσπάθεια προσέλκυσης καταναλωτικού κοινού χρησιμοποιούνται δόλια μέσα, όπως η απομίμηση ονόματος ή εμπορικού σήματος, η δυσφήμιση ανταγωνιστών ή προϊόντων τους, οι παραπλανητικές διαφημίσεις κ.ά.

Στην Ελλάδα, η καταπολέμηση του αθέμιτου ανταγωνισμού επιδιώχθηκε πρώτα από τον Νόμο 146/1914, που αποτελούσε ακριβή μετάφραση του αντίστοιχου γερμανικού νόμου του 1909 περί αθέμιτου ανταγωνισμού και ξεκινά στο άρθρο 1 με μια γενική διάταξη που αποσκοπεί να συμπεριλάβει όλες τις περιπτώσεις αθέμιτου ανταγωνισμού ώστε να καλύψει τα κενά που ενδεχομένως αφήνουν οι ειδικότερες περιπτώσεις που περιλαμβάνονται στις επόμενες διατάξεις του νόμου.

Παρόλο που αυτός είναι ο κύριος σκοπός της γενικής διάταξης του άρθρου 1, γίνεται δεκτό στη νομική επιστήμη και στη νομολογία των δικαστηρίων, ότι η γενική αυτή διάταξη εφαρμόζεται παράλληλα με τις ειδικές απαγορεύσεις των επόμενων άρθρων του νόμου. Έτσι, λοιπόν, κάθε παράβαση οποιασδήποτε από τις ειδικές διατάξεις – απαγορεύσεις, παραβιάζει επίσης και τη γενική διάταξη του άρθρου 1.

Η ύπαρξη της γενικής ρήτρας του άρθρου 1 του ν.146/14 είναι αναγκαία, γιατί είναι αδύνατη η πρόβλεψη εκ των προτέρων όλων των καταχρήσεων που είναι δυνατόν να εμφανιστούν στον ανταγωνισμό, παρέχεται δε έτσι η εξουσία στον δικαστή να διαπλάσει κανόνες συμπεριφοράς στον ανταγωνισμό

και να προσδώσει στη γενική ρήτρα το αναγκαίο περιεχόμενο για την εφαρμογή του δικαίου.

2.2. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ Ν. 146/14

Το δίκαιο του αθέμιτου ανταγωνισμού αποτελεί «εξωτερικό δίκαιο» της επιχείρησης με την έννοια ότι ρυθμίζει τις εξωτερικές, δηλ. τις προς τρίτους εκφάνσεις της οικονομικής, επιχειρηματικής δράσης της επιχείρησης¹⁷. Δεν ενδιαφέρει, άμεσα τουλάχιστον, η παραγωγή ενός προϊόντος αλλά η προσφορά, η κυκλοφορία ή η διαφήμιση αυτού ή μιας υπηρεσίας με οιοδήποτε τρόπο στην αγορά, δηλ. στους αποδέκτες (καταναλωτές και μη). Κατά γενική άποψη ο κλάδος του αθέμιτου ανταγωνισμού εισάγει ειδικές περιπτώσεις αδικοπραξίας σε σχέση με τη γενική αδικοπρακτική ευθύνη του άρθρου 914 ΑΚ¹⁸.

Όμως, ο σκοπός του έχει απελευθερωθεί πλέον από την ιστορική σύλληψη του ως σύστημα ειδικής αδικοπρακτικής ευθύνης των εμπόρων¹⁹. Από δίκαιο αδικοπρακτικής συμπεριφοράς των εμπόρων έχει μεταβληθεί σε δίκαιο συμπεριφοράς των επιχειρήσεων στην αγορά²⁰.

Πρόκειται για τη λεγόμενη λειτουργική μεταβολή του δικαίου του αθέμιτου ανταγωνισμού από δίκαιο που προστατεύει τα στενά, ατομικά συμφέροντα

¹⁷ Υπό τη σκοπιά αυτή έχει το γενικό χαρακτηριστικό του Εμπορικού Δικαίου, το οποίο χαρακτηρίζεται ως «εξωτερικό δίκαιο» της επιχείρησης λόγω της ανωτέρω διάστασής του, βλ *Περάκη*, Γενικό μέρος σελ. 23 αρ. 62.

¹⁸ *Γεωργακόπουλος, Περάκης*, Αθέμιτος ανταγωνισμός, σελ. 11 αρ. 29' *Λιακόπουλος*, Η οικονομική ελευθερία Βλ. και τη δικονομική διάταξη του άρθρου 19 ν. 146 σύμφωνα με την οποία οι αξιώσεις για παράλειψη και αποζημίωση εισάγονται ως εμπορικές υποθέσεις ενώπιον του αρμοδίου πρωτοδικείου, η οποία κατά γενική άποψη θεωρείται ότι εισάγει την εμπορικότητα της σχετικής αδικοπραξίας ακόμα και αν υποκείμενό της είναι μη έμπορος, *Γεωργακόπουλος*, Η νομική φύσις του αθέμιτου ανταγωνισμού, ΕΕμπΔ 1954, 121' *Περάκης*, Γενικό μέρος 207 αρ. 2.

¹⁹ υπό την οπτική αυτή γωνία ακολουθεί την εξέλιξη του κλασσικού εμπορικού δικαίου σε δίκαιο επιχειρήσεων.

²⁰ Τούτο συνέβαινε ήδη από τη θέσπιση του, εφόσον εφαρμόζεται και σε μη εμπορικές συναλλαγές, όπως είναι οι γεωργικές (άρθρο 1 ν. 146) και κατά την ορθότερη άποψη και σε ελεύθερους επαγγελματίες

των ανταγωνιστών και σε δίκαιο προστασίας υπερατομικών συμφερόντων²¹, Το αντικείμενό του έγκειται πλέον στη προστασία των συμφερόντων των ανταγωνιστών, της δομής του ανταγωνισμού μέσω της προστασίας της ολότητας, αλλά και των συμφερόντων των καταναλωτών²², αν και η ένταση της προστασίας ποικίλλει στις διάφορες διατάξεις.

Ως λειτουργική μεταβολή θεωρείται η προσαρμογή ενός κανόνα δικαίου ή και ενός θεσμού, ο οποίος μεταβάλλει το σκοπό του και αναπτύσσει στο μεταβλημένο οικονομικό, κοινωνικό περιβάλλον επιπρόσθετες λειτουργίες και σκοπούς, οι οποίοι καθιστούν δυνατή την «επιβίωσή» χωρίς καμία νομοθετική μεταβολή. Η χρήση γενικών ρητρών, όπως εκείνη των χρηστών ηθών, είναι κατεξοχήν μέσα υλοποίησης της λειτουργικής μεταβολής.

Πρόκειται για έννοιες οι οποίες κατά γενική άποψη ερμηνεύονται ευρύτατα, έτσι ώστε να συμπεριλάβουν κάθε αγαθό ή υπηρεσία που έχει οικονομική και συνεπώς ανταγωνιστική αξία στις συναλλαγές ή θεωρείται από τις συναλλαγές στοιχείο της επιχείρησης (προϊόντα, υπηρεσίες, διαφημιστικές ιδέες, συστήματα διανομής, καλή φήμη, άδειες εκμετάλλευσης άυλων αγαθών, εμπιστευτικές πληροφορίες, ελπίδα κέρδους, δικαιώματα βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας, αξιόγραφα κλπ.)²³.

Ειδικά η έννοια του εμπορεύματος είναι χειραφετημένη από την έννοια των εμπορευμάτων υπό το β.δ. 2/14 Μαΐου 1835 «περί αρμοδιότητας των εμποροδικείων» και ακολουθεί το σκοπό του ν. 146/1914 χωρίς να λαμβάνει υπόψιν της την αντίστοιχη έννοια σε άλλους νόμους (λχ. ν. 2139/1994 περί σημάτων). Είναι ανεξάρτητη από την αξία ή το σπάνιο του εμπορεύματος και κατά την ορθότερη άποψη περιλαμβάνει ακίνητα καθώς και δικαιώματα. Στην έννοια της βιομηχανικής εργασίας δεν υπάγεται ωστόσο η δημιουργική,

²¹ Βλ. *Περάκη*, Αθέμιτος ανταγωνισμός σελ. 16 επ. αρ, 51 επ: *Μαρίνο*, ΔΕΕ 1999, 271' *Κοτσίρη*, Αρμ. 1975, 649' *Αλεξανδρίδου* παντού' *Λιακόπουλο*, Η οικονομική ελευθερία

²³ *Μαρίνος*, "Αθέμιτος ανταγωνισμός", άρθρο 2, αρ. 1 επ. με παραπομπές.

καλλιτεχνική ή εφευρετική δραστηριότητα, επειδή δεν αποτελεί παροχή στις επιχειρηματικές συναλλαγές.

2.3. ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ ΠΕΡΙ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Στις εμπορικές, βιομηχανικές και γεωργικές συναλλαγές η ύπαρξη της ανταγωνιστικής πρόθεσης τεκμαίρεται. Πρόκειται για τεκμήριο πραγματικό, που δεν προβλέπεται μεν από το νόμο, αλλά που επιβάλλει η κοινή αντίληψη ότι, κατά κανόνα, όπου υπάρχει το στοιχείο της ανταγωνιστικής σχέσεως εκεί θα υπάρχει και πρόθεση ανταγωνισμού. Εναπόκειται σε εκείνον που διενεργεί την ανταγωνιστική πράξη να ανατρέψει το τεκμήριο αυτό.

Στις συναλλαγές του άρθρου 1 ν. 146/1914 πρέπει να περιληφθούν και οι βιοτεχνικές, χειροτεχνικές και κτηνοτροφία.

Από τη γενική ρήτρα καταλαμβάνονται και πράξεις του Δημοσίου και νπδδ, οι οποίες τελούνται στο πλαίσιο των σχετικών συναλλαγών.

Σύμφωνα με την κρατούσα άποψη δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της διάταξης του άρθρου 1 του ν. 146/14 οι πράξεις των ελεύθερων επαγγελματιών, οι οποίοι δεν είναι έμποροι.

Η πράξη ανταγωνισμού δεν είναι απαραίτητο να τελείται από πρόσωπο που μετέχει στον ανταγωνισμό αλλά μπορεί να τελείται και από τρίτο, μη ανταγωνιστή, ο οποίος και ενεργεί προς το συμφέρον του συναγωνιζόμενου. Γίνεται δεκτό ότι η έλλειψη σχέσης ανταγωνισμού μερών που ανήκουν σε διαφορετικές οικονομικές βαθμίδες, αποκλείει την εφαρμογή του ν. 146/14. Είναι σαφές ότι και μόνο λόγω του περιορισμού αυτού καμία σχεδόν περίπτωση διακριτικής μεταχείρισης δεν εμπίπτει στις διατάξεις του ν. 146/14, δεδομένου ότι η συμπεριφορά αυτή αφορά κατά κανόνα σε κάθετες σχέσεις (βιομηχάνων και χονδρεμπόρων, χονδρεμπόρων και λιανέμπωρων), που δεν είναι σχέσεις ανταγωνισμού. Εν τούτοις, υπάρχει πλέον η τάση ευρείας και δυναμικής ερμηνείας της «πράξης ανταγωνισμού» του άρθρου 1 του ν

146/14, ούτως ώστε να περιλαμβάνονται και εκείνες οι αντίθετες προς τα χρηστά ήθη πράξεις παρεμποδιστικού χαρακτήρα, που ενεργούνται μεταξύ προσώπων, που δεν συνδέονται με σχέση ανταγωνισμού. Αρκεί ότι η πράξη ενεργείται προς το συμφέρον τρίτων, ανταγωνιστών αυτού κατά του οποίου στρέφεται ο μετερχόμενος την αθέμιτη πράξη. Για την κατάφαση της σχέσης ανταγωνισμού αρκεί η πρόθεση ενισχύσεως του ξένου ανταγωνιστού.

Συνεπώς το άρθρο 1 του ν. 146/14 δύνανται να παραβούν και πρόσωπα που δεν είναι έμποροι, βιομήχανοι ή γεωργοί, όπως π.χ. τρίτοι που ενεργούν κατ' εντολή ενδιαφερομένου, προστηθέντες και όργανα φυσικών ή νομικών προσώπων, όπως π.χ. εργατοϋπάλληλοι επιχειρήσεως και οι κατά νόμο υπεύθυνοι τύπου, εφόσον ενεργούν με σκοπό την ενίσχυση της οικονομικής επιτυχίας ορισμένου ανταγωνιστή. Ένας επαγγελματίας λειτουργεί ανταγωνιστικά όχι μόνον όταν ενεργεί με πρόθεση να διευρύνει τη δική του πελατεία, αλλά και όταν ενεργεί με πρόθεση να διευρύνει την πελατεία ενός τρίτου.

Οι προϋποθέσεις για την εφαρμογή της διατάξεως του άρθρου 1 ν. 146/1914 είναι οι εξής: α) να πρόκειται για πράξη που τελέστηκε, κατά τη διενέργεια εμπορικών, βιομηχανικών ή γεωργικών συναλλαγών, β) η συγκεκριμένη πράξη που γίνεται να αντίκειται στα χρηστά ήθη και γ) να τελέστηκε αυτή με σκοπό τον ανταγωνισμό. Για την πλήρωση της υπό στοιχείο γ' προϋπόθεσης απαιτείται 1) η συμπεριφορά του ανταγωνιστή να είναι αντικειμενικά πρόσφορη να εξυπηρετήσει ανταγωνιστικό σκοπό, 2) να υπάρχει σχέση ανταγωνισμού είτε μεταξύ του πράττοντος και του θιγομένου ανταγωνιστή είτε αν ο πράττων δεν προωθεί ίδιο, αλλά ξένο ανταγωνισμό, μεταξύ του θιγομένου ανταγωνιστή και του τρίτου, υπέρ του οποίου διενεργείται η πράξη. Προκειμένου δε να υφίσταται σχέση ανταγωνισμού μεταξύ δύο προσώπων θα πρέπει αυτοί να έχουν τον ίδιο κύκλο πελατών και να κινούνται στην ίδια αγορά από άποψη τόπου και εμπορευμάτων ή υπηρεσιών και να υπάρχει πρόθεση ενίσχυσης του ιδίου ή ξένου ανταγωνισμού, χωρίς να απαιτείται πρόθεση βλάβης του ανταγωνιστή, ούτε ο σκοπός ανταγωνισμού να αποτελεί και το μοναδικό λόγο της τέλεσης της πράξης.

Ως πράξη νοείται συγκεκριμένη συναλλαγή και δεν αρκεί η έστω και εκδηλωμένη πρόθεση μελλοντικής διενέργειας μιας τέτοιας συναλλαγής.

Η πρόθεση ανταγωνισμού δεν είναι αναγκαίο να αποτελεί και τον αποκλειστικό σκοπό τέλεσης μιας πράξης. Η ενέργεια που γίνεται για την επίτευξη του ανταγωνιστικού σκοπού αποτελεί την «πράξη ανταγωνισμού». Η τελευταία προϋποθέτει την ύπαρξη σχέσης ανταγωνισμού. Πρόκειται για την κατάσταση έντασης που υφίσταται μεταξύ δύο τουλάχιστον ανταγωνιζομένων, οι οποίοι επιδιώκουν να προτιμηθούν τα εμπορεύματα ή οι υπηρεσίες τους από ένα πελάτη. Ουσιώδης προϋπόθεση δηλαδή για να υπάρχει σχέση ανταγωνισμού είναι η ύπαρξη του αυτού κύκλου πελατών.

Η έννοια των χρηστών ηθών δεν καθορίζεται από το νόμο, αλλά αφήνεται στο δικαστή να κρίνει μετά από επιμελή εκτίμηση κάθε συγκεκριμένης περίπτωσης. Κριτήριο για το χαρακτηρισμό μιας πράξης ως αντίθετης προς τα χρηστά ήθη αποτελούν οι περί κοινωνικής ηθικής αντιλήψεις του μέσου ανθρώπου, δηλαδή οι ιδέες του ορθά και δίκαια, με χρηστότητα και φρόνηση σκεπτόμενου ανθρώπου μέσα στο συναλλακτικό κύκλο, στον οποίο γίνεται η πράξη ή η χρησιμοποίηση μεθόδων και μέσων αντίθετων προς την ομαλή ηθικότητα των συναλλαγών, ακόμη και αν η πράξη από μόνη της αντιμετωπιζόμενη επιφανειακά ή μεμονωμένα φαίνεται θεμιτή και άψογη νομικά. Η ερμηνεία της έννοιας των χρηστών ηθών θα πρέπει να είναι προσανατολισμένη και στην προστασία του ανταγωνισμού ως πυρήνα του συστήματος της οικονομίας της αγοράς και γενικότερα της αγοράς του θεσμού. Έτσι ορισμένες πράξεις, όπως η μαζική διανομή δώρων ή η υποτίμηση ενδέχεται να κριθούν ως αθέμιτες βάσει των εικαζομένων αρνητικών επιπτώσεων τους στην δομή της αγοράς και στον ανταγωνισμό, αφού πρόκειται για πράξεις οι οποίες θεωρούνται ότι αντίκεινται στα χρηστά ήθη, ακριβώς διότι στρέφονται κατά του νομικώς (από το Σύνταγμα) προστατευόμενου πυρήνα της οικονομίας της αγοράς. Ιδιαίτερη θέση στην κλίμακα αξιών, από τις οποίες θα συναχθούν επιχειρήματα για την πλήρωση της αόριστης νομικής έννοιας των χρηστών ηθών κατέχει το γενικό συμφέρον, το συμφέρον της ολότητας. Για τον προσδιορισμό των χρηστών ηθών λαμβάνονται υπόψη οι διατάξεις του Κώδικα Δεοντολογίας ορισμένου

επαγγελματικού σωματείου, καθώς και οι νομοθετικές διατάξεις οργάνωσης και λειτουργίας του επαγγέλματος.

Στην έννοια του αθέμιτου ανταγωνισμού περιλαμβάνεται και η χρησιμοποίηση μέσων τέτοιων, κατά το είδος αυτών και το σκοπούμενο αποτέλεσμα, ώστε να απειλείται ο πληττόμενος από αυτά στην επαγγελματική του κατάσταση με την υπόσκαψη τελείως της οικονομικής του υπόστασης, έστω και αν η πράξη, επιφανειακά ή μεμονωμένα θεωρούμενη, φαίνεται θεμιτή ή νομικά άψογη.

2.4. ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΑΡΧΕΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Από τα ανωτέρω κριτήρια μπορεί να συναχθούν μερικοί κανόνες συμπεριφοράς των επιχειρήσεων στην αγορά. Αφορούν μορφές συμπεριφοράς που σχετίζονται:

- α. Με το μη αποδοτικό ανταγωνισμό
- β. Με την επιδιωκόμενη αλήθεια και σαφήνεια στις επιχειρηματικές δηλώσεις στην αγορά
- γ. Με την προστασία της προσωπικότητας του καταναλωτή
- δ. Με την προστασία του ανταγωνισμού ως θεσμού.

2.4.1 Μορφές του μη αποδοτικού ανταγωνισμού.

Αθέμιτη είναι η διεξαγωγή ανταγωνισμού με μέσα ξένα προς την ίδια παροχή. Γίνεται με δύο κυρίως τρόπους:

- α. με την παρεμπόδιση της πρόσβασης στην αγορά (πχ. εξοντωτική υποτίμηση, μπουκοτάζ και άλλες μορφές παρεμπόδισης), όπου η εμφάνιση της παροχής και της επιχειρηματικής απόδοσης του ανταγωνιστή καθίσταται ανέφικτη ή δυσχερής.
- β. με τη νόθευση της σύγκρισης παροχής και επιχειρηματικής απόδοσης με παραπλάνηση, άσκηση ψυχολογικής πίεσης στον καταναλωτή, προσωπική συγκριτική διαφήμιση, δυσφήμιση του ανταγωνιστή, εκμετάλλευση της φήμης

της επιχείρησης και των προϊόντων του για ίδιο σκοπό, πρόκληση κινδύνου σύγχυσης στην αγορά, οικειοποίηση επιχειρηματικών απορρήτων του ανταγωνιστή κλπ.

2.4.2 *Επιδιωκόμενη αλήθεια και σαφήνεια ως προς τις δηλώσεις στην αγορά.*

Οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις στην αγορά δεν πρέπει μόνον να εκφράζονται σαφώς στην αγορά (δυνατότητα αναγνώρισης της διαφήμισης) αλλά και να μην παραπλανούν τον αποδέκτη/καταναλωτή των προϊόντων/υπηρεσιών τους (αρχές της αλήθειας και της διαφάνειας της διαφήμισης) ή να προκαλούν σύγχυση στην αγορά. Ειδικά η αρχή της αλήθειας αποτελεί μια βασική αρχή του δικαίου του αθέμιτου ανταγωνισμού, που διατρέχει πολλές διατάξεις του (άρθρο 1, 3, 7 παραγρ.12 ν.703/77).

2.4.3 *Προστασία του ανταγωνισμού ως θεσμού*

Για την προστασία του ανταγωνισμού ως θεσμού πρέπει να αποφεύγεται κάθε πρακτική η οποία οδηγεί βραχυπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα στην παρακώλυση των βασικών λειτουργιών που επιτελεί ο ανταγωνισμός.

2.4.4 *Προστασία του καταναλωτή*

Να επιδεικνύεται σεβασμός της προσωπικότητας του καταναλωτή με την έννοια της αποφυγής μορφών και μεθόδων διαφήμισης και γενικότερα προώθησης προϊόντων που μειώνουν την ελευθερία επιλογής του στην αγορά.

2.5. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΘΕΜΙΤΩΝ ΠΡΑΞΕΩΝ

Υπό το ανωτέρω πρίσμα, οι πράξεις αθέμιτου ανταγωνισμού που έχουν απασχολήσει τη νομολογία στο πλαίσιο του άρθρου 1 ν. 146/14 μπορούν να υπαχθούν σε πέντε κατηγορίες πάνω στις οποίες μπορεί να στηριχθεί κάθε προσπάθεια περαιτέρω ομαδοποίησής τους. Έτσι διακρίνουμε τις παρακάτω κατηγορίες:

1. Πράξεις παρεμπόδισης των ανταγωνιστών, με αθέμιτα μέσα.

Εδώ εντάσσονται οι περιπτώσεις παρεμπόδισης απόκτησης πελατείας ενός ανταγωνιστή. Για παράδειγμα, κάποιος προσελκύει πελατεία μπροστά από το κατάστημα άλλου ανταγωνιστή. Επίσης μια άλλη περίπτωση είναι όταν κολλάει κάποιος τις αφίσες του πάνω σε αφίσες άλλων ανταγωνιστών.

Εδώ εντάσσεται και η περίπτωση της δόλιας υποτίμησης - μπουκοτάζ – το οποίο αποτελεί αθέμιτη ανταγωνιστική πράξη στην «επιθετική» του μορφή, δηλαδή δεν είναι μοναδικό μέσο άμυνας για την προάσπιση των νόμιμων και θιγόμενων δικαιωμάτων.

2. Πράξεις προσέλκυσης της πελατείας, με τις οποίες επιδιώκεται

να επηρεασθεί ο αγοραστής στην επιλογή του, από στοιχεία που δεν σχετίζονται με την καλή ποιότητα του εμπορεύματος. Εδώ εντάσσονται οι περιπτώσεις δελεασμού του πελάτη με διάφορα δώρα, λαχεία, εκπτώσεις κ.α. καθώς και της επίμονης ενόχλησης στο δρόμο, σε δημόσιους χώρους ή από το τηλέφωνο, αποστολή μη παραγγελθέντων προϊόντων κτλ.

Έτσι ο καταναλωτής ενδέχεται να οδηγηθεί στην αγορά κάποιου προϊόντος όχι επειδή πραγματικά το θέλει αλλά είτε του ασκείται ψυχική πίεση είτε υπερβολικός δελεασμός με διάφορους τρόπους. Τέτοιου είδους τρόποι μπορεί να είναι η παροχή διαφημιστικών δώρων, η διανομή δειγμάτων προς δοκιμή και πωλήσεις με προσελκυστικές προσφορές. Ο καταναλωτής μπορεί επίσης να αγοράσει ένα προϊόν γιατί η εντύπωση που του δημιουργείται είναι πολύ καλύτερη από το ίδιο το προϊόν στην πραγματικότητα. Με

αυτή την μέθοδο υποβλητικής διαφήμισης, ο καταναλωτής οδηγείται στην αγορά, χωρίς να το αντιλαμβάνεται.

Σε αυτές τις περιπτώσεις όπου η ανταγωνιστική συμπεριφορά είναι σύμφυτη προς τον ανταγωνισμό (όπως οι εκπτώσεις, η απομίμηση αποτελεσμάτων και παροχών ανταγωνιστών, η απόσπαση εργατικού δυναμικού ή πελατών), το αθέμιτο βασίζεται στη συνδρομή «ειδικών περιστάσεων», οι οποίες επιφέρουν την αλλαγή νομικής «ποιότητας», όπου οι καταρχήν θεμιτές αυτές πράξεις μετατρέπονται σε αθέμιτη υποτίμηση, σε παρασιτικό ανταγωνισμό ή σε δόλια, αθέμιτη απόσπαση εργατικού δυναμικού / πελατείας²⁴.

3. Πράξεις εκμετάλλευσης ξένης παροχής, όπως είναι για παράδειγμα η απομίμηση διαφήμισης ανταγωνιστή όταν έχει σαν σκοπό την πρόκληση σύγχυσης στους πελάτες. Επίσης, τέτοια περίπτωση εκμετάλλευσης έχουμε όταν προβάλλεται ένα αγαθό με τέτοιο τρόπο, ώστε να προκαλείται σύγχυση ως προς το τίνος προϊόν αφορά η διαφήμιση. Εδώ αναφερόμαστε στον λεγόμενο “παρασιτικό ανταγωνισμό”.

4. Πράξεις προβαδίσματος μέσω παράβασης νόμου ή κάποιας σύμβασης. Για παράδειγμα, εάν ο νόμος επιβάλλει τα καταστήματα να παραμείνουν κλειστά τις Κυριακές και κάποιος παραβιάσει το νόμο επιδιώκοντας με αυτό οικονομικό προβάδισμα απέναντι στους νομοταγείς ανταγωνιστές του.

Πράξεις διακινδύνευσης της αγοράς, όπου σε αυτή την κατηγορία εντάσσονται οι ανταγωνιστικές εκείνες πράξεις που έχουν ως αποτέλεσμα την κατάργηση αυτής καθεαυτής της ύπαρξης του ανταγωνισμού. Χαρακτηριστικό

²⁴ Σε αυτές θα πρέπει να αποφευχθεί η τακτική της λεκτικής «καταδίκης» ήδη με τον χαρακτηρισμό a priori μιας ανταγωνιστικής συμπεριφοράς ως «παραπτικού ή παρεμποδιστικού ανταγωνισμού» και με την αξιωματική χρησιμοποίηση του λογικού φαύλου κύκλου (<<η πράξη είναι αθέμιτη επειδή προσκρούει στα χρηστά ήθη>>), «επιχειρηματολογία» μερικών δικαστικών αποφάσεων.

παράδειγμα, η περίπτωση της καταχρηστικής εκμετάλλευσης της δεσπόζουσας θέσης μιας επιχείρησης, οπότε θα συντρέχουν και οι διατάξεις των Ν. 146/14 και Ν. 703/77.

Σε γενικές γραμμές, υπάρχουν περιπτώσεις αθέμιτου ανταγωνισμού που δεν προβλέπονται από ειδικές διατάξεις του Ν.146/14 και οι οποίες προσκρούουν στη γενική διάταξη του άρθρου 1 και είναι, ανάμεσα σε άλλες οι εξής:

α. Η υπερβολική μείωση των τιμών, που κάνει μια επιχείρηση με σκοπό να εξουθενώσει τις οικονομικά ασθενέστερες ανταγωνίστριες επιχειρήσεις και έπειτα μονοπωλώντας πλέον την αγορά να ανεβάσει τις τιμές (το λεγόμενο ντάμπινγκ – υποτίμηση).

β. Όταν οι τιμές έχουν καθοριστεί από το νόμο είτε με διάφορες αγορανομικές διατάξεις ή με συμφωνίες μεταξύ όλων των ανταγωνιστών και η επιχείρηση παρέχει εκπτώσεις ή επιστροφές μέρους του τμήματος σε πελάτες της.

γ. Η προσέλκυση πελατείας από την επιχείρηση με την εκμετάλλευση της φυσικής κλίσης πολλών ανθρώπων προς τα τυχερά παιχνίδια ή τις υποσχέσεις δώρων ή συμμετοχής σε διαγωνισμούς και κληρώσεις στους αγοραστές προϊόντων ή τους χρήστες των υπηρεσιών της.

Το αθέμιτο στις περιπτώσεις αυτές, έγκειται κυρίως στο ότι οι καταναλωτές υποχρεούνται συνήθως να αγοράσουν προηγουμένως κάποια προϊόντα και έτσι προβαίνουν στη συγκεκριμένη αγορά μόνο και μόνο για να συμμετάσχουν στο διαγωνισμό ή την κλήρωση, με συνέπεια να μην εξετάζουν την ποιότητα ή την τιμή του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Έτσι λοιπόν, κάθε διαφήμιση που προκαλεί υπερβολικό δელεασμό προς αγορά και εκμεταλλεύεται κατά τρόπο ανάρμοστο την τάση του κοινού για εύκολο κέρδος και τυχερά παιχνίδια θεωρείται αθέμιτη.

δ. Επίσης, αθέμιτη πράξη θεωρείται η υπόσχεση της παροχής δώρων ή υπηρεσιών σε όποιον αγοράζει εμπορεύματα ή προμηθεύεται υπηρεσίες ορισμένης αξίας από μια επιχείρηση. Οι επιπρόσθετες παροχές έγιναν αντικείμενο μεγάλης διαμάχης στη θεωρία και τη νομολογία. Βασικά, γίνεται δεκτό ότι δεν απαγορεύονται (οι επιπρόσθετες παροχές) όταν είναι μικρής

αξίας σε σχέση με την κύρια παροχή. Επίσης, θεωρείται ότι δεν αποτελεί απαγόρευση αν το δώρο είναι σχετικό με το προϊόν.

Η φιλοσοφία που διέπει τις πρόσθετες παροχές, είναι να μη δελεάζεται υπερβολικά ο καταναλωτής από την πρόσθετη παροχή, έτσι ώστε στη συνείδησή του, η πρόσθετη παροχή να αποτελεί το κύριο σε σχέση με το διαφημιζόμενο προϊόν. Επομένως, η πρόσθετη παροχή αποτελεί μια μορφή διαφήμισης.

ε. Επιπλέον, αθέμιτες ανταγωνιστικές πράξεις θεωρούνται οι λεγόμενες συνδυασμένες πωλήσεις, όταν δύο προϊόντα πωλούνται σε μια ενιαία τιμή και τα δύο, χωρίς να μπορεί να ξεχωρίσει ο καταναλωτής την τιμή του καθενός προϊόντος. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ένα καλάθι με διάφορα ποτά, ξηρούς καρπούς και ποτήρια. Εδώ γίνεται λόγος για καλυμμένη συνδυασμένη πώληση.

2.5.1 Κριτήρια και στοιχεία

Κατά τη διαδικασία ελέγχου και εκτίμησης μιας αθέμιτης συμπεριφοράς λαμβάνονται υπόψιν κάποια κριτήρια και στοιχεία²⁵. Υπάρχουν ειδικές περιστάσεις με αντικειμενικά και υποκειμενικά στοιχεία.

Οι ειδικές περιστάσεις της κάθε συγκεκριμένης περίπτωσης (αντικειμενικά και υποκειμενικά στοιχεία) έχουν κεφαλαιώδη σημασία. Πρώτα εξετάζονται τα ειδικά αντικειμενικά στοιχεία που αφορούν στην πράξη (πχ. διάρκεια, βαρύτητα, υφή, χωρική διάσταση κλπ.), μετά τα γενικά αντικειμενικά στοιχεία (τρόπος διανομής, δομή της αγοράς, φύση του προϊόντος κλπ) και τέλος τα υποκειμενικά στοιχεία.

Κεντρικό ερώτημα είναι αν θα λάβει κανείς υπόψιν του την οικονομική δύναμη της επιχείρησης, εφόσον οι επιπτώσεις της ανταγωνιστικής πράξης στη δομή της αγοράς εξαρτώνται και από την οικονομική δύναμη και το μέγεθος της προσβάλλουσας επιχείρησης. Είναι δυνατόν η ίδια συμπεριφορά που γίνεται από μια επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση σε μια ολιγοπωλιακή

²⁵ Αντιπροσωπευτικά ΜΠρΠατρ 1639/1999, ΔΕΕ 1999, 866' Ρόκας31.

αγορά να θεωρηθεί ως αθέμιτη (πχ. η πώληση κάτω του κόστους)²⁶, ενώ αν γίνεται από μικρή επιχείρηση στα πλαίσια μιας ανταγωνιστικής αγοράς ενδέχεται να κριθεί ως θεμιτή. Το ότι η οικονομική δύναμη της επιχείρησης θα πρέπει να ληφθεί υπόψιν κατά τη γενική εκτίμηση των στοιχείων που απαιτεί η διερεύνηση του αθέμιτου είναι αναμφισβήτητο, καθώς χρωματίζει έντονα την έκταση και ένταση της ανταγωνιστικής ενέργειας. Αυτό απορρέει και από τη διαλεκτική σχέση των ν. 146/14 και ν. 703/77 αλλά και τους σκοπούς του νόμου κατά του αθέμιτου ανταγωνισμού²⁷. Ωστόσο η οικονομική δύναμη δεν παύει να αποτελεί ένα ενδεικτικό, συνοδευτικό κριτήριο ανάμεσα στα άλλα και σε καμία περίπτωση το μοναδικό.

Γνώση της πλήρωσης των πραγματικών περιστατικών, τα οποία κατά αντικειμενική κρίση προσδίδουν τον αθέμιτο χαρακτήρα δεν απαιτείται για να θεμελιωθεί το αθέμιτο²⁸, ούτε απαιτείται ο πράττων να έχει συνείδηση ή γνώση του αθέμιτου χαρακτήρα της πράξης του. Η υπαιτιότητα είναι νομικά αδιάφορη, απαιτείται δε για να γεννηθεί αξίωση αποζημίωσης και όχι παράλειψης και άρσης της προσβολής.

2.6 ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΕΣ Η ΎΠΟΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ

Οι πραγματικές ή υποθετικές επιδράσεις στην αγορά, στη δομή του ανταγωνισμού και στους τρίτους (άλλους ανταγωνιστές, καταναλωτές) έχουν καθοριστική σημασία²⁹.

Η διακινδύνευση της δομής του ανταγωνισμού ως θεσμού και ενός ολόκληρου οικονομικού κλάδου αποτελούν στοιχεία που λαμβάνονται υπόψιν,

²⁶ Πρβλ. *Λιακόπουλο*, ΔΕΕ 1998,568' *Περάκη*, Γενικό μέρος 14αρ. 37.

²⁷ Βλ. *Περάκη*, "Αθέμιτος ανταγωνισμός" σελ. 18

²⁸ *Τσιμπανούλης*, "Αθέμιτος ανταγωνισμός", σελ. 62

²⁹ Ενδεικτικά ΜΠρΑθ 6317/2000, ΔΕΕ 2000. 1000 επ., ΠΠρΑθ 97/1986. ΕΕμπΔ 1986. 711. Δεν λαμβάνεται ωστόσο υπόψιν το νόμιμο ή μη της λειτουργίας της προσβαλλόμενης επιχείρησης για αυτό το αμφισβητούμενο θέμα βλ. *Μαρίνο*. ΕΕμπΔ 1993.501.

χωρίς η δυνατότητα εκτόπισης μεγάλου αριθμού ή όλων των ανταγωνιστών από την αγορά να είναι σε θέση να θεμελιώσει από μόνη της τον αθέμιτο χαρακτήρα της πράξης, εφόσον δεν χρησιμοποιούνται μέσα ξένα προς τον αποδοτικό ανταγωνισμό.

Το αθέμιτο κατά κανόνα θεμελιώνεται σε συνδυασμό με τα μέσα και τις επιπτώσεις της υπό κρίση ανταγωνιστικής συμπεριφοράς, όπως συνάγονται από τη γενική θεώρηση της πράξης μέσα στη σχετική αγορά που αυτή τελείται.

Η χρησιμοποίηση αθέμιτων ανταγωνιστικών μέσων είναι ικανή να θεμελιώσει μόνη της το αθέμιτο. Μπορεί όμως σε ορισμένες εκφάνσεις παρεμποδιστικού και παρασιτικού ανταγωνισμού η πρόθεση εκτόπισης και βλάβης του ανταγωνιστή ή εκμετάλλευση της καλής φήμης του ή των προϊόντων του να αποτελεί το στοιχείο που προσδίδει τον αθέμιτο χαρακτήρα αλλάζοντας τη «νομική ποιότητα» μιας καταρχήν νόμιμης ανταγωνιστικής πράξης (πχ. υποτίμηση, παρεμπόδιση στην αγορά, εκμετάλλευση φήμης διακριτικού γνωρίσματος μέσα από συγκριτική διαφήμιση).

Το γεγονός και μόνον ότι μια πράξη ανταγωνισμού έχει δυσμενείς οικονομικές συνέπειες στους ανταγωνιστές δεν αρκεί για να την χαρακτηρίσει ως αθέμιτη³⁰. Μόνον κατ' εξαίρεση η αντίθεση στα χρηστά ήθη θεμελιώνεται στις δυσμενείς συνέπειες της ανταγωνιστικής πράξης στο θεσμό του ανταγωνισμού.

2.7. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΘΕΜΙΤΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ

Η εξειδίκευση της γενικής ρήτηρας των χρηστών ηθών, όπως κάθε γενικής ρήτηρας, οδηγεί στον εντοπισμό περιπτώσεων αθέμιτης και παράνομης συμπεριφοράς που παρουσιάζουν κοινά χαρακτηριστικά και βασικές ομοιότητες. Έτσι καταλήγει στην ομαδοποίηση ορισμένων χαρακτηριστικών περιπτώσεων αθέμιτου ανταγωνισμού.

³⁰ ΜΠρΑθ 3026/1968, ΕΕμπΔ 1969, 103.

Η συστηματική αυτή ταξινόμηση σε ομάδες που υπάγονται στην αόριστη γενική ρήτρα και αποτελούν χαρακτηριστικές εκφάνσεις της είναι ελεύθερη από νομοθετικούς περιορισμούς. Ποικίλλει ανάλογα με την ερμηνευτική προσέγγιση και την αξιολόγηση του κρίνοντα. Δεν έχει την έννοια διάπλασης σταθερών κανόνων, οι οποίοι απαλλάσσουν το δικαστή από τον έλεγχο κάτω από το πρίσμα του άρθρου 1, αλλά συνιστούν βασικές κατευθυντήριες γραμμές που δημιουργούν έναν «αυτοματισμό» στη νομική κρίση, διευκολύνοντας τη συγκεκριμενοποίηση της γενικής ρήτρας. Ο «αυτοματισμός» ή η «τυποποιημένη» λύση προβλημάτων που παρέχει η συστηματική ταξινόμηση, μια κατεξοχήν λειτουργία της θεωρίας στον τομέα των γενικών ρητρών, παρέχει μια σημαντική βοήθεια στα πλαίσια του άρθρου 1 δεν είναι ωστόσο σε θέση ούτε επιτρέπεται να υποκαταστήσει τη διαδικασία της εξειδίκευσης της γενικής ρήτρας.

Η δημιουργία χαρακτηριστικών αθέμιτων ανταγωνιστικών πράξεων προσφέρει αντικειμενικά κριτήρια και κατευθυντήριες γραμμές, τα οποία αποκλείουν αφενός την υποκειμενική προσωπική άποψη του κρίνοντος δικαστή και αφετέρου συμβάλλουν στη δημιουργία διαφάνειας στην διαδικασία της νομικής κρίσης, στον έλεγχο του νομικού αποτελέσματος και ενισχύουν την ασφάλεια του δικαίου. Δεν απαλλάσσουν από το βάρος κρίσης των ειδικών περιστάσεων της κάθε συγκεκριμένης περίπτωσης, ενώ η απλή υπαγωγή σε μια από τις περιπτώσεις αυτές δεν μπορεί να υποκαταστήσει την υποχρέωση συγκεκριμένης θεμελίωσης του αθέμιτου.

Χαρακτηριστικό γνώρισμα όλων των προτασόμενων συστηματικών διακρίσεων είναι η ατέλειά τους, σύμφυτη με το δίκαιο του αθέμιτου ανταγωνισμού, ως σύνολο εκ των προτέρων μη ορισμένων κανόνων συμπεριφοράς που θέτουν όρια στην επιχειρηματική συμπεριφορά στην αγορά. Οι διακρίσεις ρευστοποιούνται ακόμη περισσότερο, αν ληφθεί υπόψη ότι κάθε επιχειρηματική πράξη επιδρά στην αγορά με την έννοια της επίδρασης σε έναν, ορισμένους ή όλους τους ανταγωνιστές (πχ. στην περίπτωση της παράβασης νομικών δεσμεύσεων), στον καταναλωτή και στην ίδια τη δομή της σχετικής αγοράς προϊόντων ή υπηρεσιών.

Επειδή η επιχειρηματική ζωή είναι εξαιρετικά περίπλοκη και οι σχετικές επιχειρηματικές και διαφημιστικές πρακτικές δεν γνωρίζουν όρια πρωτοτυπίας ή φαντασίας, απαιτείται πάντοτε η μελέτη της συγκεκριμένης περίπτωσης, πριν γίνει η συχνά ατελής υπαγωγή σε μια από τις κατωτέρω συστηματικές ομάδες περιπτώσεων αθέμιτων πρακτικών. Για τον ίδιο λόγο δεν αποκλείεται μια ανταγωνιστική πράξη να μπορεί να υπαχθεί σε περισσότερες ομάδες αλλά και να προσβάλλει συμφέροντα περισσότερων ομάδων (πχ. αθέμιτη διαφήμιση) τα οποία προστατεύονται μέσω του νόμου ή έστω λαμβάνονται υπόψη κατά την πλήρωση της αόριστης νομικής έννοιας των χρηστών ηθών (πχ. καταναλωτών).

Έτσι λχ. η συγκριτική διαφήμιση μπορεί να θεωρηθεί ως μέσο προστασίας των καταναλωτικών συμφερόντων αλλά και ως μέσο παρεμπόδισης της επιχειρηματικής δραστηριότητας, η απόσπασση του εργατικού δυναμικού συστηματικά μπορεί να ενταχθεί στην ίδια περίπτωση αλλά και στην εκμετάλλευση της ξένης φήμης και οργάνωσης. Έτσι, η ένταξη σε μια από τις ομάδες χαρακτηριστικών ανταγωνιστικών ενεργειών δεν συνεπάγεται χωρίς άλλο και την κατάφαση του αθέμιτου χαρακτήρα της ανταγωνιστικής πράξης. Αντίθετα, μια καινοφανής ανταγωνιστική συμπεριφορά λχ. στο περιβάλλον του Internet δεν θεωρείται θεμιτή εκ του λόγου και μόνον ότι δεν μπορεί να υπαχθεί σε μια από τις «παραδοσιακές» ή γνώριμες κατηγορίες που υιοθετεί η θεωρία ή η νομολογία.

Ανταγωνιστικές πράξεις (λχ. δημοπρασία μέσω internet, link, KeyVord Advertising, Meta-Tags κλπ.) και διαφήμιση στο online περιβάλλον αναμένεται να δημιουργήσουν στο μέλλον νέες ομάδες ή να οδηγήσουν σε εμπλουτισμό και αναθεώρηση των υφισταμένων βάσει διαφοροποιημένων κριτηρίων που είναι προσαρμοσμένα στο διαδικτυακό περιβάλλον τις ιδιορρυθμίες της επικοινωνίας σε αυτό.

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί, παρουσιάζονται αναλυτικά περιπτώσεις που εμπίπτουν στην έννοια του αθέμιτου ανταγωνισμού με συγκεκριμένα νομολογιακά παραδείγματα, τα οποία συμβάλλουν στην ανάδειξη του τρόπου εφαρμογής των σχετικών νομικών διατάξεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΠΡΑΞΕΩΝ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΕΚ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αναφερόμενοι στο Ν.146/1914, υπάρχουν κάποιες ειδικές απαγορεύσεις που μπορούν να συνοψιστούν σε ανακοινώσεις ή αναγγελίες (άρθρα 3, 4, 5, 6, 7 και 8), σε διαδόσεις που βλάπτουν συγκεκριμένους ανταγωνιστές (άρθρα 11 και 12), σε απομιμήσεις ξένων διακριτικών γνωρισμάτων (άρθρα 13 και 14) και στην παραβίαση απορρήτου επιχείρησης (άρθρα 16 και 17).

Εδώ πρέπει να σημειωθεί πως κατά την κατάταξη αυτή λαμβάνεται υπόψη κυρίως ο σκοπός του νόμου περί προστασίας των ανταγωνιστών ενώ δεν λαμβάνεται αρκετά υπόψη ο σκοπός της προστασίας των καταναλωτών. Αυτό συμβαίνει επειδή κύριος σκοπός του Ν. 146/1914 υπήρξε αρχικά η προστασία των ανταγωνιστών. Βέβαια, η άποψη ότι ο Ν. 146/1914 τείνει στο να προστατέψει το καταναλωτικό κοινό, κατακτά ολοένα και μεγαλύτερο έδαφος, καθώς είναι συνυφασμένη με τις αντιλήψεις που επικρατούν για την ιδιαίτερη βαρύτητα που έχει αποκτήσει η προστασία του καταναλωτή ως θεσμός. Παρακάτω θα αναφερθούμε στα άρθρα αυτά αναλυτικότερα και θα παραθέσουμε νομολογιακά παραδείγματα αθέμιτων συμπεριφορών.

3.1. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ (άρθρα 3-5 ν. 146/1914)

«Απαγορεύεται εις δημοσία γινομένης γνωστοποιήσεις ή ανακοινώσεις, προοριζομένης δι' ευρύν κύκλον προσώπων, πάσα ανακριβής δήλωσις περί σχέσεων αναφερομένων εις τας κατά το άρθρον 1 συναλλαγάς ιδία δε περί της ποιότητος, της αρχικής προελεύσεως, του τρόπου της κατασκευής ή της τιμολογήσεως εμπορευμάτων η βιομηχανικών εργασιών, περί του τρόπου ή της πηγής της προμήθειας, της κατοχής βραβείων ή άλλων τιμητικών διακρίσεων, περί της αιτίας ή του σκοπού της πωλήσεως ή περί του ποσού των προς διάθεσιν εμπορευμάτων, ικανή να παραγάγη την εντύπωσιν ιδιαίτερος ευνοϊκής προσφοράς. Ο παραβάτης δύναται να εναχθή προς παράλειψιν των ανακριβών δηλώσεων και ανόρθωσιν της προσγενομένης ζημίας» [άρθρο 3 ν 146/1914]».

Το πραγματικό του απαγορευτικού κανόνα του άρθρου 3 του ν. 146/14 αποτελείται από αντικειμενικά στοιχεία. Δεν απαιτείται υπαιτιότητα, τουλάχιστον όσον αφορά τη θεμελίωση της αξίωσης για παράλειψη της παραπλανητικής διαφήμισης, ούτε γενική γνώση της ανακρίβειας της σχετικής δήλωσης. Προϋποθέσεις ή όροι της πλήρωσης του πραγματικού του απαγορευτικού κανόνα είναι οι εξής: α) δηλώσεις (γνωστοποιήσεις ή ανακοινώσεις) σχετικές με τις εμπορικές συναλλαγές β) η μορφή των σχετικών δηλώσεων δεν περιορίζεται κατά το νόμο σε ειδικό τύπο, γ) οι δηλώσεις πρέπει να γίνονται δημόσια, δ) οι σχετικές δηλώσεις, για να απαγορεύονται, πρέπει να είναι παραπλανητικές. Τον παραπλανητικό χαρακτήρα των δηλώσεων συνθέτουν δύο στοιχεία: 1) η δήλωση πρέπει να είναι ανακριβής δηλαδή να μην αποδίδει την αλήθεια σχετικά με τις εμπορικές σχέσεις στις οποίες αναφέρεται. Η ανακρίβεια, ήτοι η έλλειψη αντικειμενικότητας της δήλωσης, κρίνεται κατά την αντίληψη του καταναλωτικού κοινού και όχι κατά την αντίληψη του δηλούντος ή αντικειμενικά. Κρίσεις που αντικειμενικά δεν είναι ελέγξιμες ή δεν μπορούν να εκληφθούν σοβαρά από το καταναλωτικό κοινό, δεν εμπίπτουν στην απαγόρευση και 2) η ανακριβής δήλωση θα πρέπει να είναι ικανή να

προκαλέσει στον καταναλωτή την εντύπωση ιδιαίτερα ευνοϊκής προσφοράς. Ο νόμος δεν αρκείται στην προσφορότητα της δήλωσης να παραπλανήσει. Απαιτεί να έχει και την ικανότητα εντυπωσιακού επηρεασμού της απόφασης του καταναλωτή για την αγορά του προϊόντος.

Η διαφήμιση, κατ' άρθρο 3 ν. 146/14, είναι καταρχήν μια θεμιτή μέθοδος του ελεύθερου ανταγωνισμού, εφόσον τα ανακοινούμενα με αυτήν στοιχεία είναι αληθινά και ανταποκρίνονται προς τα διαφημιζόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες. Ειδική κατηγορία αποτελούν οι συγκριτικές διαφημίσεις, για τις οποίες πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ διαφήμισης που περιέχει σύγκριση προς το σκοπό υποστήριξης της προσφοράς εμπορευμάτων του επαγγελματία που την επιχειρεί και εκείνης που περιέχει σύγκριση προς το σκοπό αποδοκιμασίας του ξένου προϊόντος. Διαφορετικά, όταν δηλαδή η διαφήμιση αυτή έχει επιθετική μορφή, αντίκειται στην γενική αρχή του άρθρου 1 του ν. 146/14 και δίνει το δικαίωμα σε εκείνον που έχει έννομο συμφέρον να εγείρει την αγωγή για παράλειψη και άρση της προσβολής, για αποζημίωση, καθώς και να ζητήσει τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων, αιτούμενος την προσωρινή απαγόρευση της χρήσης του υπό απόσυρση από την κυκλοφορία επικριτικού - συγκριτικού διαφημιστικού υλικού ως και τη δημοσίευση του διατακτικού της εκδοθησόμενης απόφασης στον ημερήσιο ή περιοδικό τύπο με δαπάνες του καθού. Στην τελευταία περίπτωση πρόκειται για τις επικριτικές συγκριτικές διαφημίσεις, οι οποίες επιτρέπονται μόνον σε εξαιρετικές περιπτώσεις (όπως λ.χ. όταν η ως άνω διαφήμιση χρησιμοποιείται ως αμυντικό μέσο ή για άλλο αποχρώντα λόγο) και με την προϋπόθεση πάντως ότι είναι απολύτως ακριβείς και τηρείται ως προς τη διατύπωση τους μετριοπάθεια.

Από τη δεύτερη αιτιολογική σκέψη της ευρωπαϊκής Οδηγίας 97/55/EK προκύπτει ότι η συγκριτική διαφήμιση θα συμβάλλει στην αντικειμενική προβολή των πλεονεκτημάτων των διαφόρων συγκρίσιμων προϊόντων και θα τονώσει τον ανταγωνισμό μεταξύ των προμηθευτών αγαθών και υπηρεσιών προς όφελος των καταναλωτών. Δεν μπορεί καταρχήν να θεωρηθεί ότι ο διαφημιζόμενος αντλεί αθέμιτο όφελος από τη φήμη των διακριτικών σημείων

του ανταγωνιστή του, αν η αναφορά στα σημεία αυτά αποτελεί προϋπόθεση πραγματικού ανταγωνισμού στην αγορά.

3.1.1 Παράδειγμα περίπτωσης ανακριβούς διαφήμισης

Μονομελές Πρωτοδικείο Αθηνών 23105/1998

Οι αιτούσες επαγγελματικές οργανώσεις εδρεύουν στην Αθήνα και τα μέλη τους είναι τουριστικοί και ταξιδιωτικοί πράκτορες που παρέχουν τουριστικές και συναφείς υπηρεσίες και διοργανώνουν ταξίδια και εκδρομές στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, ενώ η πρώτη των καθ' ων είναι (στο εξής για συντομία: η καθ' ης) αεροπορική εταιρία που εδρεύει και δραστηριοποιείται στο εξωτερικό, πρόσφατα όμως, όπως θα εκτεθεί ειδικότερα πιο κάτω, άρχισε να δραστηριοποιείται και στην Ελλάδα με τη δρομολόγηση ενός αεροπλάνου στη γραμμή Αθήνας - Λονδίνου.

Ενόψει του πιο πάνω αντικειμένου των δραστηριοτήτων τους, όπως γίνεται φανερό, μολονότι οι δραστηριότητες αυτές δεν ταυτίζονται, ειδικά ως προς τη διάθεση αεροπορικών εισιτηρίων και την παροχή των συναφών υπηρεσιών οι διάδικοι απευθύνονται εν μέρει στους ίδιους κύκλους πελατών, δηλαδή στους κύκλους των ενδιαφερομένων να ταξιδέψουν με αεροπλάνο από την Ελλάδα προς την Αγγλία, και συνεπώς υπάρχει μεταξύ τους ανταγωνιστική σχέση κατά την έννοια που σημειώθηκε στην προηγούμενη σκέψη. Η καθής κατά το διάστημα της μιας περίπου τριετίας που λειτουργεί στο εξωτερικό περιόρισε ορισμένες ελαστικές δαπάνες (κατήγγησε τη χορήγηση φαγητού κατά τη διάρκεια των πτήσεων, διέθετε η ίδια τα αεροπορικά εισιτήρια χωρίς τη μεσολάβηση ταξιδιωτικών γραφείων κ.λπ.) και πέτυχε έτσι να καθιερώσει χαμηλούς ναύλους σε σχέση με τους ναύλους άλλων αεροπορικών εταιριών, την ίδια δε τακτική αποφάσισε να εφαρμόσει και στην Ελλάδα, από το θέρος του 1998, αφότου δρομολόγησε ένα αεροπλάνο στη γραμμή Αθηνών - Λονδίνου. Για το σκοπό αυτόν, πριν από την έναρξη των πτήσεων, την οποία είχε προγραμματίσει για τις 10.7.1998, δημοσίευσε στις ημερήσιες πολιτικές και οικονομικές εφημερίδες των Αθηνών σχετική διαφήμιση, η οποία είναι επίδικη στην παρούσα υπόθεση και το περιεχόμενο της οποίας έχει ως εξής:

"Λονδίνο: 9.900 δραχ. Ειδική προσφορά για πτήσεις από 10.7.1998 μέχρι 24.7.1998 (απλή μετάβαση χωρίς Σπατόσημο - 19.800 δραχ. μετ' επιστροφής). Δύο τακτικές πτήσεις την ημέρα από την Αθήνα για το αεροδρόμιο του Λούτον, μόλις 40 λεπτά με το τρένο από το κέντρο του Λονδίνου. Η Ε. είναι η βρετανική αεροπορική εταιρία που ξεκίνησε την επανάσταση στην Ευρώπη στο χώρο των χαμηλών ναύλων. Ο στόλος της Ε. αποτελείται αποκλειστικά από σύγχρονα αεροπλάνα Boeing 737-300. Με την παράδοση των 12 ολοκαίνουργιων αεροπλάνων από την Boeing μέχρι το τέλος του 1999 ο στόλος της Ε. θα είναι από τους νεότερους στον κόσμο. 2.000 κρατήσεις τις πρώτες πέντε ημέρες - η προσφορά συνεχίζεται Ξεχάστε τον ταξιδιωτικό σας πράκτορα! Κρατήστε θέσεις με την πιστωτική σας κάρτα όλο το 24ωρο στο "International – Κρατήσεις στο Internet www".

Η διαφήμιση αυτή έχει κατά βάση ενημερωτικό χαρακτήρα και το περιεχόμενό της, καθώς πιθανολογήθηκε από τα πιο πάνω αποδεικτικά στοιχεία, ανταποκρίνεται κατά το μεγαλύτερο μέρος του στην πραγματικότητα. Ως προς το ύψος όμως του ναύλου, στο οποίο δίδεται με αυτήν ιδιαίτερη έμφαση και το οποίο ενδιαφέρει προεχόντως το καταναλωτικό κοινό, είναι ανακριβής και παραπλανητική. Και τούτο διότι όπως ήδη συνομολογείται κι από την καθ' ης (βλ. σημείωμά της), έχει παραλειφθεί η αναφορά των τελών και λοιπών επιβαρύνσεων που καταβάλλεται υποχρεωτικά στο αεροδρόμιο του Λονδίνου και ανέρχονται στις 6.000 δραχμές περίπου. Έτσι, με την προσθήκη και του αντιστοίχου τέλους ("σπατόσημο") που καταβάλλεται υποχρεωτικά επίσης στο αεροδρόμιο των Αθηνών, η τελική τιμή του αεροπορικού εισιτηρίου, που προσφέρει πράγματι η καθ' ης, για το δρομολόγιο Αθηνών - Λονδίνου με επιστροφή ειδικά κατά το διάστημα από 10 έως 24.7.1998 διαμορφώνεται στις 30.800 δραχ., είναι δήλωση κατά 55% ανώτερη της αναγραφόμενης στην επίδικη διαφήμιση. Ενόψει τούτων και των διδαγμάτων της κοινής πείρας και της λογικής, η ανακριβής κατά το παραπάνω καίριο σημείο διαφήμιση αυτή είναι πρόσφορη κατά την κρίση του Δικαστηρίου να δημιουργήσει στο καταναλωτικό κοινό την εντύπωση ιδιαίτερας ευνοϊκής προσφοράς κατά το παραπάνω διάστημα αλλά και να καλλιεργήσει σ' αυτό την προδικασία ότι και μετά την πάροδο του

διαστήματος αυτού η καθ' ης (θα συνεχίσει) να προσφέρει ιδιαίτερα χαμηλούς ναύλους για το συγκεκριμένο ταξίδι. Πέρα ωστόσο απ' αυτά, η φράση "Ξεχάστε τον ταξιδιωτικό σας πράκτορα!" είναι υποτιμητική και μειωτική του προσώπου και των υπηρεσιών που παρέχουν οι ταξιδιωτικοί πράκτορες, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται - όπως ήδη αναφέρθηκε - και τα μέλη των αιτουσών, αφού η φράση αυτή, συνδυαζόμενη και με την προαναφερόμενη ανακρίβεια και το υπόλοιπο περιεχόμενο της επίδικης διαφήμισης αλλά και με την παράλειψη της καθ' ης να ενημερώσει το καταναλωτικό κοινό για τις λοιπές περικοπές εξόδων (μη χορήγηση φαγητού κλπ.) που πραγματοποίησε και της επέτρεψαν να προσφέρει χαμηλούς ναύλους, δίνει την εντύπωση στο καταναλωτικό κοινό ότι οι ταξιδιωτικοί πράκτορες αποτελούν συντεχνία, η οποία αποκερδαίνει το μεγαλύτερο μέρος της διαφοράς ανάμεσα στον ιδιαίτερο χαμηλό ναύλο που διατείνεται ότι προσφέρει η ίδια για το συγκεκριμένο δρομολόγιο και σ' εκείνον που προσφέρουν οι άλλες αεροπορικές εταιρίες και ο οποίος είναι υπερτριπλάσιος των 19.800 δρχ., προτρέποντας μάλιστα ευθέως τους ενδιαφερόμενους να ταξιδέψουν από την Αθήνα στο Λονδίνο και αντίστροφα να μην συναλλάσσονται με τη συγκεκριμένη επαγγελματική τάξη.

Πιθανολογήθηκε ότι συντρέχει πράγματι ο επικαλούμενος από τις αιτούσες κίνδυνος πρόκλησης στα μέλη τους ανεπανόρθωτης ζημίας, αν συνεχίσει η καθής την επίδικη διαφήμιση και δεν ληφθούν τα αιτούμενα ασφαλιστικά μέτρα.

Διατακτικό δικαστικής απόφασης:

Απαγορεύει προσωρινά στην πρώτη των καθ' ων την αναφερόμενη στο σκεπτικό διαφήμιση, εφόσον: α) δεν θα διευκρινίζεται σ' αυτήν ότι στην τιμή του αεροπορικού ναύλου για το δρομολόγιο Αθηνών - Λονδίνου και αντίστροφα δεν περιλαμβάνονται τα τέλη και οι λοιπές επιβαρύνσεις που καταβάλλονται στα αεροδρόμια Αθηνών και Λονδίνου και β) θα περιέχεται σ' αυτήν η φράση "Ξεχάστε τον ταξιδιωτικό σας πράκτορα". Απειλεί κατά της πρώτης καθ' ης χρηματική ποινή πεντακοσίων χιλιάδων 500.000 δραχμών

για κάθε παράβαση των διατάξεων της παρούσας, και συμψηφίζει τη δικαστική δαπάνη των διαδίκων. Δέχεται την αίτηση ασφαλιστικών μέτρων.

3.1.2 Παράδειγμα περίπτωσης παραπλανητικής διαφήμισης

Μονομελές Πρωτοδικείο Καβάλας 410/1994

Η αιτούσα είναι ανώνυμη εταιρία εισαγωγής και εμπορίας συστημάτων θέρμανσης - ψύξης που εδρεύει στην πόλη της Θεσσαλονίκης.

Στα πλαίσια των επιχειρηματικών της δραστηριοτήτων έχει αναλάβει την αποκλειστική εισαγωγή και αντιπροσώπευση στη Βόρεια Ελλάδα των γαλλικής κατασκευής λεβήτων "De Dietrich". Η καθής η αίτηση διατηρεί στην πόλη της Χρυσούπολης - Καβάλας κατάστημα εμπορίας των λεβήτων μάρκας Viessmann που είναι γερμανικής κατασκευής. Στην ίδια πόλη (Χρυσούπολη) υπάρχουν και άλλα παρόμοια συνολικά εννέα καταστήματα τα οποία εμπορεύονται διαφόρους τύπους λεβήτων, κάμποιοι από τους οποίους αναφέρονται συγκρινόμενοι στο επίδικο διαφημιστικό έντυπο της καθής, μεταξύ των οποίων και το κατάστημα του μάρτυρα της τελευταίας ο οποίος είναι ο μόνος που διαθέτει τους λέβητες "De Dietrich" που εισάγει η αιτούσα. Κατά το χρονικό διάστημα από 1/4/1994 μέχρι 4/4/1994 η καθής επ' ευκαιρία κλαδικής εκθέσεως στην Καβάλα άρχισε να διανέμει σε διάφορα σημεία της πόλης διαφημιστικά φυλλάδια με το ακόλουθο περιεχόμενο: "Βσελίδα: Αυτή είναι η πραγματική κατάταξη των λεβητών. Ο λέβητας VIESSMANN πάντα πρώτος."

Κατάταξη λεβήτων ποιότητας

Α/Α ΠΟΙΝΗΣ	ΜΑΡΚΑ	ΒΑΘΜΟΙ ΠΟΙΝΗΣ	ΒΑΘΜΟΙ	ΚΑΤΑΤΑΞΗ
	1992 1990			
1	Viessmann	1.93	2.11	1
2	Weishaupt	2.31	2.28	3

3	Vaillant	2.35	2.26	2
4	Junkers	2.48	2.42	5
5	Capito	2.51	2.41	4
6	*Buderus	22.74	2.61	7
7	*Brotje	2.84	2.86	11
8	Abig	2.86	-	-
9	Hoval	2.94	3.17	19
10	Wolf	2.98	2.98	15
11	*Rielo	3.01	2.64	8
12	Klockner	3.02	3.18	20
13	Olymp	3.13	-	-
14	Oertli	3.14	3.16	17
15	Froling	3.18	2.91	12
16	*Schafer	3.20	3.12	16
17	*DeDietrich	3.25	2.97	14

Οι λέβητες με αστερίσκο αντιπροσωπεύονται από τα καταστήματα της Χρυσούπολης. Εμείς υπεύθυνα και βάση των συνεπειών του νόμου για σωστή πληροφόρηση δημοσιεύουμε την πραγματική σειρά των διαφόρων λεβήτων, για να μη σας λένε διάφορα και ίσως σας παραπλανούν. Διμεταλλικός λέβητας Γερμανίας Viessmann, ο καλύτερος της αγοράς(βλέπε πίσω), τώρα με απόσυρση και χρηματοδότηση, σας αγοράζουμε τον παλιό σας λέβητα με 100.000 δρχ. όποιας μάρκας κι αν είναι και σε οποιαδήποτε κατάσταση κι αν βρίσκεται και σας τοποθετούμε τον ασύγκριτο λέβητα χαμηλών θερμοκρασιών Viessmann με αποδεδειγμένη οικονομία τουλάχιστον 30% από τον παλιό σας λέβητα. Πρόσθετα σας κάνουμε 5μηνο άτοκο διακανονισμό. Προλάβετε!!! Η προσφορά ισχύει για δύο μήνες.

Το παραπάνω έντυπο την κυκλοφορία του οποίου συνέχισε η καθής και μετά το τέλος της έκθεσης και στην πόλη της Χρυσούπολης με το εν λόγω περιεχόμενο αποτελεί κατά την κρίση του Δικαστηρίου αυτού, σύμφωνα και με όσα εκτέθηκαν στη μείζονα σκέψη της παρούσας, μορφή συγκριτικής διαφήμισης με ιδιαίτερα επιθετικό χαρακτήρα, κυρίως σε βάρος των

εμπορευμάτων της αιτούσας, τα οποία και από καταστήματα της Χρυσούπολης. Το γεγονός δε ότι σε κάποια από τα διαφημιστικά έντυπα που κυκλοφόρησε ανέφερε ως πηγή από την οποία άντλησε την εν λόγω κατάταξη κάποια γερμανική πηγή, η οποία όπως προέκυψε στο ακροατήριο είναι κάποιο γερμανικό περιοδικό, δεν αναιρεί την παραπάνω κρίση περί αυθαιρεσίας, δεδομένου ότι όπως πιθανολογήθηκε το εν λόγω περιοδικό προέβη στην παραπάνω κατάταξη μετά από "γκάλοπ" που έκανε απευθυνόμενη σε διάφορους τεχνίτες, υποβάλλοντάς τους ερωτήματα που αφορούσαν όχι το συγκρινόμενο προϊόν αλλά τη συμπεριφορά του κατασκευαστή, ενώ εξάλλου αφορούσε σε συγκεκριμένη γεωγραφική έκταση κυρίως στη Γερμανία όπου και επικεντρωνόταν το ενδιαφέρον για το συγκεκριμένο γερμανικό προϊόν, δηλαδή οι λέβητες μάρκας Viessmann.

Ακόμη, πιθανολογήθηκε ότι τα κριτήρια τα οποία χρησιμοποίησε το γερμανικό περιοδικό για τη στατιστική στην οποία προέβη δεν αφορούσαν κυρίως την ποιότητα του εν λόγω προϊόντος εκτός ενός από αυτά, ενώ τα υπόλοιπα αφορούσαν τις ιδιότητες των πωλητών και τις σχέσεις αυτών με τους τεχνίτες από άποψη εκπαίδευσης, διαφήμισης και υποστήριξης στις πωλήσεις. Πρέπει δε να σημειωθεί ότι όλα τα παραπάνω δεν ήταν γνωστά στους καταναλωτές στους οποίους απευθύνονταν τα επίδικα διαφημιστικά έντυπα, οι οποίοι απλώς λάμβαναν το μήνυμα ότι οι λέβητες Viessmann είναι ποιοτικά πρώτοι σε κάποια σχετική κατάταξη που έγινε και αντιστοίχως οι λέβητες DeDietrich τελευταίοι. Έτσι πέραν του ότι η σύγκριση του διαφημιζόμενου προϊόντος της καθής η αίτηση πλήττει ευθέως εκτός των άλλων κυρίως το εμπόρευμα της αιτούσας με την υποτίμησή του στη συνείδηση των καταναλωτών σε σχέση με εκείνο της καθής και επομένως είναι αθέμιτα ανταγωνιστική ως και κριτική, είναι και ανακριβής και παραπλανητική για τους καταναλωτές, πολύ δε περισσότερο όταν συγχρόνως μ' αυτήν επιχειρείται και προσέλκυση των τελευταίων (καταναλωτών) για αγορά του προϊόντος της καθής με τη δελεαστική προσφορά της α` σελίδα του διαφημιστικού εντύπου. Η συμπεριφορά δε αυτή αντιβαίνει στις κατά την κρατούσα συναλλακτική αντίληψη επιταγές των χρηστών ηθών, είναι δε φανερό ότι αποσκοπεί στον ανταγωνισμό έναντι των

εμπορευμένων παρόμοια προϊόντα μεταξύ των οποίων και η αιτούσα, η οποία ως αποκλειστική αντιπρόσωπος στη Βόρεια Ελλάδα των λεβήτων που προαναφέρθηκαν και είναι καθιερωμένοι στην ελληνική αγορά, υφίσταται βλάβη, συνιστάμενη προεχόντως στο από τις αποδείξεις πιθανολογηθέν γεγονός ότι από τη γενόμενη επίδικη διαφήμιση παρατηρήθηκε μείωση του αριθμού των πωλήσεων των εμπορευμάτων της αιτούσας, όπως ευθέως κατέθεσε και ο μάρτυρας της τελευταίας, που διατηρεί στην πόλη της Χρυσούπολης κατάστημα πώλησης των λεβήτων De Dietrich τους οποίους του προμηθεύει η αιτούσα, αλλά και του αριθμού των πωλήσεων άλλων συγκρινόμενων στο διαφημιστικό έντυπο της καθής λεβήτων που διατίθενται από καταστήματα της Χρυσούπολης. Άλλωστε και ο μάρτυρας της καθής η αίτηση, σύζυγός της, κατέθεσε ότι η τελευταία προέβη στην τύπωση και διανομή του επίδικου διαφημιστικού υλικού προκειμένου να προωθήσει τους διατιθεμένους από αυτήν λέβητες Viessmann, γιατί δεν είχε καθόλου δουλειά.

Διατακτικό δικαστικής απόφασης:

Κατά συνέπεια, λόγω και της κατάδηλα επείγουσας περίπτωσης, που ανάγεται στη φύση της ρυθμιζόμενης κατάστασης, λαμβανομένου υπόψη και του γεγονότος ότι λόγω της εποχής είναι ιδιαίτερα αυξημένη η ζήτηση των συστημάτων θέρμανσης και εγκατάστασής τους στις κατοικίες, η κρινόμενη αίτηση γίνεται δεκτή ως βάσιμη και στην ουσία της σύμφωνα με όσα ορίζονται ειδικότερα στο διατακτικό της παρούσας, με τη δημοσίευση όμως του διατακτικού της τελευταίας μόνον σε μία ημερήσια εφημερίδα της Καβάλας και όχι και της Θεσσαλονίκης, όπου δεν πιθανολογήθηκε ότι επίσης κυκλοφόρησε το επίδικο, αθέμιτα ανταγωνιστικό, διαφημιστικό έντυπο.

3.2 ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΣ Η' ΔΙΑΔΟΣΗ ΒΛΑΠΤΙΚΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ (άρθρα 11-12 ν. 146/1914)

«Ο προς τον σκοπόν ανταγωνισμού ισχυριζόμενος ή διαδίδων, όσον αφορά την εργασία ή επιχείρησιν ετέρου, το πρόσωπον του ιδιοκτήτου ή του διευθυντού αυτής, τα εμπορεύματα ή τας βιομηχανικάς εργασίας τρίτου, ειδήσεις δυνάμενες να βλάψωσι τας εργασίας της επιχειρήσεως ή την εμπορικόν πίστιν αυτού, υποχρεούται, εφ' όσον τα διαδοθέντα δεν είναι κατά τρόπον ευαπόδεικτον αληθή, εις ανόρθωσιν της εις τον αδικηθέντα ηροσγενομένης ζημίας. Ο αδικηθείς δύναται προς τούτοις ν' αξίωση την παράλειψιν της επαναλήψεως ή της περαιτέρω διαδόσεως των ανακριβειών. Προκειμένου όμως περί εμπιστευτικής ανακοινώσεως, διά την οποίαν ο πληροφορών ή ο προς ον η πληροφορία έχει εύλογον συμφέρον δύναται να ζητηθή η παράλειψις μόνον, εάν τα ανακοινωθέντα είναι αναληθή. Εάν δ' ο πληροφορών εγνώριζεν η ώφειλε να γνωρίζη το αναληθές της ανακοινώσεως, υποχρεούται και εις ανόρθωσιν της τυχόν προσγενομένης ζημίας. Η διάταξις του τελευταίου εδαφίου του άρθρου 10 εφαρμόζεται αναλόγως [άρθρο 11 ν 146/1914].

Ο εν γνώσει της αναληθειας ισχυριζόμενος ή διαδίδων ως προς την επιχείρησιν ή εργασία ετέρου, το πρόσωπον του ιδιοκτήτου ή του διευθυντού αυτής, τα εμπορεύματα ή τας βιομηχανικάς εργασίας τρίτου, ειδήσεις, δυναμένας να βλάψωσι την επιχείρησιν, τιμωρείται με φυλάκισιν μέχρις έξι μηνών και με χρηματικήν ποινήν μέχρι τριών χιλιάδων δραχμών ή με μίαν των ποινών τούτων. Διά της αυτής ποινής τιμωρείται και ο κύριος ή ο διευθυντής της επιχειρήσεως, εάν οι περί ων πρόκειται ισχυρισμοί ή διαδόσεις εγένοντο εν γνώσει αυτού παρά τινος των υπαλλήλων ή των αντιπροσώπων του [άρθρο 12 ν 146/1914]».

Στο δίκαιο αθέμιτου ανταγωνισμού απαγορεύεται υπό προϋποθέσεις ακόμη και ο ισχυρισμός και η διάδοση και αποδεδειγμένως αληθών γεγονότων, τα οποία μπορούν να επιφέρουν βλάβη στον ανταγωνιστή. Ότανλείπει ο σκοπός ανταγωνισμού δεν χωρεί εφαρμογή των διατάξεων του ν.

146/1914, αλλά μόνο των γενικών διατάξεων του ΑΚ (Αρ. 57, 281, 919, 920) και του ΠΚ.

Κατά το άρθρο 11, εκείνος που διαδίδει ή ισχυρίζεται κάποια πράγματα που αφορούν την εργασία ή την επιχείρηση άλλων ανταγωνιστών του, ή το πρόσωπο του διευθυντή ή ιδιοκτήτη της επιχείρησης αυτής ή ακόμα και τα εμπορεύματα ή τις βιομηχανικές εργασίες της επιχείρησης των άλλων, τότε είναι υποχρεωμένος να αποζημιώσει τον αδικηθέντα για τη ζημιά που του προξένησε. Αυτό ισχύει εφόσον εκείνα που διέδωσε δεν είναι αληθινά και είναι δυνατόν να αποδειχθούν από το πρόσωπο που δυσφημίστηκε, ότι δηλαδή πραγματικά διαδόθηκαν από ανταγωνιστή του.

Επομένως, τα στοιχεία που απαρτίζουν την απαγόρευση αυτή είναι τα εξής:

α) Η ύπαρξη ισχυρισμού ή διάδοσης. Ισχυρισμός υπάρχει όταν κάποιος ανακοινώνει κάτι που προέρχεται από τον ίδιο, εκφράζει δηλαδή την προσωπική του γνώμη για κάτι. Διάδοση από την άλλη μεριά, υπάρχει όταν κάποιος μεταδίδει σε άλλον ή σε άλλους κάτι που πληροφορήθηκε από τρίτους. Ο ισχυρισμός δεν χρειάζεται να εκφράζεται με λόγια, μπορεί να γίνει και με συμπερασματικές ενέργειες ή σιωπηρά, για παράδειγμα όταν σε ερώτηση για το πρόσωπο ή τις εργασίες του ανταγωνιστή, κουνάει αρνητικά το κεφάλι του, σηκώνει περιφρονητικά τους ώμους του, ή χαμογελάει ειρωνικά ή όταν του ζητάνε ένα προϊόν παραγωγής ή εμπορίας ανταγωνιστή που υπάρχει στο κατάστημά του και εκείνος σκόπιμα δίνει προϊόν κάποιου άλλου κατασκευαστή. Επίσης, σε αντίθεση με την ανακριβή δήλωση του άρθρου 3, η οποία απαγορεύεται να γίνεται δημόσια και σε ευρύ κύκλο προσώπων, ο ισχυρισμός ή η διάδοση του άρθρου 11 απαγορεύονται και όταν γίνονται ιδιωτικά και σε ένα μόνο άτομο.

β) Ο ισχυρισμός ή η διάδοση να αφορά σε ειδήσεις που δεν είναι αληθινές. Αν οι ειδήσεις αποδειχθούν αληθινές, τότε δεν υπάρχει ευθύνη εκείνου του προσώπου που τις ισχυρίζεται και τις διαδίδει. Με τον όρο ειδήσεις ο νόμος εννοεί τα γεγονότα που μπορούν να ελεγχθούν κατά τρόπο αντικειμενικό και δεν αποτελούν απλώς τη γνώμη ενός ατόμου, δηλαδή την υποκειμενική του κρίση, η οποία άλλωστε υποκειμενική κρίση, προστατεύεται από το Σύνταγμα.

γ) Η είδηση πρέπει να αφορά την εργασία ή την επιχείρηση ή το πρόσωπο του ανταγωνιστή. Ισχυρισμοί ή διαδόσεις που αφορούν τις επαγγελματικές υποθέσεις του ανταγωνιστή είναι, για παράδειγμα, το ότι η επιχείρηση του ανταγωνιστή είναι άσχημα οργανωμένη, ότι είναι καταχρεωμένη, ότι τα εμπορεύματά του είναι κακής ποιότητας κ.α. Οι ισχυρισμοί και διαδόσεις που αφορούν το πρόσωπο του ανταγωνιστή, πρέπει να συμπεριλαμβάνονται κυρίως στην επαγγελματική του δραστηριότητα π.χ. ότι δεν είναι σε θέση να διαχειριστεί τις υποθέσεις του κ.α. Μπορούν όμως να αφορούν και την ιδιωτική του ζωή, εφόσον έχουν έστω και έμμεση επιρροή στις επαγγελματικές του υποθέσεις. Όλοι αυτοί οι ισχυρισμοί και διαδόσεις μπορούν να επιδράσουν στις επαγγελματικές τους υποθέσεις καθώς δημιουργούν την εντύπωση ότι η επιχείρησή του βρίσκεται σε δυσχερή οικονομική κατάσταση, ή ότι ο ίδιος δεν είναι τίμιος στις συναλλαγές του.

δ) Η είδηση πρέπει να είναι τέτοια ώστε να μπορεί να βλάψει τις εργασίες της επιχείρησης ή την εμπορική πίστη του ανταγωνιστή. Δεν χρειάζεται να συνέβη τέτοια πραγματική βλάβη στις εργασίες της επιχείρησης ή στην εμπορική πίστη του ανταγωνιστή, αρκεί να υπάρχει η δυνατότητα να προκληθεί τέτοια βλάβη. Είναι όμως φανερό ότι εφόσον δεν συνέβη καμία βλάβη στον ανταγωνιστή, ούτε ηθική αλλά ούτε και στον τομέα της εργασίας του, τότε δεν υπάρχει αξίωση για αποζημίωση, αλλά μόνο για παράλειψη της πράξης και για μη επανάληψή της στο μέλλον.

ε) Ο ισχυρισμός ή η διάδοση πρέπει να γίνονται με σκοπό ανταγωνισμού, δηλαδή να στοχεύει στην απόσπαση πελατείας του ανταγωνιστή.

Κατά το άρθρο 12, προκύπτει ποινική ευθύνη για συκοφαντική δυσφήμιση όταν κάποιος ισχυρίστηκε ή διέδωσε είδηση η οποία γνώριζε ότι είναι αναληθής. Αυτό επιφέρει ποινή φυλάκισης μέχρι έξι μήνες ή χρηματική ποινή ή και τα δύο. Ίδια ποινή επιβάλλεται και στον ιδιοκτήτη ή τον διευθυντή της επιχείρησης όταν γνώριζαν πως οι συγκεκριμένοι ισχυρισμοί ή διαδόσεις έγιναν από υπάλληλο της επιχείρησής τους ή αντιπρόσωπό τους και δεν τις διέψευσαν.

Όταν μεν ο τρίτος, τον οποίο αφορούν οι δυσφημιστικοί ισχυρισμοί ή διαδόσεις, είναι ανώνυμη εταιρεία, τότε σύμφωνα με τη νομολογία των

ποινικών δικαστηρίων εφαρμόζεται το άρθρο 364 του ποινικού κώδικα. Το συγκεκριμένο άρθρο αναφέρει τα εξής περί "Δυσφήμισης Ανώνυμης Εταιρείας": α) Όποιος ισχυρίζεται κατά οποιονδήποτε τρόπο ενώπιον τρίτου ή διαδίδει για ανώνυμη εταιρεία ορισμένο γεγονός σε σχέση προς τις επιχειρήσεις, την οικονομική κατάσταση ή γενικά τις εργασίες της, ή ως προς τα πρόσωπα των διοικούντων ή διευθυνόντων αυτήν, που να μπορεί να βλάψει την εμπιστοσύνη του κοινού προς την εταιρεία και γενικά προς τις επιχειρήσεις της, τιμωρείται με φυλάκιση μέχρι ένα έτος ή με χρηματική ποινή. β) Ο κατηγορούμενος δεν τιμωρείται αν αποδείξει την αλήθεια του γεγονότος που ισχυρίστηκε ή διέδωσε. γ) Αν το γεγονός το οποίο ισχυρίστηκε ή διέδωσε ο κατηγορούμενος είναι ψευδές και γνωρίζει την αναλήθειά του, τιμωρείται με φυλάκιση. Στην ουσία το άρθρο 364 του Ποινικού Κώδικα είναι σχεδόν όμοιο του άρθρου 12 του Ν. 146/14.

3.2.1 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί ισχυρισμού ή διάδοσης βλαπτικών ειδήσεων

Εφετείο Πατρών 276/2003

Οι ενάγοντες με την από 12.10.1998 αγωγή τους ισχυρίσθηκαν, ότι από ετών διατηρούν στην Πάτρα συνεργείο επισκευής αυτοκινήτων, το οποίο έχει την εξουσιοδότηση επισκευής των αυτοκινήτων εργοστασίου κατασκευής..... στην περιοχή της Πάτρας από την εταιρεία.....που έχει το αποκλειστικό δικαίωμα εισαγωγής τέτοιων αυτοκινήτων. Ότι τον Μάιο του έτους 1998 ο εναγόμενος, ο οποίος είναι εμπορικός αντιπρόσωπος (πωλητής αυτοκινήτων) της άνω εταιρείας, προέβη σε γραπτή ανακοίνωση, στην οποία ανέφερε, ότι αυτοί έπαυσαν να έχουν εξουσιοδοτημένο συνεργείο αυτοκινήτων και ότι ο ίδιος διαθέτει το μοναδικό στην περιοχή της Πάτρας εξουσιοδοτημένο συνεργείο, γεγονός που ήταν ψευδές. Ότι λόγω της αποστολής της εν λόγω ανακοίνωσης σε όλους τους κατόχους αυτοκινήτων.....στην ευρύτερη περιοχή της Πάτρας, πολλοί πελάτες τους, πιστεύοντας την πιο πάνω ανακριβή δήλωση, σταμάτησαν να προτιμούν το συνεργείο τους για επισκευή

των αυτοκινήτων τους και προτίμησαν το συνεργείο του εναγομένου. Και ότι αποτέλεσμα αυτού ήταν να μειωθεί κατά το χρονικό διάστημα από τον Ιούλιο έως τον Σεπτέμβριο του έτους 1998 ο αριθμός των αυτοκινήτων που εισήλθαν στο συνεργείο του για επισκευή και έτσι αυτοί ζημιώθηκαν κατά το ποσό των 1.800.000 δρχ., όπως ειδικότερα αυτό αναλύεται στην αγωγή. Ζήτησαν δε, να υποχρεωθεί ο εναγόμενος να τους καταβάλει το συνολικό ποσό των 3.600.000 δρχ. ως αποζημίωση και χρηματική τους ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης, με το νόμιμο τόκο από την επίδοση της αγωγής. Με την εκκαλουμένη απόφαση η αγωγή θεωρήθηκε ως αβάσιμη κατ'ουσίαν αποκλείοντας έτσι κάθε πιθανότητα να προσπαθήσουν οι αντίδικοι να έχουν αξιώσεις για παραγραφή της αποζημίωσης καθώς διατάσσεται επί αποζημίωσης αξιώσεις ουδέποτε άρχεται η παραγραφή προ του χρονικού σημείου καθ' όσον επροξενήθη η βλάβη". Η βραχυπρόθεσμη αυτή παραγραφή είναι ειδική, διότι: αναφέρεται μόνον σε εκείνες τις αστικές αξιώσεις που συνδέονται με αθέμιτες ή παράνομες.

Διατακτικό δικαστικής απόφασης:

Στην προκειμένη περίπτωση έχοντας λάβει υπόψιν τα στοιχεία που προσκομήθηκαν στο δικαστήριο κρίνει τον εναγόμενο υπεύθυνο για τη διάδοση ψευδών στοιχείων σε βάρος των εναγόντων και τον υποχρεώνει σε καταβολή συνολικού ποσού 3.000.000 δρχ. ως αποζημίωση για την ηθική τους βλάβη. Επιπροσθέτως, υποχρεούται στην κάλυψη εξόδων ώστε να προβούν οι ενάγοντες σε δημοσίευση του διατακτικού της παρούσας σε μια ημερήσια τοπική εφημερίδα κατά τα οριζόμενα στο διατακτικό.

3.2.2 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί ισχυρισμού ή διάδοσης βλαπτικών ειδήσεων - δυσφήμιση

Δικαστήριο Αρείου Πάγου, ΣΤ΄ Ποινικό Τμήμα

Στον Πειραιά στις 22-10-1997, ο κατηγορούμενος, εν γνώσει της αναλήθειας, ισχυρίστηκε και διέδωσε ως προς την επιχείρηση ετέρου, το πρόσωπο του

ιδιοκτήτη αυτής και τα εμπορεύματα τρίτου, ειδήσεις, που μπορούσαν να βλάψουν την επιχείρηση. Συγκεκριμένα, απέστειλε την από 14-10-1997 επιστολή προς τη Β` Υπηρεσία Προμηθειών Λιμενικού Σώματος (Υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας), η οποία είχε προμηθευτεί 400 βαρέλια διασκορπιστικού πετρελαιοκηλίδων, με διαγωνισμό που είχε κατακυρωθεί στον εγκαλούντα.....νόμιμο εκπρόσωπο διαχειριστή της εταιρίας «.....» και ισχυρίστηκε ψευδώς ότι δήθεν «η αρμόδια Επιτροπή που διενήργησε τον ανωτέρω διαγωνισμό είχε εξαπατηθεί από τον κατηγορούμενο, ο οποίος του παρέδωσε υλικό διαφορετικό από το δείγμα που εστάλη στο ειδικό εργαστήριο, το οποίο εξέδωσε το πιστοποιητικό που είχε προσκομιστεί κατά τον διαγωνισμό, σχετικά με τη σύνθεση του υλικού αυτού. Όλα αυτά όμως, συνεχίζει το Πλημμελειοδικείο, ήταν ψέματα, που γνώριζε ο κατηγορούμενος και που μπορούσαν να βλάψουν την επιχείρηση της προαναφερόμενης εταιρίας, της οποίας ιδιοκτήτης και διαχειριστής είναι ο εγκαλών..... Και με τις σκέψεις αυτές, το Τριμελές πλημμελειοδικείο, κήρυξε ένοχο τον αναιρεσείοντα για την πιο πάνω πράξη της δυσφήμισης³¹.

Διατακτικό δικαστικής απόφασης:

Απορρίπτει την από 12 Ιουλίου 2002 αίτηση του.....για αναίρεση της 2762/2002 απόφασης του Τριμελούς Πλημμελειοδικείου Αθηνών. Και, Καταδικάζει τον αναιρεσείοντα στα δικαστικά έξοδα, που ανέρχονται σε 60.000 δραχμές. Κρίθηκε και αποφασίστηκε, στην Αθήνα, στις 15 Απριλίου 2003. Και δημοσιεύθηκε στην Αθήνα, σε δημόσια συνεδρίαση στο ακροατήριο, στις 10 Μαΐου 2003.

3.3 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΩΝ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΩΝ (άρθρα 13-15 ν 146/1914)

«Όστις κατά τας συναλλαγάς ποιείται χρήσιν ονόματος τινός, εμπορικής επωνυμίας, ή ιδιαιτέρου διακριτικού γνωρίσματος καταστήματος ή βιομηχανικής επιχειρήσεως ή εντύπου τινός κατά τρόπον δυνάμενον να

³¹ Ειδική περίπτωση αθέμιτου ανταγωνισμού) που προβλέπει το άρθρο 12 του ν. 146/1914

προκαλέση σύγχυσι με το όνομα, την εμπορικήν επωνυμίαν ή το ιδιαίτερον διακριτικόν γνώρισμα, άτινα έτερος νομίμως μεταχειρίζεται, δύναται να υποχρεωθή υπό του τελευταίου εις παράλειψιν της χρήσεως. Υποχρεούται δε προς τούτοις απέναντι του ζημιωθέντος εις ανόρθωσιν της προσγενομένης ζημίας, εάν εγνώριζεν ή ώφειλε να γνωρίζη ότι διά της καταχρήσεως ταύτης ηδύνατο να προκληθή σύγχυσις. Προς το ιδιαίτερον διακριτικόν γνώρισμα εξομοιούνται και εκείνα εν γένει εκ των σημείων καταστήματος η επιχειρήσεως τινός, τα οποία θεωρούνται εις τους σχετικούς κύκλους των συναλλαγών ως ιδιαίτερα διακριτικά αυτών. Ως ιδιαίτερον διακριτικόν γνώρισμα θεωρείται και ο ιδιαίτερος διασχηματισμός ή η ιδιαίτερα διακόσμησις των εμπορευμάτων, της συσκευής ή του περικαλύμματος αυτών, εφόσον είναι γνωστά εις τους σχετικούς κύκλους των συναλλαγών ως διακριτικά σημεία των ομοίων εμπορευμάτων άλλου τινός [...](άρθρο 13 ν 146/1914)».

3.3.1 Προϋποθέσεις εφαρμογής

Σκοπός της προστασίας των διακριτικών γνωρισμάτων είναι η αποτροπή ή άρση της σύγχυσης που μπορεί να δημιουργηθεί στις συναλλαγές από τη χρησιμοποίηση χωρίς δικαίωμα από τρίτο των διακριτικών μιας επιχείρησης ή των προϊόντων της ή των διακριτικών που ταυτίζονται ή μοιάζουν με αυτά, ενόψει του ότι η δημιουργία σύγχυσης έχει ως αποτέλεσμα τον επηρεασμό της οικονομικής συμπεριφοράς του καταναλωτή σε βάρος του δικαιούχου του διακριτικού γνωρίσματος και της επιχείρησής του.

Η έκταση προστασίας των διακριτικών γνωρισμάτων δεν μπορεί να υπερβαίνει τα όρια που τίθενται από το δικαιολογημένο συμφέρον τόσο των ανταγωνιστών όσο και των καταναλωτών π.χ. είναι νόμιμη η χρήση διακριτικού γνωρίσματος αλλοδαπής εταιρίας από επιχείρηση που εμπορεύεται νόμιμα τα προϊόντα της στην Ελλάδα, όταν δεν υφίσταται σύμβαση αποκλειστικότητας της πρώτης με άλλη επιχείρηση.

Η ύπαρξη κινδύνου συγχύσεως αποτελεί κοινή προϋπόθεση όλων των διακριτικών γνωρισμάτων και δεν προϋποθέτει σχέση ανταγωνισμού μεταξύ

των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων ή ομοιότητα των προϊόντων τους, αρκεί να υπάρχει κάποια εγγύτητα ή συγγένεια των οικονομικών κλάδων στους οποίους ανήκουν οι αντιμαχόμενες επιχειρήσεις. Ο κίνδυνος σύγχυσης πρέπει να νοηθεί ευρέως, ώστε να μην αποκλείεται ακόμα και όταν η μεταγενέστερη επιχείρηση παράγει ή εμπορεύεται ανόμοια προϊόντα ή υπηρεσία, αφού και στην περίπτωση αυτή ο καταναλωτής μπορεί να σχηματίσει την εντύπωση ότι προέρχονται από την ίδια επιχείρηση ή ότι ανάμεσα στις επιχειρήσεις υπάρχει σχέση συνεργασίας. Απαιτείται, όμως, στην περίπτωση αυτή, για να υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης να υπάρχει κάποια εγγύτητα ή συγγένεια των οικονομικών κλάδων στους οποίους ανήκουν οι αντιμαχόμενες επιχειρήσεις.

Κίνδυνος συγχύσεως υπάρχει όταν, λόγω της ομοιότητας δύο διακριτικών γνωρισμάτων, μπορεί να δημιουργηθεί παραπλάνηση στους συναλλακτικούς κύκλους και συγκεκριμένα σε ένα όχι εντελώς ασήμαντο μέρος των πελατών, όσον αφορά είτε την προέλευση των εμπορευμάτων ή υπηρεσιών από ορισμένη επιχείρηση, είτε την ταυτότητα της επιχείρησης, είτε την ύπαρξη σχέσεως συνεργασίας μεταξύ των δύο επιχειρήσεων, ενώ τέτοια σύγχυση πρέπει να αποφεύγεται, διότι ο σαφής σκοπός του νομοθέτη είναι να αποτρέπονται πλανημένες εντυπώσεις ως προς τη δραστηριότητα μιας επιχείρησης και εκμετάλλευσης της καλής της φήμης από την άλλη.

Για τη στοιχειοθέτηση του κινδύνου της σύγχυσης το δικαστήριο δεν πρέπει να δίνει σημασία και να επικεντρώνεται μόνο στις ομοιότητες των δύο προϊόντων, που είναι πρόσφορες να προκαλέσουν σύγχυση στον μέση παρατηρητικότητα καταναλωτή, αλλά και στις διαφορές τους, που ιδωμένες μαζί με τις ομοιότητες ως σύνολο, ενδεχομένου εμποδίζουν τελικά να επέλθει κίνδυνος συγχύσεως.

Προϋπόθεση για να δημιουργηθεί σύγχυση από τη χρήση διακριτικών γνωρισμάτων είναι να έχουν τα τελευταία διακριτική δύναμη, χωρίς την οποία, άλλωστε, δεν μπορούν να επιτελέσουν τον προορισμό τους. Ο βαθμός της διακριτικής δύναμης προσδιορίζει και την έκταση προστασίας, για αυτό συνηθισμένα σχήματα και υλικά συσκευασιών, γνωρίσματα γένους κλπ. δεν μπορούν αυτοτελώς να προστατευθούν ως διακριτικά γνωρίσματα ή σήματα,

λόγω έλλειψης διακριτικής δύναμης, εκτός αν από το συνδυασμό περισσότερων στοιχείων αποκτήσουν διακριτική δύναμη.

Το διακριτικό γνώρισμα πρέπει να είναι γνωστό στους σχετικούς κύκλους συναλλαγών ως διακριτικό στοιχείο (σημείο) ομοίων εμπορευμάτων άλλης επιχείρησης. Όσο γνωστότερο είναι το διακριτικό γνώρισμα, τόσο μεγαλύτερης προστασίας απολαύει. Συναφώς, γίνεται διάκριση μεταξύ, αφενός ασθενών και αφετέρου ισχυρών διακριτικών γνωρισμάτων, στην κορυφή των οποίων βρίσκονται τα αποκαλούμενα «διακριτικά γνωρίσματα - σήματα, διασχηματισμοί, εμπορικές επωνυμίες, διακριτικοί τίτλοι - φήμης».

Εφόσον ένα διακριτικό γνώρισμα έχει αποκτήσει μεγάλη φήμη, τότε παρέχεται στον ιδιοκτήτη του προστασία, όχι μόνον σε περίπτωση κατά την οποία υφίσταται κίνδυνος σύγχυσης, υπό την προεκτεθείσα έννοια, αλλά και όταν υφίσταται απλώς κίνδυνος εξασθένησής του, δηλαδή κίνδυνος να υποσκαφθεί η φήμη του περί εξόχου προϊόντος, σε περίπτωση κατά την οποία το προϊόν της ανταγωνιστικής επιχείρησης δεν είναι καλής ποιότητας. Τα μεγάλης φήμης και παγκοσμίας φήμης διακριτικά γνωρίσματα απολαύουν μεγαλύτερη προστασία και αυτό διότι το αίτημα προστασίας της διακριτικής και διαφημιστικής τους δύναμης, η οποία αποκτήθηκε με κόπους και έξοδα, κατά εκείνων που εκμεταλλεύονται για δικό τους όφελος την ευμενή ψυχολογική επίδραση την οποία δημιουργεί στο κοινό η ανάμνησή τους, είναι δικαιολογημένο και υφίσταται κίνδυνος εξασθένησεως ή υποσκάψεως αυτών.

Χρήση που μπορεί να οδηγήσει σε σύγχυση είναι η αυτούσια μίμηση και η παραποίηση, δηλαδή η χρησιμοποίηση με μικρές μεταβολές, που δεν αρκούν για να αποτραπεί η σύγχυση. Η παραποίηση μπορεί να είναι οπτική, ηχητική, εννοιολογική ή και συνειρμική, τον δε κίνδυνο σύγχυσης μπορεί να δημιουργήσει η ομοιότητα λέξεων ή και αριθμών, που αποτελούν το γνώρισμα, εικόνων, ήχων, σχημάτων, χρωμάτων, σχεδίων, συσκευασιών, διαφημίσεων. Σημασία έχει η γενική εντύπωση που δημιουργείται και ο κίνδυνος σύγχυσης δεν αποκλείεται όταν η χρησιμοποίηση γίνεται με μικρές παραλλαγές.

Στο δίκαιο των διακριτικών γνωρισμάτων επικρατούν ορισμένες βασικές αρχές, μεταξύ των οποίων δεσπόζουσα θέση έχει η αρχή της

αποκλειστικότητα, η οποία προστατεύει αφενός τον επιχειρηματία από τον κίνδυνο σύγχυσης, αφετέρου το καταναλωτικό κοινό από τον κίνδυνο παραπλάνησης. Με βάση την αρχή αυτή, σε συνδυασμό με την αρχή της καλής πίστης που διέπει και τις σχέσεις των προσώπων κατά τη χρήση των διακριτικών γνωρισμάτων, τα πρόσωπα που χρησιμοποιούν το ίδιο όνομα για τη διάκριση της επιχείρησής ή του καταστήματός τους οφείλουν να χρησιμοποιούν παράλληλα και άλλες ενδείξεις, έτσι ώστε να ξεχωρίζει το ένα όνομα από το άλλο και να αποτρέπεται ο κίνδυνος σύγχυσης.

Η χρήση του προστατευόμενου διακριτικού ονόματος πρέπει να γίνεται κατά τη συμμετοχή του δικαιούχου στις συναλλαγές, ως τέτοια δε συμμετοχή νοείται ευρέως η συμμετοχή στην οικονομική ζωή ακόμη και χωρίς επιδίωξη κέρδους, ενώ η ύπαρξη ανταγωνιστικής σχέσης παρέλκει, αφού δεν απαιτείται από το άρθρο 13 σχέση ανταγωνισμού μεταξύ των εμπλεκομένων. Η συμμετοχή στην οικονομική ζωή δεν εκλαμβάνεται μόνο ως εμπορική δραστηριότητα με την προσφορά και ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών, αλλά καλύπτει όλες τις εκφάνσεις συναλλαγών και συμμετοχής. Ένα μέλος της οικονομικής ζωής συμμετέχει στις συναλλαγές, όταν με τη δραστηριότητα του και τις πρωτοβουλίες του συνδιαμορφώνει ενεργά τις συναλλαγές και επηρεάζει ή συμπροσδιορίζει τους όρους και τους κανόνες με τους οποίους αυτές διενεργούνται. Τέτοιο μέλος της οικονομικής ζωής μπορεί να είναι και μια ένωση καταναλωτών, η οποία με τη δραστηριότητα της στα πλαίσια των σκοπών της (συλλογικές αγωγές, ενημέρωση καταναλωτών, άσκηση εποπτικού ελέγχου, κινητοποίηση αρμόδιων φορέων), συμμετέχει ενεργά στις συναλλαγές συνδιαμορφώνοντας την οικονομική ζωή και τους κανόνες που τη διέπουν. Όταν κάποιος χρησιμοποιεί παράνομα το όνομα - διακριτικά γνωρίσματα μιας ένωσης καταναλωτών, δυνάμενος να δημιουργήσει σύγχυση στις συναλλαγές ως προς το όνομα και την ταυτότητα του εκμεταλλευόμενος προς ίδιο όφελος τη φήμη και την αξιοπιστία της, θίγονται έτσι εκτός από το δικαίωμα της ένωσης επί των διακριτικών γνωρισμάτων της και το γενικότερο καταναλωτικό συμφέρον, τότε η ένωση αυτή, πέραν και παράλληλα από της ίδιας αξίωσής της εναντίον του για παράλειψη της χρήσης των διακριτικών γνωρισμάτων τα κατ' άρθρο 13 παρ. 1 ν 146/14, μπορεί να ασκήσει και αγωγή

(αξίωση) για την προστασία των γενικότερων συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού, το οποίο εκφράζει, δηλαδή τη συλλογική αγωγή.

Βάσει της διάταξης του άρθρου 13 παρ. 1 του ν. 146/14 παρέχεται προστασία κατά την αρχή της χρονικής προτεραιότητας στον πρώτο ο οποίος έκανε χρήση της επωνυμίας ή του διακριτικού γνωρίσματος κατά τρόπο που μπορεί να προκαλέσει σύγχυση, διότι ο μέσος καταναλωτής βάσει του ενδιαφέροντος, της προσοχής του και της εν γένει εντυπώσεως από το πρώτο διακριτικό γνώρισμα διαπλάθει μία εικόνα, η οποία συνδέεται με την από άλλον μεταγενέστερη χρησιμοποίηση του διακριτικού γνωρίσματος. Αντίθετα, η δυνατότητα σύγχυσεως και συνεπώς προστασία, αποκλείεται εάν το διακριτικό γνώρισμα χρησιμοποιείται για μεγάλο χρονικό διάστημα αδιατάρακτα ή δεν είναι ικανό να προκαλέσει σύγχυση στις συναλλαγές. Ο παραβάτης των διατάξεων του ν.146/14 μπορεί να υποχρεωθεί σε παράλειψη χρήσεως του διακριτικού γνωρίσματος, από το οποίο μπορεί να προκληθεί η σύγχυση ή και σε αποζημίωση εκείνου που ζημιώθηκε, αν γνώριζε ή όφειλε να γνωρίζει ότι με τη χρήση αυτή μπορούσε να προκληθεί σύγχυση.

3.3.2 Επωνυμία – Διακριτικός τίτλος

Απαγορεύεται η χρησιμοποίηση από έμπορο, με σκοπό τον ανταγωνισμό, επωνυμίας ή διακριτικού τίτλου, με τους οποίους ο έμπορος αυτός εμφανίζεται στις συναλλαγές στην ελληνική επικράτεια ή σε ορισμένη περιοχή αυτής, κατά τρόπο, που μπορεί να προκαλέσει στους σχετικούς συναλλακτικούς κύκλους σύγχυση ως προς την επωνυμία ή τον διακριτικό τίτλο, αντίστοιχα, που χρησιμοποιεί από προηγούμενο χρόνο νομίμως στην ίδια επικράτεια ή στην ίδια περιοχή αυτής, αντίστοιχα, άλλος έμπορος.

Από τις διατάξεις των άρθρων 4 παρ. 1-2 και 8 εδάφ. α' του ν. 1089/80 προκύπτει ότι όποιος επικαλείται προτεραιότητα καταχωρίσεως της εμπορικής του επωνυμίας, δικαιούται να ζητήσει την απαγόρευση χρήσης της χρονικά μεταγενέστερης επωνυμίας, εφόσον επικαλείται και αποδεικνύει κίνδυνο σύγχυσης από την χρήση της τελευταίας. Τη σχετική αγωγή και, αν υπάρχει

επείγουσα περίπτωση, την αίτηση λήψεως ασφαλιστικών μέτρων νομιμοποιείται να ασκήσει ο φορέας του δικαιώματος της εμπορικής επωνυμίας. Εξάλλου, το ίδιο δικαίωμα μπορεί να θεμελιωθεί και στις διατάξεις των άρθρων 13 εδάφ. α' και 14 τελευταίο εδάφιο του ν. 146/14, εναντίον εκείνου που χρησιμοποιεί στις συναλλαγές εμπορική επωνυμία άλλου προσώπου, έτσι ώστε, παρά την επουσιώδη παραλλαγή, να δημιουργείται από τη χρήση της αντικειμενικά δυνατότητα προκλήσεως στο κοινό σύγχυσης των επωνυμιών ως προς τη σημασία τους για την εξατομίκευση των φορέων τους, δηλαδή των αντίστοιχων επιχειρήσεων.

Από τη διάταξη του άρθρου 13 παρ. 1 του ν. 146/14 προκύπτει ότι απαγορεύεται η χρησιμοποίηση από κάποια επιχείρηση του ονόματος ή της εμπορικής επωνυμίας της κατά τέτοιο τρόπο που μπορεί να προκαλέσει σύγχυση προς το όνομα ή την εμπορική επωνυμία, τα οποία χρησιμοποιεί νόμιμα άλλη επιχείρηση. Ο παραβάτης μπορεί να υποχρεωθεί σε παράλειψη της χρήσεως του ονόματος ή της εμπορικής επωνυμίας που μπορεί να επιφέρει την προεκτεθείσα σύγχυση ή και σε αποζημίωση του ζημιωθέντος, αν γνώριζε ή όφειλε να γνωρίζει ότι από τη χρήση αυτή μπορεί να προκληθεί σύγχυση. Το δικαίωμα στην προστασία της εμπορικής επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου είναι απόλυτο, ώστε κάθε προσβολή του είναι παράνομη, εφόσον δεν υπάρχει λόγος που αίρει τον παράνομο χαρακτήρα. Για την προστασία της αξιώσεως του δικαιούχου για άρση και παράλειψη της προσβολής δεν απαιτείται ο προσβάλλον να ενεργεί με υπαιτιότητα, ώστε για τη θεμελίωση της αξιώσεως για παράλειψη, όταν ο ενάγων επικαλείται τη συνδρομή της δυνατότητας να επέλθει σύγχυση, αρκεί ότι γίνεται χρήση της επωνυμίας κατά τρόπο που αντικειμενικά μπορεί να προκαλέσει σύγχυση. Το δικαίωμα στην εμπορική επωνυμία και τον διακριτικό τίτλο αποκτάται κατά το ουσιαστικό σύστημα, με την προτεραιότητα στην πραγματική χρησιμοποίησή της στις συναλλαγές, ενώ η καταχώριση έχει απλώς δηλωτική σημασία και αποτελεί μαχητό τεκμήριο για το ότι αυτός που την ενέγραψε πρώτος είναι ο πραγματικός δικαιούχος. Όταν ο προσβάλλον ενεργεί με υπαιτιότητα και ιδίως με πρόθεση να επιφέρει σύγχυση και να επωφεληθεί από τα

πλεονεκτήματα της προσβαλλόμενης επωνυμίας, τότε παρέχεται στον δικαιούχο αξίωση αποζημίωσης κατά τις περί αδικοπραξιών διατάξεις.

Το δικαίωμα στην επωνυμία αποκτάται με τη χρησιμοποίηση στις συναλλαγές, μπορεί δε η επωνυμία, εάν έχει ονοματική ικανότητα και διακριτική δύναμη και χρησιμοποιείται στις συναλλαγές, συντρέχει δε και το στοιχείο της πρόκλησης κινδύνου σύγχυσης, να προστατεύεται ως διακριτικός τίτλος κατά το άρθρο 13 του ν. 146/14. Μπορεί όμως να μη χρησιμοποιείται ολόκληρο το όνομα ή η επωνυμία, αλλά ένα χαρακτηριστικό τμήμα του ή αρχικά στοιχεία ή συντμήσεις. Όταν αυτά τα στοιχεία κ.λπ. χρησιμοποιούνται αυτοτελώς, δηλαδή παράλληλα με την επωνυμία, πρέπει να προστατεύονται αυτά κατά το άρθρο 13 του ν. 146/14, υπό την προϋπόθεση ότι έχουν διακριτική δύναμη και επιτελούν ονοματική λειτουργία. Αν τα παραπάνω χρησιμοποιούνται ως τμήματα σύνθετης επωνυμίας, μπορούν να προστατευθούν βάσει του πιο πάνω άρθρου εφόσον το τμήμα έχει αυτό καθαυτό διακριτική δύναμη και προσδιορίζει στις συναλλαγές τη συγκεκριμένη επιχείρηση.

Διακριτικός τίτλος είναι λέξη πραγματική ή φανταστική, ή ονομασία που μπορεί να αναφέρεται στην επωνυμία, στην τοποθεσία του καταστήματος, σε ορισμένο κύκλο πελατών, σε τοπική προέλευση κ.λπ., αποσκοπεί δε στην εξατομίκευση και διάκριση της επιχείρησης ή του καταστήματος. Το δικαίωμα, επί του διακριτικού τίτλου, ως προς τη φύση του, είναι δικαίωμα επί άυλου αγαθού, η άσκηση του οποίου όμως προϋποθέτει λειτουργία της επιχείρησης. Το δικαίωμα επί του διακριτικού τίτλου μπορεί να μεταβιβαστεί μόνο μαζί με την επιχείρηση, ισχύει δηλ. εδώ ό,τι και επί της επωνυμίας, πρέπει όμως να λαμβάνεται μέριμνα ώστε να μην παραπλανάται το κοινό. Δυνατή είναι και η παραχώρηση άδειας χρήσεως του δικαιώματος επί του διακριτικού τίτλου, μαζί όμως με την επιχείρηση. Κυρίως θα συμβεί αυτό με μίσθωση της επιχείρησης και πάντως πρέπει να λαμβάνονται πρόσφορα μέτρα προς αποφυγή παραπλάνησης του κοινού. Αναγκαία προϋπόθεση για την προστασία του διακριτικού τίτλου είναι να έχει αυτός διακριτική δύναμη. Το χαρακτήρα αυτό δεν έχουν συνηθισμένα ονόματα, λέξεις της καθομιλουμένης, γενικές περιγραφικές ή γεωγραφικές δηλώσεις που διακρίνουν ολόκληρους

κλάδους εμπορίου ή κατηγορία επιχειρήσεων ή καταστημάτων, απλές χωρίς ιδιορρυθμία απεικονίσεις των πωλουμένων προϊόντων ή άλλες ενδείξεις που χρησιμοποιούνται για τη δήλωση της προέλευσης ή της ποιότητας του εμπορεύματος.

Ένα διακριτικό γνώρισμα για να προστατευτεί ως διακριτικός τίτλος κατά τις διατάξεις του άρθρου 13 του ν. 146/14 πρέπει: α) να έχει διακριτική δύναμη, β) να χρησιμοποιείται στις συναλλαγές και γ) να υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης. Ακόμη, προϋπόθεση προστασίας του διακριτικού τίτλου, πέρα από την πρόκληση κινδύνου σύγχυσης και την ύπαρξη διακριτικής δύναμης, είναι να μην είναι ο διακριτικός τίτλος παραπλανητικός.

Κατά τη διάταξη του άρθρου 13 παρ. 1 του ν. 146/14 προστατεύεται και το ιδιαίτερο διακριτικό γνώρισμα καταστήματος ή βιομηχανικής επιχείρησης, που είναι μια λεκτική (λέξη πραγματική ή φανταστική ή ονομασία που αναφέρεται είτε στην επωνυμία είτε σε ορισμένο κύκλο πελατών είτε σε ορισμένη τοπική προέλευση κ.λπ.) ή παραστατική ένδειξη, με την οποία εξατομικεύεται και διακρίνεται ονοματικά η όλη επιχείρηση ή κλάδος αυτής ή μόνο το κατάστημα, αποσκοπεί δε στην αποφυγή της σύγχυσης της επιχείρησης που παράγει ή γενικά εμπορεύεται το προϊόν που προέρχεται από αυτήν. Τα διακριτικά γνωρίσματα, που αποτελούν μέσα εξειδίκευσης, προστατεύονται από τις διατάξεις του ν. 146/14, με σκοπό την παρεμπόδιση της εκμετάλλευσης ξένης φήμης και συγχρόνως την προφύλαξη του καταναλωτικού κοινού από τον κίνδυνο σύγχυσης.

Ο παραβάτης της απαγορεύσεως του άρθρου 13 ν. 146/1914 μπορεί να υποχρεωθεί έναντι του άλλου εμπόρου σε παράλειψη της χρήσης της επωνυμίας ή του διακριτικού τίτλου. Η κατά τα ανωτέρω ευνοϊκή για αυτόν τον άλλο έμπορο ρύθμιση ισχύει και όταν ακόμη αυτός έχει αποκτήσει σε κράτος μέλος της προαναφερόμενης συμβάσεως των Παρισίων διαφορετικό της Ελλάδος, λ.χ. στο Ηνωμένο Βασίλειο, την επωνυμία, όχι όμως και τον διακριτικό τίτλο, διότι αφενός δεν υπάρχει αντίστοιχη πρόβλεψη στην ανωτέρω Σύμβαση και αφετέρου η άσκηση του επί του τίτλου δικαιώματος προϋποθέτει λειτουργία της αντίστοιχης επιχείρησης ή κλάδου ή καταστήματος αυτής στην ελληνική επικράτεια ή σε ορισμένη περιοχή της.

3.3.2.1 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί εμπορικής επωνυμίας

Μονομελές Πρωτοδικείο Πειραιά 2106/1999

Στην προκειμένη περίπτωση στην κρινόμενη αίτηση εκτίθεται ότι η πρώτη καθής, από τον Αύγουστο του 1997 που ιδρύθηκε, χρησιμοποιούσε στις εμπορικές της συναλλαγές τον διακριτικό της τίτλο. "P.G." με τον οποίο και ήταν γνωστή ως εταιρία εμπορίας πετρελαιοειδών. Ότι μετά τη σύσταση της δεύτερης αιτούσας η εν λόγω καθής, με σκοπό ανταγωνισμού, χρησιμοποιεί κατά τις συναλλαγές όχι το μέχρι τότε χρησιμοποιούμενο διακριτικό της τίτλο, αλλά την εμπορική της επωνυμία, η οποία ταυτίζεται με την επωνυμία της δεύτερης αιτούσας και μάλιστα κατά τρόπο που προκαλεί σύγχυση ως προς την προέλευση των προϊόντων και των παρεχομένων υπηρεσιών, αφού δεν προσθέτει στην επωνυμία και την εταιρική της μορφή ως ΕΠΕ, με αποτέλεσμα το καταναλωτικό κοινό να θεωρεί ότι πρόκειται περί της δεύτερης αιτούσας ή περί θυγατρικής της και να προκαλείται παραπλάνηση και εκμετάλλευση της εμπορικής πίστης που παρέχει η εν λόγω αιτούσα ως κρατική εταιρία. Ότι πέραν της συγχύσεως που προκαλείται από τη χρήση της επωνυμίας της δεύτερης αιτούσας, η καθής, στα διαφημιστικά της φυλλάδια, έχει κάνει χρήση της μακέτας του βυτιοφόρου της πρώτης αιτούσας, με τα χρώματα μπλε, κόκκινο και άσπρο, που αυτή χρησιμοποιεί, με αποτέλεσμα να δημιουργείται σύγχυση και η πεπλανημένη εντύπωση ότι η καθής διατηρεί σχέση συνεργασίας με την πρώτη αιτούσα, της οποίας διακριτικό γνώρισμα αποτελεί το βυτιοφόρο με τα προαναφερθέντα χρώματα.

Στη συνέχεια η πρώτη καθής, τουλάχιστον μέχρι τις 15.5.1998, χρησιμοποιούσε στις συναλλαγές της το διακριτικό της τίτλο "P.G.". Μετά την ημεροχρονολογία αυτή, προφανώς επειδή πληροφορήθηκε τη σύσταση της δεύτερης καθής, σταμάτησε να χρησιμοποιεί το διακριτικό της τίτλο και άρχισε να χρησιμοποιεί μόνο την επωνυμία της, χωρίς μάλιστα να προσθέτει σε αυτήν και τον τύπο της εταιρικής της μορφής. Τούτο προκύπτει από τα προσκομιζόμενα από την ίδια τηλετυπήματά της - προτάσεις προς κατάρτιση

συμβάσεων με τους συναλλασσόμενους με αυτήν, αλλά και από τις κάρτες που χρησιμοποιούσε ο νόμιμος εκπρόσωπός της, δεύτερος καθού, στις οποίες αναφέρεται μόνο ο διακριτικός της τίτλος.

Στη συνέχεια η εν λόγω καθής στα διαφημιστικά της φυλλάδια για τη χειμερινή περίοδο του 1998 αντέγραψε τη μακέτα του βυτιοφόρου της πρώτης καθής. Έτσι στα φυλλάδια αυτά είναι τυπωμένο το βυτιοφόρο της πρώτης καθής με τις ίδιες διαστάσεις και τα ίδια χρώματα, με τη διαφορά ότι αντί να αναγράφει επάνω του τα διακριτικά της, ήτοι Ε., αναγράφει την επωνυμία της πρώτης καθής με κεφαλαία γράμματα χωρίς προσθήκη της εταιρικής της μορφής, ήτοι αναγράφει "Ε.Π.", ενώ δεν κάνει καθόλου χρήση του διακριτικού της τίτλου. Με τη συμπεριφορά της όμως αυτή η καθής παραπλανά το καταναλωτικό κοινό, το οποίο υπολαμβάνει ότι η καθής ανήκει στον όμιλο εταιριών των αιτουσών. Γι' αυτό και θα πρέπει να σταματήσει να χρησιμοποιεί το διακριτικό της πρώτης αιτούσας, ήτοι την προαναφερθείσα μακέτα του βυτιοφόρου της, αφού το σχήμα του βυτιοφόρου αυτού έχει επικρατήσει στις συναλλαγές ως διακριτικό γνώρισμα της προέλευσης πετρελαιοειδών από την πρώτη καθής και η χρήση του από την καθής προκαλεί κίνδυνο συγχύσεως.

Όσον αφορά στην επωνυμία της η καθής, παρά το ότι προηγείται από τη δεύτερη καθής κατά το τυπικό σύστημα, αφού έχει καταθέσει, όπως προαναφέρθηκε, από 21.8.1997 την επωνυμία της, πραγματική χρήση της άρχισε να κάνει ταυτόχρονα με τη δεύτερη καθής και μάλιστα κατά τρόπο αθέμιτο, καθόσον με τη μη αναγραφή του τύπου της εταιρικής της μορφής επιδίωκε, εκμεταλλεόμενη την πίστη που παρέχει η δεύτερη καθής ως κρατική εταιρία, να έχει εμπορικά οφέλη, αφού η χρήση της επωνυμίας αυτής προκαλεί σύγχυση στο καταναλωτικό κοινό ως προς την προέλευση των παρεχομένων υπηρεσιών, που βάσιμα υπολαμβάνει ότι προέρχονται από τη δεύτερη καθής, η ύπαρξη της οποίας έγινε ταυτόχρονα με τη σύστασή της παγκοίμως γνωστή, ενώ πρόσφατα έχει εισαχθεί και στο χρηματιστήριο.

Πλην όμως ενόψει της περίπου ταυτόχρονης ουσιαστικής χρήσεως της επωνυμίας τους από τις εν λόγω διαδίκους, δεν έχει καμία από αυτές ισχυρότερο δικαίωμα για την αποκλειστική χρήση της επωνυμίας, από καμία

δε διάταξη νόμου δεν προκύπτει, ούτε καν εθιμικά έχει καθιερωθεί³² ότι λέξεις όπως Εθνικός, Ελληνικός κ.λπ. χρησιμοποιούνται μόνο από κρατικές εταιρίες, όπως αβάσιμα υποστηρίζει η δεύτερη αιτούσα. Για αυτό και η πρώτη καθής έχει δικαίωμα να χρησιμοποιεί την επωνυμία, πλην όμως για την αποφυγή συγχύσεως του καταναλωτικού κοινού, με την επωνυμία της δεύτερης αιτούσας, θα πρέπει να υποχρεωθεί να χρησιμοποιεί μαζί με την επωνυμία της, τον τύπο της εταιρικής της μορφής ως ΕΠΕ καθώς και το διακριτικό της τίτλο "P.G.", ενώ θα πρέπει να σταματήσει να χρησιμοποιεί στα διαφημιστικά της φυλλάδια και το λοιπό έντυπο υλικό της, το διακριτικό της πρώτης αιτούσας βυτιοφόρο.

Η παραπάνω αθέμιτη συμπεριφορά της πρώτης καθής πιθανολογείται ότι είναι γνωστή στις αιτούσες τουλάχιστον από το τέλος Δεκεμβρίου, που αυτή (καθής) άσκησε κατά της δεύτερης αιτούσας, σχετική περί της επωνυμίας της αναγνωριστική αγωγή στο Πολυμελές Πρωτοδικείο Αθηνών. Έκτοτε όμως δεν έχει συμπληρωθεί ο δμηνος χρόνος παραγραφής του άρθρου. Περαιτέρω ο υποβαλλόμενος από την καθής ισχυρισμός περί μη δυνατότητας εκδόσεως αποφάσεως από πολιτικά δικαστήρια εωσότου εκδοθεί απόφαση του δικαστηρίου σημάτων περί αποδοχής του κατατεθέντος σήματος της, ερείδεται επί της εσφαλμένης προϋποθέσεως ότι η παρούσα δίκη αφορά σε προσωρινή αναγνώριση σήματος, πράγμα όμως που δεν συμβαίνει και το οποίο πράγματι δεν επιτρέπεται, κατά την επικαλούμενη διάταξη του άρθρου 32 του Ν 2239/1994, αφού κατ' αυτήν τα πολιτικά δικαστήρια, δεν έχουν εξουσία να κρίνουν ούτε και παρεμπιπτόντως για θέματα που ανάγονται στην κτήση, μεταβίβαση και απώλεια του δικαιώματος στο σήμα³³. Πλην όμως πρέπει να λεχθεί ότι εφόσον δεν υφίσταται απόφαση του δικαστηρίου σημάτων, ο χρήστης σήματος απολαμβάνει της προστασίας του αθέμιτου του ανταγωνισμού περί διακριτικών γνωρισμάτων³⁴.

Διατακτικό δικαστικής απόφασης:

³² ΕφΠειρ 231/1980 ΕΝΔ 8, 207

³³ Λιακόπουλος, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, σελ. 157, ΠΠρΑΘ 2506/1995 ΕΕμπΔ ΜΣΤ', 313

³⁴ Λιακόπουλος, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, σελ. 55 επ., ΜΠρ-ΑΘ 1802/1996 ΕΕμπΔ ΜΘ', 381

Ενόψει των προεκτεθέντων συντρέχει κατεπείγουσα περίπτωση να ρυθμιστεί προσωρινά η κατάσταση, που έχει δημιουργηθεί από την προαναφερθείσα αθέμιτα ανταγωνιστική συμπεριφορά της καθής και να υποχρεωθεί αυτή να προβεί στις αναφερόμενες παραπάνω ενέργειες (προσθήκη στην επωνυμία της εταιρικής της μορφής ως ΕΠΕ και του διακριτικού της τίτλου "P.G.", μη χρήση της μακέτας του βυτιοφόρου της πρώτης αιτούσας). Ακόμη θα πρέπει να κατασχεθούν τα ευρισκόμενα στην κατοχή της καθής ή οποιουδήποτε τρίτου διαφημιστικά της φυλλάδια, που φέρουν τη μακέτα του βυτιοφόρου της πρώτης αιτούσας και να απειληθεί κατά του δεύτερου καθού, νόμιμου εκπροσώπου της πρώτης, χρηματική ποινή 200.000 δραχμών, για κάθε παράβαση των διατάξεων της παρούσας αποφάσεως³⁵, ενώ ακόμη θα πρέπει να επιτραπεί στις αιτούσες να προβούν, με έξοδα της πρώτης καθής σε δημοσίευση του διατακτικού της παρούσας σε δύο ημερήσιες εφημερίδες πανελλήνιας κυκλοφορίας, κατά τα οριζόμενα στο διατακτικό³⁶. Τα δικαστικά έξοδα των αιτουσών βαρύνουν την πρώτη καθής, λόγω της ήττας της³⁷. (Δέχεται την αίτηση.)

3.3.2.2 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί Διακριτικού Τίτλου

Μονομελές Πρωτοδικείο Λάρισας 3270/2003

Εν προκειμένω, η αιτούσα με την υπό κρίση αίτησή της ισχυρίζεται ότι δικαιούται νόμιμα, έχοντας προτεραιότητα στη χρήση, να χρησιμοποιεί για την επιχείρηση κομμωτηρίου, που διατηρεί στη Λάρισα, τον διακριτικό τίτλο "angel's hair care & style". Ότι και η καθής η αίτηση χρησιμοποιεί τον ίδιο διακριτικό τίτλο με διαφορά μίας λέξεως μόνο, δηλ. αντί για την λέξη "style" την λέξη "salom", για την ομοειδή επιχείρηση που διατηρεί επίσης στη Λάρισα, με αποτέλεσμα, λόγω της ταυτότητας της επιχειρηματικής δραστηριότητας και του τόπου δραστηριοποίησεως, να γεννάται κίνδυνος

³⁵ ΕφΑθ 3238/1998 ΕΛΔ 39, σελ. 344 και 1334

³⁶ Άρθρα 22 Ν 146/1914 και 732 ΚΠολΔ

³⁷ Άρθρ. 176 ΚΠολΔ

συγχύσεως του κοινού για τον φορέα κάθε επιχειρήσεως. Για τους λόγους αυτούς, επικαλούμενη κατεπείγουσα περίπτωση, ζητά να ληφθούν ασφαλιστικά μέτρα ώστε να απαγορευθεί προσωρινά να χρησιμοποιεί η καθής η αίτηση τον διακριτικό τίτλο "angels hair salom", με την απειλή ποινών έμμεσης εκτέλεσης (προσωπικής κρατήσεως και χρηματικής ποινής). Η υπόθεση εκδικάζεται κατά την ειδική διαδικασία των άρθρων 683 ΚΠολΔ και το δικαστήριο είναι υλικά και τοπικά αρμόδιο³⁸. Σύμφωνα δε και με τις προαναφερόμενες αιτιολογίες, η αίτηση είναι νόμιμη.

Ο καθού η αίτηση με την από 24.6.2003 και με αριθμό καταθέσεως δικογράφου 1940/2003 ανταίτηση ισχυρίζεται ότι δικαιούται νόμιμα, έχοντας προτεραιότητα στη χρήση, να χρησιμοποιεί για την επιχείρηση κομμωτηρίου, που διατηρεί στη Λάρισα, τον διακριτικό τίτλο "Angel`s hair salom". Οτι και η καθής η αίτηση χρησιμοποιεί τον διακριτικό τίτλο "angels hair care & style", για την ομοειδή επιχείρηση που διατηρεί επίσης στη Λάρισα. Ότι η λέξη "angels", που περιέχεται στον διακριτικό τίτλο της επιχειρήσεως της καθής η ανταίτηση, δημιουργεί την εντύπωση ότι η επιχείρηση της καθής η ανταίτηση αποτελεί υποκατάστημα ή συνεργαζόμενη επιχείρηση με την δική της, με αποτέλεσμα, λόγω της ταυτότητας της επιχειρηματικής δραστηριότητας και του τόπου δραστηριοποίησεως, να γεννάται κίνδυνος συγχύσεως του κοινού για τον φορέα κάθε επιχειρήσεως. Για τους λόγους αυτούς, επικαλούμενη κατεπείγουσα περίπτωση, ζητά να ληφθούν ασφαλιστικά μέτρα ώστε να απαγορευθεί προσωρινά να χρησιμοποιεί η καθής η αίτηση στον διακριτικό τίτλο της επιχειρήσεώς της την λέξη "angels", με την απειλή ποινών έμμεσης εκτέλεσης (προσωπικής κρατήσεως και χρηματικής ποινής). Η υπόθεση εκδικάζεται κατά την ειδική διαδικασία των άρθρων 683 επ. ΚΠολΔ και το δικαστήριο είναι υλικά και τοπικά αρμόδιο³⁹. Σύμφωνα δε και με τις προαναφερόμενες αιτιολογίες, η ανταίτηση είναι νόμιμη και στηρίζεται στα άρθρα 13 εδ. α και 14 εδ. τελευταίο ν. 146/1914, σε συνδυασμό με τα άρθρα 735 και 947 ΚΠολΔ, διότι η ανταιτούσα θεμελιώνει το δικαίωμά της επί του

³⁸ Άρθρα 22,683 ΚΠολΔ

³⁹ Άρθρα 22, 683 ΚΠολΔ

ένδικου διακριτικού τίτλου μόνον στην προτεραιότητα χρήσεως. Πρέπει περαιτέρω να ερευνηθεί και για την ουσιαστική της βασιμότητα.

Από τις ένορκες καταθέσεις των μαρτύρων στο ακροατήριο του δικαστηρίου και τα έγγραφα που οι διάδικοι επικαλούνται και προσκομίζουν και την όλη συζήτηση της υπόθεσης πιθανολογήθηκαν τα ακόλουθα: Η καθής η αίτηση - ανταιτούσα ήδη από το 1994 διατηρούσε κομμωτήριο αρχικά στην συμβολή των οδών Ήρας και Σκίπη της πόλης της Λάρισας και στην συνέχεια από το έτος 1997 μέχρι την συζήτηση της αίτησης στην οδό Ήρας αριθ. 2, για την διάκριση του οποίου είχε καθιερώσει δια της χρήσεως ως διακριτικό τίτλο την λέξη κομμωτήριο στα γαλλικά και το βαπτιστικό της όνομα στα ελληνικά αλλά με γερμανική προφορά, δηλαδή "coiffure Αγγέλικά". Τον μήνα Νοέμβριο του 2002 τροποποίησε τον ως άνω διακριτικό τίτλο του κομμωτηρίου της, χρησιμοποιώντας τις ίδιες λέξεις αλλά στην αγγλική γλώσσα αυτή την φορά, δηλ. τον άλλαξε σε "Angel's hair salom> και έκτοτε χρησιμοποιεί στις συναλλαγές της τον τελευταίο αυτό τίτλο. Παράλληλα, η αιτούσα καθής η ανταίτηση ομόρρυθμη εταιρία με την επωνυμία "Αφές Χ. ΟΕ", που συστήθηκε με το από 8.9.1992 εταιρικό, το οποίο δημοσιεύθηκε νόμιμα στα βιβλία εταιριών του Δικαστηρίου τούτου με αύξ. αριθ. 612/1992, διατηρεί επίσης ομοειδή επιχείρηση κομμωτηρίου στην Λάρισα επί της οδού Μανδηλαρά αριθ. 36, για την διάκριση της οποίας μέχρι τον Φεβρουάριο του έτους 2003 χρησιμοποιούσε τον διακριτικό τίτλο "Μαρία και Ελένη". Κατά μήνα Φεβρουάριο όμως του 2003 άρχισε να χρησιμοποιεί ως διακριτικό τίτλο την αγγλική φράση "angels hair care & style" και με το από 4.6.2003 ιδιωτικό συμφωνητικό που δημοσιεύθηκε στα βιβλία εταιριών του Πρωτοδικείου Λάρισας με αύξ. αριθ. 281/6.6.2003 πρόσθεσε στην παραπάνω επωνυμία της τον διακριτικό τίτλο "maria & eleni h. - angels hair care and style". Η χρησιμοποίηση όμως από την αιτούσα - καθής η ανταίτηση στον διακριτικό τίτλο της επιχείρησής της, με υπερμεγέθη μάλιστα στοιχεία, της λέξεως "angels" είναι δυνατόν να δημιουργήσει την εντύπωση ότι η καθής η ανταίτηση αποτελεί ένα δεύτερο κατάστημα της επιχειρήσεως της ανταιτούσας ή συνεργαζόμενη με την δική της επιχείρηση (δηλ. το κομμωτήριο της Angel's (Αγγελικής στα Ελληνικά) και όχι της Μαρίας - Ελένης. Και τούτο γιατί η

ανταιτούσα δραστηριοποιείται επί εννέα και πλέον έτη στην Λάρισα χρησιμοποιώντας το βαπτιστικό της όνομα Αγγέλικά, αρχικά στα ελληνικά αλλά με γερμανική προφορά και ακολούθως στα αγγλικά και η καθής η ανταίτηση ασκεί τις δραστηριότητές της χρησιμοποιώντας τα βαπτιστικά ονόματα των ομορρύθμων μελών της (δηλ. "Μαρία - Ελένη"). Με βάση λοιπόν τα παραπάνω η νόμιμη φορέας του δικαιώματος χρήσεως της ένδικης λέξεως ("Angel`s") στον διακριτικό της τίτλο είναι η καθής η αίτηση - ανταιτούσα.

Διατακτικό δικαστικής απόφασης:

Σύμφωνα με τα προαναφερόμενα, η αίτηση πρέπει να απορριφθεί ως ουσιαστικά αβάσιμη και να επιβληθούν τα δικαστικά έξοδα της καθής η αίτηση σε βάρος της ηττημένης αιτούσας. Περαιτέρω πρέπει να γίνει δεκτή η ανταίτηση ως ουσιαστικά βάσιμη κατά τα οριζόμενα στο διατακτικό. Η δικαστική δαπάνη της ανταιτούσας βαρύνει την ηττημένη καθής η ανταίτηση.

3.3.3 Διασχηματισμός

Ιδιαίτερο διακριτικό γνώρισμα θεωρείται το ιδιαίτερο σχήμα, υπό το οποίο ο έμπορος εμφανίζει στην αγορά αυτό το προϊόν ή το δοχείο στο οποίο περιέχεται το προϊόν, ή το περικάλυμμα αυτού, ακόμη και ο ιδιαίτερος χρωματισμός των ανωτέρω και εν γένει κάθε επί του εμπορεύματος, της συσκευασίας ή του περικαλύμματος γενομένη προσθήκη, από την οποία δύναται να διακριθεί ορισμένο εμπόρευμα ως προερχόμενο από ορισμένη επιχείρηση. Ο ιδιαίτερος διασχηματισμός και η διακόσμηση των προϊόντων για να τύχουν προστασίας δεν σημαίνει ότι απαιτείται να έχουν τις ιδιότητες του νέου και της πρωτοτυπίας, αλλά αρκεί ο ελάχιστος εκείνος βαθμός ιδιοτυπίας, ο οποίος επιτρέπει κάθε φορά να διακρίνεται από το διασχηματισμό ότι ορισμένο προϊόν προέρχεται από ορισμένη επιχείρηση.

Δεν προστατεύονται ως διασχηματισμός, διαμορφωτικά στοιχεία που επιτελούν τεχνική λειτουργία, δηλαδή τα στοιχεία του εμπορεύματος ή της συσκευασίας, τα οποία είναι απαραίτητα για τη δυνατότητα παραγωγής του

εμπορεύματος ή της εκπλήρωσης του σκοπού χρήσεως ή χρησιμότητας του εμπορεύματος. Τα προϊόντα αυτά απευθύνονται σε εξειδικευμένους εμπόρους - κατασκευαστές και δεν είναι δυνατή η πρόκληση σύγχυσης στο ευρύ καταναλωτικό κοινό. Ο διασχηματισμός του εμπορεύματος, με τον οποίο αυτό έχει καθιερωθεί στις συναλλαγές ως προϊόν της συγκεκριμένης επιχείρησης, αποτελεί το διακριτικό του γνώρισμα από άλλα ομοειδή. Εφόσον προκαλείται σύγχυση στον μέσο καταναλωτή με αποτέλεσμα να παρασύρεται στην αγορά των ομοίων προϊόντων από την ύπαρξη ουσιωδών ομοιοτήτων και όχι επουσιωδών διαφορών, θεωρείται ότι το ανταγωνιστικό προϊόν διατίθεται στο κοινό κατά παράβαση των διατάξεων περί αθέμιτου ανταγωνισμού. Εφόσον η ιδιαίτερη διακόσμηση και η εξωτερική εμφάνιση της συσκευασίας και του περιεκλύμματος των εμπορευμάτων που είναι γνωστή στους συναλλασσόμενους ως ιδιαίτερο διακριτικό γνώρισμα εμπορευμάτων ορισμένης επιχείρησης, χρησιμοποιείται από άλλον με σκοπό ανταγωνισμού και κατά τρόπο αντικείμενο στα χρηστά ήθη και προκαλεί σύγχυση, ο νόμιμος δικαιούχος του διακριτικού γνωρίσματος δικαιούται να αξιώσει την παράλειψη της χρησιμοποίησής του από τον άλλο κατά τις διατάξεις των άρθρων 13 και 14 εδάφ. γ' του ν. 146/14 περί αθέμιτου ανταγωνισμού.

Στοιχεία όπως το σχήμα και μέγεθος των προϊόντων, το περικάλυμμα, η συσκευασία, οι λογότυποι, οι εικαστικές παραστάσεις και οι χρωματικοί συνδυασμοί συνιστούν ιδιαίτερο διασχηματισμό και προστατεύονται ως διακριτικό γνώρισμα, εάν ο διασχηματισμός αυτός έχει διακριτική δύναμη ικανή να τον διαχωρίζει από άλλον ομοειδή και έχει καθιερωθεί έτσι στις συναλλαγές. Για να στοιχειοθετηθεί αθέμιτος ανταγωνισμός με τη χρήση ξένου διακριτικού γνωρίσματος απαιτείται κίνδυνος να προκληθεί σύγχυση, χωρίς την οποία αθέμιτος ανταγωνισμός δεν υπάρχει. Ο κίνδυνος μπορεί να συνίσταται στο ότι ο καταναλωτής πιστεύει είτε ότι τα δύο προϊόντα είναι τα ίδια είτε ότι το ένα προϊόν είναι νεότερη παραλλαγή του άλλου είτε ότι πρόκειται μεν για δύο ξεχωριστά προϊόντα που παράγουν διαφορετικές επιχειρήσεις, αλλά οι επιχειρήσεις αυτές έχουν οικονομικό ή οργανωτικό σύνδεσμο.

Οι προϋποθέσεις για την εφαρμογή του άρθρου 13 παρ. 1 επί διασχηματισμού είναι οι εξής: ένας ελάχιστος βαθμός ιδιοτυπίας ή ιδιαιτερότητας αυτού, ώστε να μπορεί να λειτουργήσει ως γνώρισμα προέλευσης από μια ορισμένη επιχείρηση (ανταγωνιστική πρωτοτυπία), ενώ δεν απαιτείται να υφίσταται πρωτοτυπία με την έννοια της πνευματικής ιδιοκτησίας, επικράτηση ή καθιέρωση του διασχηματισμού στις συναλλαγές, σε αντίθεση προς την προστασία της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου, τα δικαιώματα επί των οποίων αποκτώνται με τη χρήση τους.

Η απομίμηση διασχηματισμού συσκευασία προϊόντος, παρότι διαφέρει στο λεκτικό της, από τη στιγμή που μπορεί να προκαλέσει (οπτικό) κίνδυνο σύγχυσης αποτελεί πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού.

3.3.3.1 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί Διασχηματισμού

Εφετείου Δωδεκανήσου 112/2003

Η ενάγουσα και ήδη εκκαλούσα εταιρεία με την επωνυμία "Mars Inc" που εδρεύει στην πολιτεία Virginia των Η.Π.Α. ασχολείται με την παραγωγή και εμπορία ειδών σοκολατοποιίας, παγωτών και τροφίμων, έχοντας αναπτύξει την δραστηριότητα αυτή στην Αμερική και σε 30 και πλέον άλλες χώρες από 60 περίπου έτη και στην Ελλάδα από το 1983, σε όλα δε τα προϊόντα της χρησιμοποιεί το σήμα Mars που είναι μέρος της επωνυμίας της. Η ενάγουσα είναι δικαιούχος του σήματος αυτού στην Ελλάδα, προοριζομένου προς διάκριση, μεταξύ άλλων, είδους σοκολάτας, το οποίο έχει αναγνωρισθεί και καταχωρισθεί στο προβλεπόμενο από το άρθρο 5 α.ν. 1998/1939 ειδικό βιβλίο με αριθ. 92244.

Ειδικότερα, το σήμα αυτό για την διάκριση είδους σοκολάτας που προέρχεται από την επιχείρηση της ενάγουσας συνίσταται σε απεικόνιση με έγχρωμη σύνθεση της λέξης Mars, με λατινικά στοιχεία ερυθρού χρώματος παχειάς καλλιγραφικής γραφής, της οποίας το πρώτο γράμμα (M) είναι κεφαλαίο και τα υπόλοιπα μικρά, γραμμένης με ελαφρά κλίση από κάτω

αριστερά προς τα επάνω δεξιά με διπλή (ειδικά στο γράμμα α και του εσωτερικού του κύκλου που περιλαμβάνει) παράλληλη περιγράμμιση κάθε γράμματος, της μεν εσωτερικής χρώματος κίτρινου, όχι όμως έντονου, της δε εξωτερικής χρώματος χρυσού. Το σήμα αυτό η ενάγουσα επιθέτει στην συσκευασία (περικάλυμμα) της σοκολάτας από χαρτί χρώματος βαθέως καστανού (σαν μαύρου), η οποία έχει σχήμα επίμηκες και κλείνει με οδοντωτές απολήξεις. Το κυρίαρχο στοιχείο του λογοτύπου και της όλης έγχρωμης σύνθεσης της συσκευασίας και της εμφάνισης του προϊόντος αυτού (σοκολάτας) είναι η αποτελούσα το σήμα της ενάγουσας λέξη Mars, κάτω από την οποία στην συσκευασία του συγκεκριμένου αυτού προϊόντος υπάρχουν τρεις παράλληλες, εν μέρει αλληλοκαλυπτόμενες, γραμμές χρώματος κόκκινου, κίτρινου και χρυσού ως υπογράμμιση⁴⁰.

Κατοχυρωθέντα με τις ως άνω αποφάσεις σήματα της ενάγουσας και δη στο τελευταίο που έγινε δεκτό με την 11012/1993 απόφαση της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων⁴¹. Η αυτή έγχρωμη σύνθεση της λέξης Mars, με χαρακτήρες μικρότερου μεγέθους (περίπου του μισού) υπάρχουν και στις πλάγιες όψεις της συσκευασίας. Το ως άνω προϊόν της εταιρείας, λόγω και της συστηματικής και πολυδάπανης διαφήμισης εκ μέρους της και της φήμης της, είναι γνωστό στο ευρύ καταναλωτικό κοινό της Ελλάδας, η δε προπεριγραφείσα έγχρωμη σύνθεση του σήματός της αποτελεί και ιδιαίτερο διακριτικό γνώρισμα των εμπορευμάτων της και δη του συγκεκριμένου προϊόντος.

Εξάλλου, ο εναγόμενος από το έτος 1984 εισάγει και διαθέτει στην Ρόδο την παραγομένη στην Σουηδία, ήδη από την παγκόσμιας εξάπλωσης εταιρεία τροφίμων KRAFT και ιδιαίτερα διαδεδομένη και γνωστή στην Σκανδιναβία (άρα και στους σκανδιναβούς τουρίστες που αποτελούν σημαντικό ποσοστό των τουριστών που επισκέπτονται κατ' έτος την Ρόδο) σοκολάτα Jarrp. Στην συσκευασία της σοκολάτας αυτής, που αποτελείται επίσης από επίμηκες

⁴⁰ Οι οποίες πάντως δεν υπάρχουν σε όλα τα 92245, 104743, 104744 και 107467 με τις αποφάσεις της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων με αριθ. 5244 και 5245/1990, 3725, 3728 και 11012/1993 αντίστοιχα κατά των οποίων δεν προκύπτει ότι ασκήθηκαν έκτοτε κάποιο ένδικο μέσο

⁴¹ Σήμα με αριθ. 107467

χάρτινο περιτύλιγμα βαθέως καστανού χρώματος που κλείνει στις δύο άκρες με οδοντωτές απολήξεις, αναγράφεται η λέξη Jarr με ερυθρού χρώματος λατινικά στοιχεία παχιάς καλλιτεχνικής γραφής, με ελαφρά κλίση από κάτω αριστερά προς τα επάνω δεξιά, της οποίας το πρώτο γράμμα (στοιχείο) J είναι κεφαλαίο και τα υπόλοιπα μικρά με διπλή (ειδικά στο γράμμα α και του εσωτερικού του κύκλου που περιλαμβάνει) παράλληλη περιγράμμιση κάθε γράμματος της εσωτερικής χρώματος (εντονότερου) κίτρινου και της εξωτερικής χρώματος χρυσού.

Κυρίαρχο στοιχείο της απεικόνισης στην συσκευασία του διατιθεμένου από τον εναγόμενο ομοειδούς αυτού προϊόντος είναι η λέξη Jarr, η οποία αποτυπώνεται επίσης, με τον ίδιο ακριβώς τρόπο και χρωματισμό αλλά με γράμματα μικρότερου μεγέθους, πάνω και κάτω (στην πραγματικότητα στις πλάγιες όψεις της συσκευασίας) από την κυρίαρχη λέξη. Εξάλλου, στην συσκευασία του διατιθεμένου από τον εναγόμενο προϊόντος και πριν από την λέξη Jarr (και αριστερά αυτής) υπάρχει λωρίδα, σε σχήμα ορθογωνίου παραλληλογράμμου, έντονου κίτρινου χρώματος, εκκινούσα από την κάτω αριστερή γωνία της ίδιας επιφάνειας και διασχίζουσα λοξά προς τα πάνω δεξιά αυτήν, εντός της οποίας (λωρίδας) υπάρχει η λέξη DUBBEL με κεφαλαία λατινικά γράμματα ερυθρού χρώματος, μικρότερου μεν μεγέθους της κυρίαρχης λέξης Jarr, πλην όμως ευχερώς και αμέσως διακρινόμενα από τον μέσο καταναλωτή και εντυπωμένα σ' αυτόν.

Παρά τις αναμφισβήτητες ομοιότητες του λογοτύπου και της έγχρωμης σύνθεσης στην συσκευασία των δύο προϊόντων, λαμβανομένης υπόψη της συνολικής εμφάνισης και εντύπωσης αυτών, οι οποίες αναφέρονται στον τύπο, το χρώμα και τον τρόπο γραφής (καλλιτεχνική γραφή με ελαφρά κλίση από κάτω προς τα επάνω) των ως άνω λέξεων, την περιγράμμιση κάθε γράμματος με διπλή παράλληλη γραμμή του αυτού χρώματος και το χρώμα και τον τρόπο συσκευασίας, υπάρχουν και σημαντικές διαφορές που αποτελούν τα κυρίαρχα στοιχεία της συσκευασίας και της συνολικής εμφάνισης των προϊόντων αυτών και αναφέρονται (α) στο μέγεθος της συσκευασίας, καθόσον η σοκολάτα Jarr είναι μεγαλύτερη κατά 5 cm από την σοκολάτα Mars, διαφορά καθεαυτή σημαντική για τέτοιου είδους προϊόντα, (β)

στην χρήση εντελώς διαφορετικών κυρίαρχων λέξεων σε κάθε λογότυπο, δηλ. Mars και Jarr, οι οποίες δεν μοιάζουν ούτε οπτικά ούτε ηχητικά, αφού μόνο το γράμμα α έχουν κοινό, (γ) στην υπογράμμιση της λέξης Mars που δεν υπάρχει στην συσκευασία της σοκολάτας Jarr, (δ) στην ύπαρξη στη συσκευασία της σοκολάτας Jarr της ως άνω περιγραφείσης κίτρινης λωρίδας με την DUBBEL, στοιχείο το οποίο καθεαυτό διαφοροποιεί σημαντικά την συνολική εμφάνιση και εντύπωση της συσκευασίας κάθε προϊόντος.

Κατά συνέπεια η χρησιμοποίηση από τον εναγόμενο της προαναφερόμενης συσκευασίας με την ως άνω έγχρωμη σύνθεση και τον λογότυπο δεν προκαλεί σύγχυση ούτε κίνδυνο σύγχυσης, ούτε γίνεται με τον σκοπό αυτόν, στον μέσο άπειρο καταναλωτή από την άποψη θεώρησης, από πλάνη, του διατιθέμενου από τον εναγόμενο προϊόντος ως προερχομένου από την επιχείρηση της ενάγουσας ή από επιχείρηση διαφορετική μεν σχετιζόμενη όμως και έχουσα σχέση με την επιχείρηση της ενάγουσας, με αποτέλεσμα την αγορά του προϊόντος του εναγομένου από μέρος της πελατείας της ενάγουσας, αφού κατά την αντίληψη του μέσου καταναλωτή δεν είναι δυνατόν ν' αγορασθεί προϊόν που εμπορεύεται ο εναγόμενος με την εντύπωση ότι αγοράσθηκε το παρόμοιο προϊόν της ενάγουσας, λόγω ακριβώς των προαναφερθεισών σημαντικών διαφορών που καθιστούν ευχερή την διάκριση των δύο αυτών προϊόντων σοκολάτας.

Διατακτικό δικαστικής απόφασης:

Επομένως, δεν υπάρχει στην κρινόμενη περίπτωση προσβολή του σήματος της ενάγουσας καθεαυτό, ούτε κατά τις διατάξεις για τον αθέμιτο ανταγωνισμό (άρθρο 1 ν. 146/1914) ως ιδιαίτερου διακριτικού γνωρίσματος, του οποίου η διακριτική δύναμη ουδόλως παραβλάπτεται λόγω των ως άνω εμφανών και ευχερώς αντιληπτών διαφορών. Συνακόλουθα, εφόσον έτσι κατά βάση έκρινε και το πρωτοβάθμιο δικαστήριο, αν και με κάπως συνεπτιυγμένη αιτιολογία, και απέρριψε την αγωγή με την εκκαλουμένη απόφασή του, δεν έσφαλε, λαμβανομένου υπόψη ότι η απορριπτική κρίση του (εφόσον δέχθηκε ότι δεν δημιουργείται σύγχυση ως προς την προέλευση των δύο αυτών προϊόντων) αφορά όχι μόνο την βάση της από τον α.ν. 1998/1939 αλλά και εκείνη από το

ν. 146/1914 και πρέπει ν` απορριφθεί η ένδικη έφεση στο σύνολό της, συμψηφισθεί, όμως, όπως και πρωτόδικα, η δικαστική δαπάνη μεταξύ των διαδίκων, λόγω της εύλογης αμφιβολίας που πραγματικά είχε η εκκαλούσα για την έκβαση της δίκης αυτής (άρθρα 179, 183 ΚΠολΔ).

3.3.4 Domain name

Παρά το ότι το domain name (όνομα διαδικτύου, ηλεκτρονική διεύθυνση) δεν ταυτίζεται με την εμπορική επωνυμία, τον διακριτικό τίτλο και τον εμπορικό τίτλο, μπορεί να αποδοθεί σε αυτό κατά έμμεσο τρόπο λειτουργία τόσο διακριτικού τίτλου όσο και σήματος, διότι έχει πρωταρχικά εξατομικευμένη και αναγνωριστική λειτουργία. Η ευχέρεια ελεύθερης χρήσης οποιασδήποτε ονομασίας, όσο γνωστή και φημισμένη και αν είναι, από τον πρώτο τυχόντα θα προκαλούσε τεράστιες και ανεπανόρθωτες ζημίες στην εταιρία που καθιερώθηκε στις συναλλαγές με την επίμαχη ονομασία. Για τη διαφύλαξη έτσι των νομίμων συμφερόντων των παραπάνω επιχειρήσεων θα πρέπει να αποδοθεί στο domain name μια οιονεί λειτουργία διακριτικού τίτλου και σήματος. Αυτό ενισχύεται και από το ότι κάτοχοι domain name στην πράξη εμφανίζονται στο διαδίκτυο με τα ίδια διακριτικά γνωρίσματα που τους κατέστησαν γνωστούς στον υλικό κόσμο, δηλ. χρησιμοποιούν το όνομα, την επωνυμία ή το σήμα τους. Η πράξη αυτή του δικαιούχου της ηλεκτρονικής διεύθυνσης, εν γνώσει του ότι η ένδειξη συμπίπτει με τα διακριτικά γνωρίσματα τρίτου, συνιστά πράξη αθέμιτου παρεμποδιστικού ανταγωνισμού.

Το domain name επιτελεί ρόλο ηλεκτρονικής διεύθυνσης και αποδίδεται σε αυτό οιονεί λειτουργία διακριτικού τίτλου και σήματος. Η σύγκρουση μεταξύ διακριτικού γνωρίσματος και σήματος επιχείρησης και domain name τρίτου αίρεται με βάση την αρχή της χρονικής προτεραιότητας. Έτσι το ομοειδές του domain name αλλά και της δραστηριότητας του κατόχου του με αντίστοιχο προγενέστερο διακριτικό γνώρισμα, σαφώς συνηγορεί υπέρ της κατάφασης της προσβολής του προγενέστερου γνωρίσματος.

Η καταχώριση γνωστού ξένου διακριτικού γνωρίσματος ως domain name ενδέχεται να συνιστά αθέμιτο παρεμποδιστικό ανταγωνισμό (άρθρο 1 ν.

146/14), ενώ δεν αποκλείεται να μπορούν να συντρέξουν και οι προϋποθέσεις εφαρμογής του άρθρου 13 ν. 146/14, όταν αυτό χρησιμοποιείται στο διαδίκτυο. Κρίθηκε ότι με μόνη τη δέσμευση της ηλεκτρονικής διεύθυνσης χωρίς την ενεργοποίηση της για προώθηση ή διαφήμιση προϊόντων δεν πληρούνται οι προϋποθέσεις εφαρμογής του άρθρου 13 ν. 146/14. Επιδικάστηκε ποσό για αποκατάσταση ηθικής βλάβης λόγω παρεμπόδισης απόκτησης ηλεκτρονικής διεύθυνσης επί ένα έτος περιέχουσας το διακριτικό γνώρισμα της αντιδίκου επιχειρήσεως.

3.3.4.1 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί Domain Name

Μονομελές Πρωτ. Λιβαδειάς 4/1999

Στην προκειμένη περίπτωση η αιτούσα εκθέτει στην υπό κρίση, από 7-12-98 και αριθμό καταθ. 753/98, αίτηση της ότι είναι δικαιούχος του αμετακλήτως γενομένου δεκτού με απόφαση της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων σήματος "Casa di patsi", το οποίο χρησιμοποιείται προς διάκριση των υπ' αυτής κατασκευαζομένων και πωλουμένων επίπλων και συναφών ειδών. Ότι ο καθ' ου από την 11-11-98 χρησιμοποιεί αθέμιτα ως διακριτικό τίτλο της διατηρούμενης απ' αυτόν στην πόλη της Λιβαδειάς επιχείρησης πωλήσεως επίπλων, δώρων και ειδών οικιακού εξοπλισμού το συνδυασμό των λέξεων "CASA DI PAZZI" που είναι απολύτως ομόηχος και ανεπαίσθητα διαφοροποιημένος, κατά τη γραφή, του δικού της domain name, με αποτέλεσμα την πρόκληση σύγχυσης στο καταναλωτικό κοινό αναφορικά με την προέλευση των διατεθειμένων παρομοίων προϊόντων με αντίστοιχη ζημία αυτής (της αιτούσας). Επικαλούμενη περαιτέρω επείγουσα περίπτωση ζητεί να διαταχθεί, ως ασφαλιστικό μέτρο, η απαγόρευση χρησιμοποίησης από τον καθ' ου, με οποιονδήποτε τρόπο, του διακριτικού τίτλου "CASA DI PAZZI" με απειλή χρηματικής ποινής και προσωπικής κράτησης για κάθε παράβαση της απόφασης που θα εκδοθεί, διατασσομένης επί πλέον και της δια του τύπου δημοσιεύσεως, με δαπάνη του καθ' ου, περιλήψεως της εκδοθησομένης απόφασης.

Η αίτηση αυτή είναι νόμιμη, στηριζόμενη στις προαναφερθείσες διατάξεις του νόμου περί σημάτων και περί αθεμίτου ανταγωνισμού καθώς και σ' αυτές των άρθρων 731, 732, 947 ΚΠολΔ, παραδεκτώς δε φερόμενη προς εκδίκαση ενώπιον του Δικαστηρίου αυτού κατά την προκειμένη διαδικασία των ασφαλιστικών μέτρων, πρέπει να ερευνηθεί περαιτέρω κατ' ουσίαν. Η αιτούσα είναι δικαιούχος από την 15-7-93 του αμετακλήτως με την 2128/94 απόφαση της αρμόδιας Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων γενομένου δεκτού σήματος, που αποτελείται από τις λέξεις "CASA DI PATSI", το οποίο χρησιμοποιεί προς διάκριση των υπ' αυτή παραγόμενων και στην λιανική δια των δύο καταστημάτων, που αυτή διαθέτει στα Μαρούσι (Λ. Κηφισίας 188) και στον Άλιμο (Λ. Ποσειδώνος 75), και χονδρική πώληση δια του κεντρικού καταστήματος της (Ριζούπολη, Ολβίας 5) διατιθέμενων επίπλων και συναφών ειδών. Με το παραπάνω σήμα, το οποίο πρέπει να σημειωθεί ότι από το 1989 αποτελούσε και το διακριτικό τίτλο της αιτούσας, η τελευταία έγινε πανελλαδικά γνωστή για την υψηλή ποιότητα και αισθητική των εμπορευμάτων της, διαφημιζόμενη σε όλα σχεδόν τα περιοδικά και έντυπα πανελλαδικής κυκλοφορίας, που έχουν σχέση με τα έπιπλα και τον εξοπλισμό του σπιτιού. Ο καθ' ου την 11-11-1998 άρχισε την λειτουργία καταστήματος στην πόλη της Λιβαδειάς (Καραγιαννοπούλου 50) με αντικείμενα την πώληση επίπλων, ειδών οικιακού εξοπλισμού, διακοσμητικών και δώρων, χρησιμοποιώντας αθεμίτως και προς σκοπό ανταγωνισμού προς την αιτούσα, ως διακριτικό τίτλο, το συνδυασμό "CASA DI PAZZI", ο οποίος (διακριτικός τίτλος) αποτελεί παραποίηση και απομίμηση του χρησιμοποιούμενου από την αιτούσα σήματος αφενός μεν ταυτίζεται απόλυτα ηχητικά προς αυτό, αφετέρου δε αποτελεί μερική πιστή αντιγραφή αυτού, με αποτέλεσμα τη δημιουργία πρόκλησης συγχύσεως στον κοινό καταναλωτή αναφορικά με την προέλευση των διατιθέμενων από τα διάδικα μέρη ομοίων προϊόντων (επίπλων και συναφών ειδών), κατά την αναζήτηση της ανωτέρω στο διαδίκτυο.

Διατακτικό δικαστικής απόφασης:

Σύμφωνα με τα παραπάνω πρέπει, εφόσον πιθανολογήθηκε και επείγουσα περίπτωση συνιστάμενη στην αποτροπή μείωσης της καταναλώσεως των προϊόντων της αιτούσας, να γίνει δεκτή η αίτηση ως και ουσιαστικά βάσιμη και να διαταχθούν τα αναφερόμενα στο διατακτικό. Το περί της δημοσίευσής του διστακτικού της παρούσας απόφασης στον ημερήσιο τύπο αίτημα κρίνεται απορριπτέο καθόσον αυτό δεν κρίνεται, κατά την κρίση του Δικαστηρίου, αναγκαίο. Τέλος πρέπει να υποχρεωθεί η αιτούσα στην εντός μηνός από τη δημοσίευση της παρούσας έγερση της σχετικής τακτικής αγωγής. Τα δικαστικά έξοδα πρέπει να επιβληθούν σε βάρος του καθ' ου, που ηττήθηκε (άρθρο 176 ΚΠολΔ).

3.3.5 Σήμα

Η εφαρμογή των διατάξεων του ν. 146/14 στην περίπτωση χρήσης σήματος χωρίς δικαίωμα είναι, εν όψει της ειδικότητας των διατάξεων για το σήμα⁴² επικουρική. Αν το σήμα έχει επικρατήσει και ως διακριτικό γνώρισμα της επιχείρησης και λόγω της χρησιμοποίησής του από άλλον υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης, τότε το σήμα προστατεύεται βάσει του άρθρου 13 του ν. 146/14. Ανεξάρτητοι έμποροι που δεν είναι ενταγμένοι στο δίκτυο διανομής του σηματούχου δεν δικαιούνται να κάνουν χρήση του σήματος στις προθήκες των καταστημάτων τους, γιατί έτσι προσβάλλεται η διαφημιστική λειτουργία του σήματος και παραπλανάται το καταναλωτικό κοινό κατά το ότι πιστεύει ότι ο συγκεκριμένος έμπορος είναι ενταγμένος στο δίκτυο του σηματούχου. Με τις ίδιες περιστάσεις συντρέχει και πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού.

Το σήμα που έγινε δεκτό, πλην όχι εισέτι αμετακλήτου, προστατεύεται από το ν. 146/14 και ιδίως από τις διατάξεις των άρθρων 1, 13 και 14 αυτού, εφόσον συντρέχουν οι προς τούτο όροι, δοθέντος ότι τα προς διάκριση των προϊόντων χρησιμοποιούμενα «σημεία», πριν από τη μετατροπή τους σε σήματα, αποτελούν διακριτικά γνωρίσματα κατά την έννοια του πιο πάνω

⁴² Άρθρο 26 του ν. 2239/94

άρθρου 13 του ν. 146/14, επί των οποίων ο φορέας αυτών έχει απόλυτο δικαίωμα με βάση την αρχή της προτεραιότητας.

Αν ένα διακριτικό γνώρισμα έγινε δεκτό ως σήμα και καταχωρήθηκε στο ειδικό βιβλίο σημάτων κατά το άρθρο 6 ν. 2239/94 και δεν έχει διαγραφεί, τότε δεν προστατεύεται κατά τις διατάξεις του ν. 146/14, αλλά παρέχεται σε αυτό η προστασία που προβλέπεται από τις διατάξεις του νόμου περί σημάτων. Η προστασία του σήματος βάσει του άρθρου 1 ν. 146/14 παρέχεται εφόσον συντρέχουν οι προϋποθέσεις της διάταξης αυτής.

Με τη διάταξη του άρθρου 13 του ν. 146/14 μπορούν να προστατευθούν διακριτικά γνωρίσματα εμπορευμάτων, υπό την προϋπόθεση της καθιέρωσής τους στις σχετικές συναλλαγές. Τέτοια προστασία παρέχεται και κατά το χρονικό διάστημα από την κατάθεση του σήματος και μέχρι την αμετάκλητη αποδοχή και καταχώρισή του στο ειδικό βιβλίο. Αντίθετα, μετά την αμετάκλητη αποδοχή και καταχώριση του, η εφαρμογή των διατάξεων του ν. 146/14 είναι - εφόσον συντρέχουν και οι λοιπές, εκεί οριζόμενες προϋποθέσεις- επικουρική μόνο και συμπληρωματική, υπό την επιφύλαξη της παρεχομένης από τη διάταξη του άρθρου 1 προστασίας, δεδομένου ότι οι διατάξεις του δικαίου των σημάτων, ως ειδικές, διεκδικούν το προβάδισμα αν όχι την αποκλειστικότητα της ρύθμισης σύμφωνα και με το άρθρο 14 εδαφ. β' του ν. 146/14. Εν πάση περιπτώσει, εκεί όπου υφίσταται «επικάλυψη», ορθή ερμηνευτική προσέγγιση επιβάλλει ότι η εφαρμογή του ν. 146/14 ή του αστικού δικαίου, δεν μπορεί να οδηγήσει στη διεύρυνση του πυρήνα του δικαιώματος στο σήμα, όπως αυτός προσδιορίζεται από το ν. 2239/94.

Παράλληλα προς την προστασία του άρθρου 26 παρ. 1 ν. 2239/94, όταν η προσέγγιση προς το ξένο σήμα γίνεται με σκοπό την εκμετάλλευση ξένης φήμης, με σκοπό δηλαδή ανταγωνισμού κατά τρόπο αντικείμενο στα χρηστά ήθη, ο δικαιούχος του σήματος προστατεύεται βάσει της γενικής ρήτρας του άρθρου 1 ν. 146/14, για την εφαρμογή της οποίας δεν είναι απαραίτητη η συνδρομή κινδύνου συγχύσεως ως προς την προέλευση του προϊόντος. Όταν το προσβαλλόμενο σήμα συνιστά και επωνυμία, μπορεί να εφαρμοστεί, εκτός των άλλων, και το άρθρο 13 ν. 146/14, εφόσον πληρούνται οι προϋποθέσεις του.

Ιδιαίτερο διακριτικό γνώρισμα κατά την έννοια του άρθρου 13 ν. 146/14 (τέτοιο δε αποτελεί και η ιδιαίτερη διακόσμηση και εξωτερικά γενικά εμφάνιση της συσκευασίας ή του περικαλύμματος εμπορευμάτων, η γνωστή στους συναλλασσόμενοι ως διακριτική εμπορευμάτων ορισμένης επιχείρησης), εφόσον έγινε δεκτό ως σήμα με αμετάκλητη απόφαση δικαστηρίου σημάτων και καταχωρήθηκε στο ειδικό βιβλίο σημάτων, χωρίς να έχει διαγραφεί από αυτό, δεν διέπεται από τις διατάξεις των άρθρων 13 και 14 του ν. 146/14, αλλά διέπεται από τις διατάξεις για τα σήματα που καθορίζουν και την προστασία του, με επιφύλαξη της προστασίας που παρέχεται από το άρθρο 1 ν. 146/14. Για να παρασχεθεί στον δικαιούχο σήματος η προβλεπόμενη από το νόμο για τον αθέμιτο ανταγωνισμό προστασία, απαιτείται πράξη που έγινε με σκοπό ανταγωνισμού και με τη χρήση ξένου σήματος να υπάρχει δυνατότητα πρόκλησης σύγχυσης στον κοινό καταναλωτή σχετικά με την προέλευση όμοιων προϊόντων, χωρίς την οποία σύγχυση δεν νοείται αθέμιτος ανταγωνισμός.

3.3.5.1 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί σήματος

Μονομελές Πρωτοδικείο Κω 318/1998

Στην προκειμένη περίπτωση η αιτούσα εκθέτει στην κρινόμενη αίτησή της ότι ασχολείται με την παραγωγή ετοιμών αθλητικών ενδυμάτων, τα οποία φέρουν τα σήματα που αναφέρονται σ' αυτή και εμπορεύεται αυτά διεθνώς και στην Ελλάδα κατά τα εκτιθέμενα σ' αυτή. Ότι αυτή τα ως άνω σήματα έχει καταθέσει στο Υπουργείο Εμπορίου με τους αριθμούς 57486, 69724, 61614, 51676. Ότι η καθής παρανόμως και αυθαιρέτως δι' αντιγραφής παρήγαγε και διέθεσε στην αγορά αθλητικά ενδύματα στα οποία θέτει παρανόμως τα σήματα της "ADIDAS" και τη συμβολική απεικόνιση ενός τριφυλλίου διαμέσου του οποίου διέρχονται τρεις οριζόντιες και παράλληλες γραμμές, δηλαδή την ίδια λέξη και την ίδια απεικόνιση με τα δικά της σήματα. Ότι οι ως άνω πράξεις της καθής της χρησιμοποίησε των σημάτων των προϊόντων της ίδιας (αιτούσης) αποτελεί συμπεριφορά που

είναι αντίθετη στο Νόμο και γίνεται με σκοπό αθεμίτου ανταγωνισμού, ένεκα του ότι ειδικότερα η καθής προκαλεί πράγματι απατηλή εντύπωση στο αγοραστικό κοινό και σύγχυση αναφορικά με την προέλευση των προϊόντων αυτής με ζημία της ίδιας (αιτούσης).

Διώκεται ύστερα από το ιστορικό τούτο με την αίτηση, και κατ' εκτίμηση του δικογράφου αυτής, λόγω του ότι συντρέχει επείγουσα περίπτωση, λαμβανομένων ασφαλιστικών μέτρων, δι' αποφάσεως του δικαστηρίου τούτου α) να απαγορευθεί στην καθής η χρησιμοποίηση των σημάτων και της συμβολικής απεικόνισης της αιτούσης, στα προϊόντα που παράγονται από αυτήν (καθής) και να απαγορευθεί η παραγωγή και κυκλοφορία από την καθής προϊόντων τα οποία φέρουν τα παραπάνω σήματα και απεικόνιση, β) να διαταχθεί η κατάσχεση είτε εις χείρας της, είτε εις χείρας τρίτου ευρισκομένων αθλητικών ειδών που φέρουν το σήμα της, γ) να διαταχθεί κατά της καθής χρηματική ποινή 100.000 δραχμών και προσωπική κράτηση διάρκειας ενός έτους για κάθε παράβαση από αυτήν της αποφάσεως που θα εκδοθεί. Η αίτηση μ' αυτό το περιεχόμενο και τα παραπάνω επιμέρους αιτήματα, αρμοδίως φέρεται προς συζήτηση στο Δικαστήριο αυτό, κατά την προκειμένη ειδική διαδικασία των ασφαλιστικών μέτρων των άρθρων 682 ΚΠολΔ, σε συνδυασμό με τα άρθρα 1 και 20 του Ν. 146/1914 και πρέπει να ερευνηθεί ως προς τη νομιμότητα και ουσιαστική βασιμότητα αυτής.

Κατά τη διάταξη του άρθρου 352 παράγραφος 1 ΚΠολΔ η ομολογία του διαδίκου προφορική ή γραπτή ενώπιον του δικαστηρίου που δικάζει τη δίκη ή του εντεταλμένου δικαστή, αποτελεί πλήρη απόδειξη εναντίον εκείνου που ομολόγησε. Και κατά τη διαδικασία των ασφαλιστικών μέτρων το αποδεικτικό αυτό μέσο της δικαστικής ομολογίας έχει αυξημένη αποδεικτική δύναμη και διατηρεί τη δεσμευτικότητα γιατί αποτελεί το μεγαλύτερο έναντι του μικρότερου που αρκεί με την πιθανολόγηση. Στην προκειμένη περίπτωση, η καθής, με δήλωσή της που καταχωρήθηκε στα με ίδιο αριθμό. Πρακτικά συζητήσεως δήλωσε "ότι αναγνωρίζει τα σήματα και το δικαίωμα της αποκλειστικής χρήσης της αιτούσης και ότι δεν πρόκειται στο μέλλον να παράγει τέτοια μπλουζάκια". Κατόπιν αυτής της δικαστικής ομολογίας της καθής πρέπει να γίνει δεκτή η κρινόμενη αίτηση

και ως ουσιαστικά βάσιμη, αφού πιθανολογήθηκε από όλα τα παραπάνω το κατεπείγον και κίνδυνος από την αναβολή, όπως στο διατακτικό ορίζεται. Η δικαστική δαπάνη πρέπει να συμψηφιστεί ενόψει και του κοινού αιτήματος των διαδίκων (βλ. πρακτικά).

Διατακτικό δικαστικής απόφασης:

Δικάζει αντιμωλία των διαδίκων. Δέχεται την αίτηση. Υποχρεώνει την καθής να πάψει να παράγει και κυκλοφορεί αθλητικά ενδύματα, που φέρουν το λεκτικό σήμα : "ADIDAS" και την απεικόνιση τριφυλλίου διαμέσου του οποίου διέρχονται οριζόντια τρεις παράλληλες γραμμές.

Απαγορεύει επίσης στην καθής να χρησιμοποιεί τα παραπάνω σήματα στα τιμολόγια, τιμοκαταλόγους και σε κάθε είδους διαφήμιση. Διατάζει την κατάσχεση αθλητικών ενδυμάτων που φέρουν τα παραπάνω σήματα της αιτούσας είτε βρίσκονται τα χέρια της είτε στα χέρια τρίτων.

Απειλεί κατά της καθής για κάθε παράβαση αυτής της απόφασης χρηματική ποινή 50.000 δρχ. υπέρ της αιτούσας και προσωπική κράτηση κατά της ίδιας καθής μέχρι δύο μηνών. Και συμψηφίζει τη μεταξύ των διαδίκων δικαστική δαπάνη.

3.4 ΑΠΟΚΑΛΥΨΗ ΑΠΟΡΡΗΤΩΝ (άρθρα 16-18 ν 146/1914)

«Με φυλάκισιν μέχρις έξι μηνών και με χρηματικήν ποινήν μέχρι τριών χιλιάδων δραχμών ή με μίαν των ποινών τούτων τιμωρείται όστις, ως υπάλληλος, εργάτης ή μαθητευόμενος παρά τινι εμπορικώ ή βιομηχανικώ καταστήματι ή επιχειρήσει, ανακοινώνει άνευ δικαιώματος εις τρίτους κατά το χρονικόν διάστημα της υπηρεσίας του, απόρρητα του καταστήματος ή της επιχειρήσεως εμπειστευμένα αυτώ ως εκ της υπηρεσίας του, ή άλλως περιελθόντα εις την αντίληψίν του, προς τον σκοπόν ανταγωνισμού ή επί τη προθέσει βλάβης του κυρίου του καταστήματος ή της επιχειρήσεως. Με την αυτήν ποινήν τιμωρείται και ο χρησιμοποιών ή ανακοινών εις τρίτους άνευ δικαιώματος, προς τον σκοπόν ανταγωνισμού, τα τοιαύτα απόρρητα, ων έλαβε

γνώσιν διά τινός των εν τω προηγουμένω εδαφίω ανακοινώσεων ή δι' ιδίας αυτού πράξεως αντικειμένης εις τους νόμους ή τα χρηστά ήθη [άρθρο 16 ν 146/1914].

Με την ποινήν του προηγουμένου άρθρου τιμωρείται ο άνευ δικαιώματος χρησιμοποιών ή ανακοινών εις τρίτους τα εμπιστευθέντα αυτώ κατά τας συναλλαγάς σχέδια ή κανόνες τεχνικής φύσεως, ίδια δε σχεδιάσματα, πρότυπα, τύπους, υποδείγματα, οδηγίας [άρθρο 17 ν 146/1914].

Αι παραβάσεις των διατάξεων των άρθρων 16 και 17 γεννώσι προς τούτοις και υποχρέωσιν προς αποκατάστασιν της προξενθείσης ζημίας. Με τας εν τω άρθρω 16 ποινάς, ηλαττωμένας εις το ήμισυ, τιμωρείται και όστις επιχειρεί επί σκοπώ ανταγωνισμού να εξώθηση άλλον εις πράξιν αντικειμένην εις τας διατάξεις του άρθρου 16 εδ. 1 και άρθρου 17 [άρθρο 18 ν 146/1914]».

Απόρρητο είναι κάθε γεγονός που σχετίζεται με ορισμένη επιχείρηση, γνωστό μόνο σε στενά καθορισμένο κύκλο προσώπων υπόχρεων προς τήρηση μυστικότητας και το οποίο κατά τη βούληση του κυρίου της επιχείρησης πρέπει να παραμείνει μυστικό λόγω ύπαρξης δικαιολογημένου οικονομικού συμφέροντος του προς τήρηση της μυστικότητας.

Στην περίπτωση που η απασχόληση του μισθωτού στο νέο εργοδότη είναι αθέμιτη, διότι η παροχή εργασίας συνίσταται στην αποκάλυψη προστατευόμενων κατά τον ν. 146/14 εμπορικών ή άλλων απορρήτων του παλαιού εργοδότη, η σχετική αξίωση μπορεί να έχει ως περιεχόμενο την απαγόρευση παροχής τέτοιων μυστικών. Τα ίδια ισχύουν και προκειμένου για στενά συνεργαζόμενα με την επιχείρηση πρόσωπα, τα οποία δεν συνδέονται με αυτήν με σχέση εργασίας, αλλά με άλλη συμβατική σχέση, όπως με σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας ή πρακτορείας.

3.4.1 Παράδειγμα περίπτωσης αθέμιτου ανταγωνισμού περί όσον αφορά στην αποκάλυψη απορρήτων

Εφ. Θεσσαλίας 3348/2000

Ο ενάγων διατηρεί στο Λονδίνο μεταφραστικό γραφείο διεθνούς φήμης και επέκτεινε τις δραστηριότητές του στη Θεσσαλονίκη από το φθινόπωρο 1996. Προς τούτο ίδρυσε γραφείο στην οδό Α.Σ. και προσέλαβε τις εναγόμενες με σύμβαση δοκιμής, που έληξε τον Νοέμβριο 1996, οπότε καταρτίστηκε μεταξύ τους σύμβαση εργασίας αορίστου χρόνου. Αντικείμενο της εργασίας των εναγομένων, πτυχιούχων του τμήματος μετάφρασης και διερμηνείας του Ιονίου Πανεπιστημίου με εξειδίκευση στην Αγγλική και Γαλλική γλώσσα, ήταν ο συντονισμός των μεταφραστικών εργασιών, η ανεύρεση μεταφραστών για γλώσσες εκτός της ειδικότητάς τους, η διαφήμιση του γραφείου και η προβολή του - μέσω του διαδικτύου - με την αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων σε επιχειρήσεις και μέλη των εμπορικών, οικονομικών και επαγγελματικών επιμελητηρίων, η διαφήμιση σε έντυπα και γενικά η οργάνωση και διαχείριση του γραφείου. Η ανάθεση της διαχείρισης του γραφείου στις εναγόμενες έγινε με την επίδειξη απεριόριστης εμπιστοσύνης στο πρόσωπό τους και με υποτυπώδη έλεγχο. Οι εναγόμενες προέβησαν, στην κατάχρηση της εμπιστοσύνης του εργοδότη τους, με ενέργειες που φέρουν τον χαρακτήρα αθεμίτου ανταγωνισμού.

Ειδικότερα, κατόπιν συμφωνίας με τον συνάδελφό του μεταφραστή Κ.Χ., που διατηρεί και εκμεταλλεύεται μεταφραστικό γραφείο στην Κατερίνη, έπαιρναν από αυτόν κείμενα που αφορούσαν πελάτες του γραφείου του, τα μετέφραζαν με αμοιβή και τα προωθούσαν στο ανταγωνιστικό γραφείο της επιχείρησής του ενάγοντος μέσω Internet, χωρίς να τα εμφανίζουν στην επιχείρησή του (ενάγοντος), με αποτέλεσμα να τον ζημιώνουν. Επίσης, προωθούσαν στο γραφείο του Κ.Χ. κείμενα πελατών της επιχείρησης του ενάγοντος γραμμένα στη Γερμανική γλώσσα, ενώ δε ο άνω Χ. προέβαινε στη μετάφρασή τους και πληρωνόταν γι' αυτήν, οι εναγόμενες δεν εμφάνιζαν τα κείμενα αυτά στην επιχείρηση του ενάγοντος, ούτε κρατούσαν κάποιο ποσό (σαν προμήθεια της ανάθεσης στον Χ., με αποτέλεσμα να ζημιώνουν την επιχείρηση του ενάγοντος). Οι παραπάνω ενέργειες των εναγομένων συνιστούν πράξεις αθεμίτου ανταγωνισμού, κατά την έννοια του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 146/1914 "περί αθεμίτου ανταγωνισμού", κατά το άρθρο 16 του οποίου τιμωρούνται με φυλάκιση μέχρι 6 μήνες και με χρηματική ποινή 30.000

δρχ. ή με μια των ποινών τούτων, αφού με πρόθεση ανταγωνισμού της επιχείρησης του εργοδότη τους και για δικό τους όφελος χρησιμοποίησαν την περιελθούσα σε γνώση τους, λόγω της υπαλληλικής τους ιδιότητας, μεταφραστική εργασία που ανατέθηκε στον εργοδότη τους από πελάτες του και εν αγνοία του την απέστειλαν στο ανταγωνιστικό γραφείο του Κ.Χ., προκειμένου αυτός και οι ίδιες να εισπράξουν τη σχετική αμοιβή και με αποτέλεσμα να στερήσουν τον ενάγοντα από αυτήν (αμοιβή) που δικαιούτο. Επιπρόσθετα δε, παρέσχον σε τρίτους όμοιες με τις παρεχόμενες από την επιχείρηση του ενάγοντος υπηρεσίες με αμοιβή⁴³. Παραπέρα, αποδεικνύεται ότι ορισμένα μηνύματα της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, όπως αυτό που στέλνει η πρώτη εναγομένη στον Γ.Μ. στην ηλεκτρονική του διεύθυνση "Boygeo [a] ..." με ημερομηνία 8.1.1997, είναι υποτιμητικά για το πρόσωπο του εργοδότη τους και καταδεικνύουν πρόθεση εξαπάτησής του. Ιδιαίτερα αυτή ολοκληρωνόταν με την υποβολή ψευδών στοιχείων, όπως εικονικές αποδείξεις αμοιβής, για μεταφράσεις που οι ίδιες εκτέλεσαν αλλά τις παρουσίαζαν ως εκτελούμενες από τρίτα πρόσωπα, για να εισπράξουν την αμοιβή που δήθεν οφειλόταν στον τρίτο μεταφραστή. Από τις πράξεις τους αυτές, που διέπραξαν από κοινού, προσβλήθηκε η φήμη, το κύρος και το πρόσωπο του ενάγοντος κατά την έκφανση της επαγγελματικής του αξίας και προξενήθηκε σ' αυτόν ηθική βλάβη (άρθρ. 57, 59, 914 και 932 ΑΚ), προς αποκατάσταση της οποίας, ενόψει της κοινωνικής και οικονομικής κατάστασης των μερών, της ενστάσεως του δόλου των εναγομένων και των εν γένει περιστάσεων υπό τις οποίες τελέσθηκαν οι πράξεις των (εκμετάλλευση εμπιστοσύνης), έπρεπε να επιδικασθεί χρηματική ικανοποίηση 1.500.000 δραχμών.

Διατακτικό δικαστικής απόφασης:

Η προβληφθείσα εκ μέρους των εναγομένων ένσταση εκ του άρθρου 281 ΑΚ, ιστορική βάση έχουσα την εξ' εμπάθειας και προς τον σκοπό μη καταβολής της αποζημίωσης απολύσεώς τους άσκηση της προκειμένης αγωγής είναι αβάσιμη, γιατί, όπως έγινε τελεσίδικα δεκτό με τις δύο προμνησθείσες

⁴³ Λ. Κοτσίρης (2001), Το Δίκαιο Ανταγωνισμού, έκδ. Β', σελ. 175

αποφάσεις του δικαστηρίου τούτου (1150 και 1552/99), ο ενάγων δεν προήλθε εξ' εμπάθειας και προς τον σκοπό να μην πληρώσει αποζημίωση για παράβαση του νόμου περί αθέμιτου ανταγωνισμού, αλλά διότι πραγματικά οι εναγόμενες τέλεσαν τις προμνησθείσες ως άνω πράξεις που συνιστούν αθέμιτο ανταγωνισμό και επομένως η καταγγελία της σύμβασης εργασίας τους, χωρίς προηγούμενη πληρωμή αποζημίωσης, ήταν έγκυρη και δεν ήταν καταχρηστική. Επομένως, αυτά αφού δέχτηκε ως αποδειχθέντα και το πρωτοβάθμιο δικαστήριο, που στη συνέχεια επιδίκασε στον ενάγοντα για αιτηθείσα χρηματική ικανοποίηση το άνω ποσό των 1.500.000 δραχμών.

Ο επηρεασμός του πελάτη και η προσέλκυσή του, ανήκει στην ίδια την ουσία του ανταγωνισμού. Ωστόσο, απαγορεύονται οι μέθοδοι του ανταγωνισμού που επιδιώκουν να προσβάλλουν ή να αποκλείσουν την ελευθερία απόφασης και επιλογής του πελάτη. Τέτοιες μέθοδοι είναι: η παραπλάνηση, ο εξαναγκασμός, η επίμονη ενόχληση η εξαγορά του πελάτη, η εκμετάλλευση τυχοδιωκτικής ροπής του πελάτη, η εκμετάλλευση των συναισθημάτων, η εκμετάλλευση απειρίας.

Κριτήριο για την εκτίμηση των διαφόρων περιστατικών είναι ο περιορισμός της οικονομικής ελευθερίας των τρίτων. Περιορισμός του ανταγωνισμού σημαίνει επομένως αποκλεισμό των τρίτων στη δυνατότητα να αναπτύξουν την οικονομική τους ελευθερία. Σημαίνει μείωση των δυνατοτήτων επιλογής στην σχετική αγορά για εκείνους που βρίσκονται κατά περίπτωση είτε στην πλευρά της προσφοράς είτε στην πλευρά της ζήτησης.

Ο νομοθέτης περιορίζει την ελευθερία ορισμένων προσώπων υπέρ της ελευθερίας άλλων και επιδιώκει έτσι να επιβάλλει ένα σύστημα σύμμετρης ανάπτυξης της οικονομικής ελευθερίας όλων. Στα πλαίσια αυτά, η στάθμιση των σχετικών συμφερόντων και η εκτίμηση του συνόλου των συνθηκών της συγκεκριμένης περίπτωσης θα είναι πάντοτε αναγκαία.

Στο επόμενο κεφάλαιο θα αναφέρουμε τις προβλέψεις του νόμου ενάντια στον αθέμιτο ανταγωνισμό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΕΝΝΟΜΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΕΝΑΝΤΙΑ ΣΕ ΠΡΑΞΕΙΣ ΑΘΕΜΙΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Επειδή η επιχειρηματική ζωή είναι εξαιρετικά περίπλοκη και οι σχετικές επιχειρηματικές και διαφημιστικές πρακτικές δεν γνωρίζουν όρια πρωτοτυπίας ή φαντασίας, απαιτείται πάντοτε η μελέτη της συγκεκριμένης περίπτωσης, πριν γίνει η συχνά ατελής υπαγωγή σε μια από τις ανωτέρω συστηματικές ομάδες περιπτώσεων αθέμιτων πρακτικών. Για τον ίδιο λόγο, δεν αποκλείεται μια ανταγωνιστική πράξη να μπορεί να υπαχθεί σε περισσότερες ομάδες αλλά και να προσβάλλει συμφέροντα περισσότερων ομάδων (πχ. αθέμιτη διαφήμιση) τα οποία προστατεύονται μέσω του νόμου ή έστω λαμβάνονται υπόψιν κατά την πλήρωση της αόριστης νομικής έννοιας των χρηστών ηθών (πχ. καταναλωτών), η οποία είναι και προϋπόθεση για τη στοιχειοθέτηση του αδικήματος του αθέμιτου ανταγωνισμού. Η συγκεκριμενοποίηση της έννοιας των χρηστών ηθών γίνεται από τον δικαστή, ο οποίος καλείται να την προσδιορίσει πιο συγκεκριμένα, χρησιμοποιώντας τις γενικές αρχές και

αξιολογήσεις που διέπουν το θετικό δίκαιο και απορρέουν κυρίως από την συνταγματική τάξη⁴⁴.

Το ερώτημα πότε οι συμμετέχοντες στην ανταγωνιστική διαδικασία πλήττονται ουσιωδώς στην επιχειρηματική ή γενικότερα οικονομική ελευθερία τους από την δραστηριότητα του ανταγωνιστή στην αγορά αποτελεί την ουσία της εκτίμησης των ορίων τα οποία καλείται να βρεί ο δικαστής, αξιοποιώντας τα πραγματικά περιστατικά που τίθενται υπόψιν του κάθε φορά. Η έννομη προστασία που παρέχεται σε κάθε παίκτη που συμμετέχει στην αγορά και πλήττεται από αθέμιτη πράξη ανταγωνιστή του, απορρέει από το συγκεκριμένο νομικό πλαίσιο που έχει τεθεί. Τα είδη της έννομης προστασίας αποτελούν τον κορμό του κεφαλαίου αυτού, στο πλαίσιο του οποίου θα αναλυθούν επίσης οι προϋποθέσεις παροχής της προστασίας αυτής καθώς και τα χρονικά όρια μέσα στα οποία ο θιγόμενος οφείλει να ασκήσει την αξίωση του ώστε να προστατευτεί.

⁴⁴ Λιακόπουλος σελ.418 Η σωστή θέση της νομολογίας ότι κάθε επιχειρηματίας έχει δικαίωμα να διαθέτει ανεμπόδιστα στην αγορά και να διαφημίζει τα αγαθά του απορρέει απευθείας από το Σύνταγμα (άρθρο 5)

4.1 ΣΥΡΡΟΗ ΑΞΙΩΣΕΩΝ ΑΠΟ ΑΘΕΜΙΤΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ ΜΕ ΑΔΙΚΟΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Μία πράξη που συνιστά αθέμιτο ανταγωνισμό, και επομένως υπάγεται στον Ν. 146/14, είναι δυνατόν να πληροί ταυτόχρονα και τις προϋποθέσεις των διατάξεων περί αδικοπραξίας, οι οποίες προβλέπονται στον Αστικό Κώδικα και συγκεκριμένα στα άρθρα ΑΚ 919 και 920.

Καίτοι ο ν. 146/14 εισάγει ειδικές αδικοπραξίες σε σχέση με τη διάταξη του άρθρου 914 ΑΚ, η εφαρμογή των ειδικών διατάξεων του ν. 146/14, μεταξύ των οποίων και του άρθρου 1, δεν εκτοπίζει τις διατάξεις των άρθρων 914 και 919 του ΑΚ, με αποτέλεσμα να είναι δυνατό να υπάρξει συρροή στην περίπτωση κατά την οποία μία ανταγωνιστική ενέργεια πληροί συγχρόνως το πραγματικό των διατάξεων των άρθρων 914 και 919 του ΑΚ.

Όταν, για παράδειγμα, ο προσβάλλων την επωνυμία άλλου ενεργεί με υπαιτιότητα και ιδίως με πρόθεση να επιφέρει σύγχυση και να επωφεληθεί από τα πλεονεκτήματα της προσβαλλόμενης επωνυμίας, τότε παρέχεται στον δικαιούχο αξίωση αποζημίωσης και κατά τις διατάξεις περί αδικοπραξίας.

Κύριο ζήτημα που γεννάται από τη συρροή των δύο πηγών αξιώσεων, είναι αυτό της παραγραφής, καθώς, όπως προκύπτει από τις σχετικές διατάξεις, μία αξίωση από αδικοπραξία παραγράφεται μετά από 5 έτη (ΑΚ 937), ενώ η αξίωση λόγω αθέμιτου ανταγωνισμού παραγράφεται, σύμφωνα με το αρ.19 ν. 146/1914 μετά από 6 μήνες.

4.2 ΕΝΝΟΜΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ

Η ενεργητική νομιμοποίηση για την διεκδίκηση μιας αξίωσης από αθέμιτο ανταγωνισμό είναι διευρυμένη, καθώς ο σκοπός του νόμου του ν. 146/1914 είναι να προστατέψει τόσο τους ανταγωνιστές όσο και τους καταναλωτές. Έτσι, επί αξίωσης για παράλειψη αθέμιτης πράξης, ενεργητικά νομιμοποιούμενος είναι όχι μόνο ο άμεσα προσβληθείς αλλά και κάθε δυνητικός ανταγωνιστής του παραβάτη, αλλά και τα εμπορικά ή βιομηχανικά

επιμελητήρια (ή σύλλογοι). Όσον αφορά στην αξίωση για αποζημίωση, νομιμοποιείται μόνο ο ζημιωθείς. Παθητικά νομιμοποιούμενος είναι αυτός που προέβη στην προσβολή μέσω της αθέμιτης πράξης.

Κατά τόπο αρμόδιο δικαστήριο είναι εκείνο της έδρας - εγκατάστασης της επιχείρησης του εναγόμενου ή εναλλακτικώς της κατοικίας - διαμονής του. Η αξίωση κατά του παραβάτη της γενικής ρήτρας που τίθεται με το άρθρο 1 ν. 146/1914, για παράλειψη και για αποζημίωση, μπορεί, ενόψει των ειδικών συνθηκών, να ζητηθεί (και επιδικασθεί) σύμφωνα και με το άρθρο 297 ΑΚ αυτούσιως (in natura), ήτοι με τη μορφή εξαναγκασμού του εναγομένου. Η θεσπιζόμενη στο νόμο κύρια υποχρέωση προς παράλειψη περιλαμβάνει και την άρση της γενόμενης προσβολής που εξακολουθεί κατά την έγερση της αγωγής. Η αγωγή παραλείψεως που στηρίζεται στις διατάξεις του ν. 146/14 υπάγεται στην καθ' ύλην αρμοδιότητα του Πολυμελούς Πρωτοδικείου, ως έχουσα αντικείμενο ανεπίδεκτο χρηματικής αποτίμησης.

Η αγωγή προς παράλειψη στη μορφή της άρσης της προσβολής ή η αγωγή αποζημίωσης στη μορφή της in natura αποκατάστασης της ζημίας, μπορεί να κατατείνουν και στην απαγόρευση κατάρτισης δικαιοπραξίας ή ακόμη και στην επιβολή υποχρέωσης προς κατάρτιση δικαιοπραξίας. Το τελευταίο θα συμβαίνει στην περίπτωση της διακριτικής μεταχείρισης. Εάν συντρέχει επείγουσα περίπτωση λόγω προσβολής μπορούν κατά άρθρο 20 παρ. 1 ν. 146/14 να ληφθούν ασφαλιστικά μέτρα. Εν προκειμένω, συνιστάμενα ειδικότερα στην περιγραφή και κατάσχεση των αθεμίτως κυκλοφορούντων προϊόντων και στην προσωρινή απαγόρευση της κατασκευής και κυκλοφορίας τους με απειλή εμμέσων ποινών εκτέλεσης κατ' άρθρο 947 ΚΠολΔ, ενώ παράλληλα μπορεί να διαταχθεί και η δημοσίευση του διατακτικού της απόφασης στον ημερήσιο τύπο με δαπάνες του παραβάτη κατ' άρθρο 22 του ν. 146/14, κάτι που συμβαίνει παγίως, όπως είδαμε άλλωστε και από την παράθεση των παραπάνω νομολογιακών περιπτώσεων.

Η αίτηση λήψεως ασφαλιστικών μέτρων μπορεί να θεμελιωθεί και στις διατάξεις των άρθρων 13 εδαφ. α' και 14 εδάφ. τελευταίο ν. 146/14, εναντίον εκείνου που χρησιμοποιεί στις συναλλαγές την εμπορική επωνυμία άλλου προσώπου όταν, παρά την επουσιώδη παραλλαγή, δημιουργείται από τη

χρήση της αντικειμενικά η δυνατότητα προκλήσεως στο κοινό συγχύσεως των επωνυμιών ως προς την διάκριση της επιχείρησης από την οποία προέρχονται τα προϊόντα που κυκλοφορούν στην αγορά. Κάθε επαγγελματίας που παράγει ή εμπορεύεται είδη όμοια ή συγγενή προς τα διαφημιζόμενα, μπορεί να ζητήσει με αίτηση ασφαλιστικών μέτρων, την παράλειψη των ανακριβών δηλώσεων με απειλή χρηματικής ποινής και προσωπικής κρατήσεως, καθώς και άδεια δημοσίευσης του διατακτικού της απόφασης που θα δημοσιευτεί.

Για να υποβληθεί αίτημα παροχής άδειας δημοσιεύσεως του διατακτικού της αποφάσεως με έξοδα του εναγομένου στην περίπτωση που εγείρεται αγωγή παραλείψεως της χρήσεως σήματος από τρίτον (άρθρο 22 παρ. 4 ν. 146/14) πρέπει η αγωγή να περιέχει και βάση που θεμελιώνεται στο άρθρο 1 ν. 146/14 όχι μόνο στο ν. 2239/94, δηλαδή να εκτίθεται στην αγωγή ότι η παράνομη χρήση του σήματος από τον εναγόμενο τρίτο έγινε με σκοπό ανταγωνισμού του ενάγοντος- δικαιούχου του σήματος, κατά τρόπο που αντίκειται στα χρηστά ήθη, καθώς ο ν. 2239/94 δεν παρέχει παρόμοια εξουσία στο πολιτικό δικαστήριο αλλά μόνον στο ποινικό.

Στην περίπτωση δόλιας απόσπασης εργατικού δυναμικού, η αξίωση για άρση της προσβολής δεν μπορεί να είναι αξίωση κατά του νέου εργοδότη να μην απασχολεί τους εργαζομένους, ούτε αξίωση κατά των εργαζομένων να παύσουν να απασχολούνται στο νέο εργοδότη, αλλά η αξίωση μπορεί να πάρει μόνο τη μορφή της αποζημίωσης. Στην περίπτωση που η απασχόληση του μισθωτού στο νέο εργοδότη είναι για κάποιο άλλο λόγο αθέμιτη, διότι π.χ. η παροχή εργασίας συνίσταται στην αποκάλυψη προστατευόμενων κατά τον ν. 146/14 εμπορικών ή άλλων απορρήτων του παλαιού εργοδότη, η σχετική αξίωση μπορεί να έχει ως περιεχόμενο την απαγόρευση παροχής τέτοιων μυστικών. Τα ίδια ισχύουν και προκειμένου για στενά συνεργαζόμενα με την επιχείρηση πρόσωπα, τα οποία δεν συνδέονται με αυτήν με σχέση εργασίας, αλλά με άλλη συμβατική σχέση, όπως με σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας ή πρακτορείας.

Επί άρνησης πώλησης, μπορεί να ζητηθεί και να επιδικασθεί στις ανωτέρω περιπτώσεις κατ' άρθρο 297 ΑΚ αυτούσια αποζημίωση (in natura).

Από τις διατάξεις των άρθρων 1 και 13 του ν. 146/14, 914 και 919 ΑΚ προκύπτει ότι αξίωση αποζημιώσεως αναγνωρίζεται στον ζημιωθέντα τόσο στην περίπτωση του άρθρου 1 του ν. 146/14 γενικά όσο και στην περίπτωση του άρθρου 13 παρ. Β' του ίδιου νόμου. Στη δεύτερη όμως περίπτωση, μόνο αν ο παραβάτης γνώριζε ή όφειλε να γνωρίζει (δηλαδή από αμέλεια δεν γνώριζε) ότι με τη χρήση του ξένου διακριτικού γνωρίσματος μπορούσε να προκληθεί σύγχυση.

Κατά του χρήστη διακριτικού γνωρίσματος άλλου, παρέχεται αγωγή για παράλειψη της χρήσεως. Αρμόδιο καθ' ύλην είναι το Πολυμελές Πρωτοδικείο (άρθρο 18 ΚΠολΔ) και κατά τόπο αυτό της κατοικίας του εναγομένου. Αίτημα της αγωγής είναι η παύση της παράνομης προσβολής και η παράλειψή της στο μέλλον. Ενάγων είναι ο άμεσα θιγόμενος δικαιούχος του διακριτικού γνωρίσματος. Για την επωνυμία και το διακριτικό τίτλο η χρηματική ικανοποίηση βασίζεται στο άρθρο 59 ΑΚ. Μπορεί όμως να θεμελιωθεί και στο άρθρο 932 όταν πρόκειται για παραβίαση του άρθρου 13 του ν. 146/14, αφού η διαλαμβανόμενη στο άρθρο αυτό αδικοπραξία αποτελεί είδος αδικοπραξίας του άρθρου 932 ΑΚ για την οποία απαιτείται υπαιτιότητα του προσβολέως.

Αν τα διακριτικά γνωρίσματα μιας επιχείρησης προσβληθούν λόγω της χρήσης τους από τρίτον, παρέχεται η προστασία του άρθρου 13 του ν. 146/14, εφόσον πληρούνται οι προϋποθέσεις του άρθρου αυτού. Αν, αντίθετα, προσβληθεί διακριτικό γνώρισμα που έγινε δεκτό ως σήμα και καταχωρήθηκε στο ειδικό βιβλίο που το άρθρο 6 του ν. 146/14 αναφέρει, χωρίς να έχει διαγραφεί, δεν προστατεύεται από τις διατάξεις του ν. 146/14, αλλά παρέχεται η προστασία των άρθρων 24 και 29 του ν. 2239/94 περί σημάτων. Μόνο εάν τέτοιο ιδιαίτερο διακριτικό γνώρισμα δεν έχει γίνει δεκτό ως σήμα ή γενόμενο δεκτό έχει διαγραφεί και χρησιμοποιείται από άλλον ούτως ώστε να είναι δυνατή η πρόκληση συγχύσεως με την παραπάνω έννοια, ο φορέας της επιχείρησης που το χρησιμοποιεί νομίμως έχει την προαναφερόμενη προστασία των άρθρων 13 και 14 του ν. 146/14. Αν πάλι το σήμα έχει επικρατήσει και ως διακριτικό γνώρισμα της επιχείρησης και λόγω της χρησιμοποίησής από άλλον όμοιων διακριτικών γνωρισμάτων επιχείρησης υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης, τότε είναι δυνατόν να προστατευθεί το σήμα και

βάσει του άρθρου 13 του ν. 146/14, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για ανομοιοειδή προϊόντα.

Το δικαίωμα στην προστασία της εμπορικής επωνυμίας είναι απόλυτο, ώστε κάθε προσβολή του είναι παράνομη, εφόσον δεν υπάρχει λόγος και δεν γίνεται επίκληση που να αίρει τον παράνομο χαρακτήρα. Για την προστασία της αξιώσεως του δικαιούχου για άρση και παράλειψη της προσβολής, η οποία συντελείται με την αμφισβήτηση του δικαιώματος στην επωνυμία ή και με τη χρήση της από άλλον, δεν απαιτείται ο προσβολέας να ενεργεί με υπαιτιότητα και ιδίως με πρόθεση να επιφέρει σύγχυση και να επωφεληθεί από πλεονεκτήματα της προσβαλλόμενης επωνυμίας, ώστε για τη θεμελίωση της αξιώσεως για παράλειψη, όταν τη συνδρομή του στοιχείου αυτού (της δυνατότητας δηλαδή να επέλθει σύγχυση), επικαλείται ο αιτών, οπότε συντρέχει περίπτωση εφαρμογής και του άρθρου 13 παρ. 1 του ν. 146/14, αρκεί ότι γίνεται χρήση της επωνυμίας κατά τρόπο που αντικειμενικώς, ανεξάρτητα από υπαιτιότητα του χρήστη, μπορεί να προκαλέσει σύγχυση.

Σε περίπτωση αθέμιτου ανταγωνισμού, που τελείται με την παράνομη χρήση ξένου σήματος ή άλλου διακριτικού γνωρίσματος, το δικαστήριο διατάσσει κατά περίπτωση τα μέτρα που προβλέπονται στο άρθρο 15 του ν. 146/14 (αφαίρεση σήματος - διακριτικού γνωρίσματος ή καταστροφή προϊόντων). Αντίθετα, δεν μπορεί να διατάξει τη δικαστική μεσεγγύηση εμπορευμάτων που φέρουν παράνομα ξένο σήμα ή άλλο διακριτικό γνώρισμα, αφού δεν υπάρχει διαφορά σχετικά με την κυριότητα, τη νομή ή την κατοχή τους και δεν υπάρχει διάταξη ουσιαστικού νόμου, που επιτρέπει τη μεσεγγύηση τους.

Για να αξιώσουν τα μέλη μιας επαγγελματικής ομάδας που θίγεται από την παραβίαση μιας εξωανταγωνιστικής διάταξης, την παράλειψή της δεν αρκεί να επικαλεσθούν μόνο την σχετική διάταξη και τις (ποινικές ή διοικητικές) συνέπειές της. Απαιτείται επί πλέον να γίνει στο εισαγωγικό δικόγραφο αναφορά και επίκληση των προϋποθέσεων της γενικής ρήτρας του άρθρου 1 ν. 146/14 περί αθέμιτου ανταγωνισμού, διότι μόνο αυτή (και όχι η παραβιαζόμενη διάταξη) μπορεί να θεμελιώσει την αξίωση για παράλειψη σύμφωνα με το άρθρο 10 ν. 146/14. Διαφορετικά η (τακτική) αγωγή ή η αίτηση

(ασφαλιστικών μέτρων) θα είναι ατελής και δεν θα περιέχει νόμιμη βάση για το αξιούμενο δικαίωμα.

Από τις διατάξεις των άρθρων 4 παρ. 1-2 και 8 εδάφ. α' του ν. 1089/80 προκύπτει ότι όποιος επικαλείται προτεραιότητα καταχώρισεως της εμπορικής του επωνυμίας, δικαιούται να ζητήσει την απαγόρευση χρήσης της χρονικά μεταγενέστερης επωνυμίας, εφόσον επικαλείται και αποδεικνύει κίνδυνο σύγχυσης από την χρήση της τελευταίας. Τη σχετική αγωγή και, αν υπάρχει επείγουσα περίπτωση, την αίτηση λήψεως ασφαλιστικών μέτρων νομιμοποιείται να ασκήσει ο φορέας του δικαιώματος της εμπορικής επωνυμίας.

Το δικαίωμα επί της πνευματικής ιδιοκτησίας, καθώς και τα δικαιώματα του θιγόμενου από αθέμιτο ανταγωνισμό, είναι απόλυτα, δηλαδή προστατεύονται έναντι πάντων που με τις πράξεις τους προσβάλλουν τα δικαιώματα αυτά. Το Δικαστήριο έχει εξουσία, στα πλαίσια της προσωρινής ρύθμισης κατάστασης, να διατάξει την προσωρινή παράλειψη ή την προσωρινή επιχείρηση πράξεων προκειμένου να προστατευθεί απόλυτο δικαίωμα χωρίς με αυτό να θίγεται η ΚΠολΔ 692 παρ. 4.

Η κρίση του δικαστηρίου της ουσίας περί αντιθέσεως ή μη μιας πράξης στα χρηστά ήθη υπόκειται στον έλεγχο του Αρείου Πάγου, ο οποίος διαμορφώνει την κρίση του με βάση τα συγκεκριμένα πραγματικά περιστατικά που αποδεικνύουν τις συνθήκες του ανταγωνισμού, όπως είναι ο υψηλός βαθμός απομίμησης των προϊόντων και η δυνατότητα προκλήσεως συγχύσεως στους προμηθευόμενους τα προϊόντα.

Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η έννομη προστασία δεν παρέχει επ' αόριστον στον θιγόμενο, αλλά από τον σκοπό του νόμου προκύπτει ότι το δικαίωμά του να αξιώσει την προστασία του υπόκειται σε παραγραφή. Το ζήτημα αυτό εξετάζεται αμέσως παρακάτω.

4.3 ΠΑΡΑΓΡΑΦΗ ΑΞΙΩΣΕΩΝ

« Αι εκ των διατάξεων του νόμου τούτου πηγάζουσαι αξιώσεις επί παραλείψει ή επί αποζημιώσει [...] παραγράφονται δε μετά έξι μηνάς από του χρονικού σημείου, καθ' ο ο έχων την αξίωσιν έλαβε γνώσιν της πράξεως και του υπευθύνου προσώπου, πάντως δε μετά τριετίαν αφ' ης εγένετο η πράξις. Διά τας επί αποζημιώσει αξιώσεις ουδέποτε άρχεται η παραγραφή προ του χρονικού σημείου καθ' ο επροξενήθη η βλάβη» [αρθρο 19 ν 146/1914]».

Οι αξιώσεις προς παράλειψη ή αποζημίωση, που πηγάζουν από το ν. 146/14 παραγράφονται μετά από έξι μήνες από το χρονικό σημείο, κατά το οποίο αυτός που έχει την αξίωση έλαβε γνώση της πράξεως και του υπευθύνου προσώπου, οπωσδήποτε δε μετά την τριετία από τότε που έγινε η πράξη της προσβολής, ανεξάρτητα δηλαδή αν ο δικαιούχος έλαβε ή όχι γνώση αυτής και του υπευθύνου προσώπου.

Επί πράξεων αθεμίτου ανταγωνισμού, οι οποίες δημιουργούν κατάσταση διαρκούς προσβολής, η παραγραφή της αξιώσεως για παράλειψη αρχίζει από το χρονικό σημείο κατά το οποίο ο έχων την αξίωση έλαβε γνώση της πράξεως δια της οποίας προσεβλήθη η αξίωση του και του υπευθύνου προσώπου. Αντίθετη άποψη, κατά την οποία, επί καταστάσεως διαρκούς προσβολής, η παραγραφή αρχίζει μετά το τέλος της προσβολής, ουσιαστικά οδηγεί στο απαράγραπτο της ανωτέρω αξιώσεως και αντίκειται στην περί παραγραφής ρητή επιταγή του νόμου (άρθρο 19 ν. 146/14), σκοπός της οποίας είναι η ταχεία εκκαθάριση των σχετικών αξιώσεων.

Στην περίπτωση που μία πράξη παραβιάζει συγχρόνως τις ειδικές διατάξεις του ν .146/14 αλλά και τη γενική διάταξη του άρθρου 914 ΑΚ, τότε εφαρμόζεται μόνο η παραγραφή του άρθρου 19 του ν. 146/14, ως εξαιρετική ρύθμιση και όχι η παραγραφή του άρθρου 937 ΑΚ, διότι το προβάδισμα της εφαρμοστέας διάταξης καθορίζεται από το σκοπό και τον ειδικό χαρακτήρα της παραγραφής. Η σύντομη δε παραγραφή του άρθρου 19 ν. 146/14 σκοπεύει στην ταχεία εκκαθάριση των διαφορών που πηγάζουν από τις

διατάξεις του ανταγωνισμού, αρχή που κρατεί στο εμπορικό δίκαιο και αποτελεί ειδική ρύθμιση σε σχέση με το δίκαιο των αδικοπραξιών, κι επομένως αυτή έχει το προβάδισμα.

Επί της εξάμηνης παραγραφής των αξιώσεων από το ν. 146/1914 εφαρμόζονται οι διατάξεις των άρθρων 260-270 ΑΚ. Κατά το άρθρο 261 ΑΚ την παραγραφή διακόπτει η έγερση αγωγής. Λόγος δε αναστολής της παραγραφής, κατά το άρθρο 255 ΑΚ, είναι και η ανωτέρα βία. Εφόσον δε η αξίωση έχει καταστεί επίδικη, αν οι διάδικοι απρακτούν, η παραγραφή μπορεί να συμπληρωθεί εν επιδικία, αν μεταξύ δύο κατά σειρά διαδικαστικών πράξεων παρέλθει ισόχρονο διάστημα με την παραγραφή που διακόπηκε.

Την εξάμηνη παραγραφή που προβλέπεται στο άρθρο 19 ν. 146/14 δεν διακόπτει η αίτηση ασφαλιστικών μέτρων.

Για το ορισμένο της ένστασης παραγραφής της αξιώσεως περί προστασίας εμπορικού σήματος και κατά τις διατάξεις του ν. 146/14 δεν αρκεί η αναφορά του χρόνου της, κατά τον ίδιο νόμο, παραγραφής.

Από τη διάταξη του άρθρου 19 του ν. 146/14, σε συνδυασμό με τις διατάξεις των άρθρων 247 και 251 ΑΚ, προκύπτει ότι η εξάμηνη παραγραφή αρχίζει, αφότου αυτός που έχει την αξίωση έλαβε γνώση της πράξης, του υπεύθυνου προσώπου και της ζημίας, με την έννοια ότι η τελευταία μπορεί να προβλεφθεί ως αναπόφευκτη, χωρίς ωστόσο η παραγραφή να εμποδίζεται - σε περίπτωση εξακολουθητικής χρήσης- από ενδεχόμενη αβεβαιότητα ως προς την έκταση και τον αριθμό των ζημιολογώνων αποτελεσμάτων.

Η αδυναμία να ορισθεί συντομότερη δικάσιμος λόγω του φόρτου εργασίας των δικαστηρίων δεν συνιστά ανωτέρα βία, ώστε να ανασταλεί η παραγραφή.

Η επίδικη αξίωση υποκύπτει στην εξάμηνη παραγραφή του άρθρου 19 ν. 146/14 και σε επιδικία, για τον λόγο ότι από την επίδοση στην εναγομένη της κυρίας αγωγής μέχρι την εκφώνηση αυτής κατά την ορισθείσα δικάσιμο, παρέρχεται χρόνος μεγαλύτερος των έξι (6) μηνών.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η επικρατηση συνθηκών ανταγωνισμού είναι καταρχήν μία θεμιτή κατάσταση, με την οποία το κάθε άτομο πραγματώνει μία πλευρά της ελευθερίας του, δηλαδή την οικονομική του ελευθερία. Μέσα σε ένα τέτοιο πλαίσιο μπορούν τα άτομα να αναπτύξουν ελεύθερα την προσωπικότητά τους, να αναδείξουν τις ικανότητές τους και να μεγιστοποιήσουν τα προσωπικά τους ωφέλη.

Ωστόσο, όταν τα άτομα αφήνονται ελεύθερα να δράσουν δημιουργούνται κίνδυνοι κατάχρησης αυτής της ελευθερίας τους, εις βάρος άλλων, λιγότερο ικανών ή και άπειρων. Η κρατική παρέμβαση για την επιβολή ενός πλαισίου, μέσα στο οποίο θα πρέπει να δραστηριοποιούνται τα άτομα, αναδεικνύεται απαραίτητη για την εξασφάλιση κάποιων κανόνων υπό τους οποίους θα συμμετέχουν οι παίκτες της οικονομικής ζωής, δηλαδή της αγοράς. Αυτό συμβαίνει γιατί ο ανταγωνισμός που διαμορφώνεται στην πραγματικότητα δεν είναι ποτέ πλήρης, που είναι το ιδεατό, αλλά ατελής. Βέβαια, αυτή η παρέμβαση, με την οποία περιορίζεται η δράση του ατόμου, αποτελεί την εξαίρεση, ενώ ο κανόνας εξακολουθεί να παραμένει η ιδιωτική ελευθερία δράσης.

Σε αυτό το πλαίσιο, ο Έλληνας νομοθέτης έχει θεσπίσει τον νόμο 703/77 περί ελεύθερου ανταγωνισμού, με τον οποίο επιδιώκεται να εξασφαλιστεί ότι οι συνθήκες που θα επικρατούν στην αγορά δεν θα περιορίζουν τον ανταγωνισμό αλλά όλοι θα μπορούν να συμμετέχουν σε αυτόν επί ίσοις όροις. Γι' αυτό, ο νόμος αυτός απαγορεύει συμπράξεις επιχειρήσεων καθώς και την κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης τους.

Επιπλέον, ο νομοθέτης έχει θεσπίσει συγκεκριμένα όρια που πλαισιώνουν την επιτρεπόμενη συμπεριφορά στον ανταγωνισμό ώστε να μην στρευλώνονται οι συνθήκες υπό τις οποίες τα άτομα καλούνται να διαμορφώσουν ελεύθερα τη βούλησή τους και την επιλογή τους. Έτσι, διαμορφώθηκε το δίκαιο του αθέμιτου ανταγωνισμού στον Ν. 146/1914,

στόχος του οποίου είναι ο έλεγχος πιθανών καταχρήσεων από την πλευρά των παικτών της αγοράς, οι οποίοι δύνανται να εκμεταλλευτούν ευκαιρίες, χρησιμοποιώντας ακόμα και αθέμιτα μέσα, εις βάρος των ανταγωνιστών τους αλλά τελικά και εις βάρος των καταναλωτών.

Στην εργασία αυτή παρουσιάστηκαν συγκεκριμένα νομολογικά παραδείγματα, με υποθέσεις που σχετίζονται με πράξεις αθέμιτου ανταγωνισμού, πράγμα που ανέδειξε τις διαφορετικές μορφές που μπορεί να λάβει μία αθέμιτη συμπεριφορά αλλά και την πρακτική σημασία των σχετικών διατάξεων για την επίλυση πραγματικών προβλημάτων που ανακύπτουν μεταξύ αυτών που συμμετέχουν στην αρένα του ανταγωνισμού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Κοτσίρης Λ. (2001), «Δίκαιο Ανταγωνισμού Αθέμιτου και Ελεύθερου», Εκδόσεις Σάκκουλα
- Μαρίνος Μ. (2009), «Αθέμιτος Ανταγωνισμός», Εκδόσεις Σάκκουλα
- Ρόκας Κ., (1996), «Αθέμιτος Ανταγωνισμός», (Νομική Βιβλιοθήκη)
- Τσιμπανούλης Δ. (1996), «Αθέμιτος Ανταγωνισμός» Εκδόσεις Νομικής Βιβλιοθήκης
- Βικιπαίδεια, η ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια, «Ανταγωνισμός» ανάκτηση από : <http://el.wikipedia.org> Φεβρουάριος 2009
- Λιακόπουλος Αθ., (1992), «Προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού», Εκδόσεις Σάκκουλα
- Περάκης Ε., (2000), «Γενικό Μέρος του Εμπορικού Δικαίου», Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη
- Περάκης Ε. (1996), «Αθέμιτος ανταγωνισμός», Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη
- Γεωργακόπουλος , «Νομική φύσις του αθεμίτου ανταγωνισμού»
- Λιακόπουλος Θ. (1996), «Η οικονομική ελευθερία», Εκδόσεις Σάκκουλα
- Μαρίνος Μ. (2002), «Δίκαιο και Οικονομία», Εκδόσεις Σάκκουλα
- Καρακώστας Γ., «Δίκαιο Προστασίας του καταναλωτή», Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη
- Ρόκας Κ. (1996), «Δίκαιο Σημάτων», Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη
- Κουμάντος Γ. (2001), «Πνευματική ιδιοκτησία», Εκδόσεις Σάκκουλα
- Δίκαιο Επιχειρήσεων και εταιρειών, Επιθεώρηση Νομικού Δικαίου, Νομικό Βήμα
- Άρθρο 470 ΑΚ “Μεταβίβαση όλων των δικαιωμάτων”
ΦΕΚ Νόμος υπ’ αριθμ’ 3959 Προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Νόμος 146/1914 «Περί αθεμίτου ανταγωνισμού» (ΦΕΚ Β' 16.12.1913-27.1.1914)

Άρθρο 1

Απαγορεύεται κατά τας εμπορικές, βιομηχανικές ή γεωργικές συναλλαγάς πάσα προς τον σκοπόν ανταγωνισμού γινομένη πράξις, αντικειμένη εις τα χρηστά ήθη. Ο παραβάτης δύναται να εναχθή προς παράλειψιν και προς ανόρθωσιν της προσγενομένης ζημίας.

Άρθρο 2

Υπό τον όρον «εμπορεύματα» κατά την έννοιαν του παρόντος νόμου νοούνται και βιομηχανικά και γεωργικά προϊόντα, υπό τον όρον δε βιομηχανικά εργασίαι νοούνται και αι εμπορικάί, βιοτεχνικάί και γεωργικάί.

Άρθρο 3

Απαγορεύεται εις δημοσία γινομένας γνωστοποιήσεις ή ανακοινώσεις, προοριζομένας δι' ευρύν κύκλον προσώπων, πάσα ανακριβής δήλωσις περί σχέσεων αναφερομένων εις τας κατά το άρθρον 1 συναλλαγάς ιδία δε περί της ποιότητος, της αρχικής προελεύσεως, του τρόπου της κατασκευής ή της τιμολογήσεως εμπορευμάτων η βιομηχανικών εργασιών, περί του τρόπου ή της πηγής της προμηθείας, της κατοχής βραβείων ή άλλων τιμητικών διακρίσεων, περί της αιτίας ή του σκοπού της πωλήσεως ή περί του ποσού των προς διάθεσιν εμπορευμάτων, ικανή να παραγάγη την εντύπωσιν ιδιαίτερος ευνοϊκής προσφοράς. Ο παραβάτης δύναται να εναχθή προς παράλειψιν των ανακριβών δηλώσεων και ανόρθωσιν της προσγενομένης ζημίας.

Άρθρο 4

Όστις, προς τον σκοπόν όπως παραγάγη την εντύπωσιν ιδιαιτέρως ευνοϊκής προσφοράς, ποιείται υπό τους όρους του άρθρου 3 εν γνώσει αναληθείς δηλώσεις ικανάς να παραπλανήσουν το κοινόν, τιμωρείται με φυλάκισιν μέχρις εξ μηνών και με χρηματικήν ποινήν (μέχρι 3.000 δραχμών) ή με μίαν εκ των ποινών τούτων. Εάν αι εν τω προηγουμένω εδαφίω αναφερόμεναι ανακριβείς δηλώσεις γίνωσι παρ' υπαλλήλου ή εντολοδόχου, τιμωρείται, πλήν του υπαλλήλου ή εντολοδόχου, και ο κύριος ή διευθυντής της επιχειρήσεως, εάν η πράξις εγένετο εν γνώσει αυτού.

Άρθρο 5

Διά την εφαρμογήν των άρθρων 3 και 4, προς τας εν αυτοίς δηλώσεις εξομοιούνται αι δι' εικόνων παραστάσεις και άλλαι μέθοδοι, αίτινες σκοπούν και είναι ικαναί να αντικαταστήσουν αυτές. Η χρήσις ονομάτων, άτινα εν συναλλαγίς χρησιμεύουν προς ονομασίαν εμπορευμάτων ή βιομηχανικών εργασιών, χωρίς να σκοπούν τον προσδιορισμόν της προελεύσεως αυτών, δεν υπάγεται εις τας εν άρθροις 3 και 4 διατάξεις.

Άρθρο 6

Εάν διά δημοσία γινομένων γνωστοποιήσεων ή ανακοινώσεων, προοριζομένων δι' ευρύν κύκλον προσώπων, αναγγέλλεται η εκποίησης εμπορευμάτων, προερχομένων εκ πτωχεύσεως αλλά μη ανηκόντων πλέον εις την πτώχευσιν, απαγορεύεται πάσα ανακοίνωσις της εκ πτωχεύσεως προελεύσεως αυτών, ο δε παραβάτης, τιμωρείται με χρηματικήν ποινήν (μέχρι 1500 δραχμών) ή φυλάκισιν έως δύο μηνών ή με αμφοτέρας τας ποινάς ταύτας.

Άρθρο 7

1. Απαγορεύεται η προς το κοινόν αναγγελία της εκποίησης εμπορευμάτων, ως αποτελούσης διάλυσιν του καταστήματος ή διάλυσιν ωρισμένου κλάδου αυτού.
2. Κατ' εξαίρεσιν επιτρέπεται η κατά την προηγουμένην παράγραφον αναγγελία εκποίησης, μνημονευομένης εν τη αναγγελία και της αιτίας ταύτης

και υπό τας κατά το παρόν άρθρον προϋποθέσεις, κατόπιν αδείας του αρμοδίου Προέδρου Πρωτοδικών [σήμερα, του Μονομελούς Πρωτοδικείου] ή επί Περιφερειών, ένθα δεν εδρεύει Πρωτοδικείον του αρμοδίου Ειρηνοδίκου [σήμερα, Ειρηνοδικείου].

3. Ο Πρόεδρος ή ο Ειρηνοδίκης δικάζων κατά την διαδικασίαν του άρθρ.634 Πολ. Δικονομίας και επομ. [σήμερα, των άρθρων 686 επ. ΚΠολΔ] αιτήσει του ενδιαφερομένου, ερευνά την ύπαρξιν των προϋποθέσεων του παρόντος άρθρου και χορηγεί την άδειαν καθορίζων την αιτίαν και τον χρόνον ενάρξεως και λήξεως της εκποιήσεως. Αντίγραφων της αιτήσεως επιδίδεται εις τον Πρόεδρον του οικείου Εμπορικού Επιμελητηρίου δυναμένου να παρέμβη κατά την συζήτησιν της αιτήσεως. Εν τη αιτήσει περί χορηγήσεως της κατά τ' ανωτέρω αδείας επισυνάπτονται: α) Υπεύθυνος δήλωσις του αιτούντος, εν η αναφέρονται η αιτία της διαλύσεως, ο χρόνος ενάρξεως και η διεύθυνσις του καταστήματος διενεργείας αυτής και β) λεπτομερής πίναξ εις διπλούν απογραφής των υπό εκποίησιν εμπορευμάτων, εν ω εμφαίνονται αναλυτικώς τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αυτών κατ' είδος, προέλευσιν και ποιότητα ως και αι ποσότητες εκάστου τούτων. Ο Πρόεδρος εξελέγχει δαπάναις του δηλούντος την ειλικρίνειαν της δηλώσεως και του πίνακος απογραφής, διά δύο πραγματογνωμόνων οριζομένων υπ' αυτού και εκλεγομένων εκ καταλόγου καταρτιζομένου υπό του Εμπορικού Επιμελητηρίου εντός του μηνός Δεκεμβρίου εκάστου έτους και ισχύοντος διά το επόμενον έτος ή εν ελλείψει τούτου διά δύο πραγματογνωμόνων της εκλογής του. Επί εκποιήσεως εντός της τέως Διοικήσεως Πρωτευούσης ο εις των άνω πραγματογνωμόνων ορίζεται υπό του Προέδρου Πρωτοδικών υποχρεωτικώς εκ του Σώματος Ορκωτών Λογιστών. Δι' αποφάσεως του Υπουργού Εμπορίου, δύναται η παρούσα διάταξις να επεκτείνηται και εις άλλας περιφερείας της Ελλάδος.

4. Η εκποίησις επιτρέπεται μόνον α) λόγω πραγματικής και οριστικής παύσεως των εργασιών ολοκλήρου της επιχειρήσεως, β) λόγω ουσιαστικής καταργήσεως κλάδου αυτής και ως προς τα είδη μόνον του κλάδου τούτου και γ) λόγω πτωχεύσεως του εμπόρου διά τελεσιδίκου αποφάσεως. Αποκλείεται η κατά τας διατάξεις του παρόντος άρθρου εκποίησις εμπορευμάτων, κτηθέντων

προς μόνον τον σκοπόν πωλήσεως αυτών κατά την διάλυσιν ή κτηθέντων κατά το τελευταίον προ της υποβολής της αιτήσεως τρίμηνον.

5. Η διάρκεια της εκποίησησεως δεν δύναται να υπερβαίνει τους 4 μήνας. Ο Πρόεδρος όμως δύναται εκτιμών τας τυχόν εξαιρετικές περιπτώσεις να χορηγή παράτασιν της άνω διαρκείας, πάντως ουχί πλέον των 4 εισέτι μηνών. Η εκποίησης επιτρέπεται να ενεργήται μόνον εντός του καταστήματος του αιτούντος.

6. Καθ' άπασαν την διάρκειαν της εκποίησησεως και εντός του πρώτου πενθημέρου εκάστου μηνός, ο τυχών αδείας υποχρεούται όπως υποβάλη, εις το οικείον Εμπορικόν Επιμελητήριον εις διπλούν νέον πίνακα απογραφής περιέχοντα τα εκ του προηγουμένου πίνακος υπόλοιπα εμπορευμάτων κατά την τελευταίον ημέραν του παρελθόντος μηνός, η ειλικρίνεια του οποίου ελέγχεται υπό των πραγματογνωμόνων. Οι πραγματογνώμονες δύνανται κατόπιν καταγγελίας ή και αυτεπαγγέλτως να προβαίνωσιν εις έκτακτον έλεγchon, ότε, επί παραβάσεως των διατάξεων του παρόντος, υποβάλλουσιν έκθεσιν εις το Επιμελητήριον.

7. Εις ην περίπτωσιν εις τα υπό εκποίησησιν εμπορεύματα αναγράφωνται δύο τιμαί, εξ ων η μία παριστά την κανονικήν τιμήν πωλήσεως του εμπορεύματος και η ετέρα την μετ' έκπτωσιν λόγω της διαλύσεως ισχύουσαν τοιαύτην, η πρώτη των δύο τούτων τιμών δέον να μη αφίσταται της πραγματικής αγοραίας τιμής του εμπορεύματος, εφαρμοζομένης άλλως της υπό του άρθρ. 8 προβλεπομένης ποινής εις βάρος του υπευθύνου. [Το άρθρο 7 τίθεται όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 1 του Ν.Δ. 4181/1961 (ΦΕΚ Α' 144)]

8. Ο Πρόεδρος των Πρωτοδικών, κατ' αίτησιν του Επιμελητηρίου και παντός τρίτου επί παραβάσεων του εποιοούντος δύναται ν' ανακαλή εν όλω ή εν μέρει, ή τροποποιή την χορηγηθείσαν άδειαν. Επίσης εις περίπτωσιν ευλόγου αιτίας η άδεια δύναται ν' ανακληθή εν όλω ή εν μέρει ή τροποποιηθεί αναλόγως τη αιτήσει του ενδιαφερομένου.

9. Αδειαι εκποίησησεως υφιστάμεναι κατά την έναρξιν της ισχύος του παρόντος δύνανται εντός μηνός από ταύτης ν' ανανεωθώσιν επιμελεία του ενδιαφερομένου και τηρουμένων των διατάξεων του παρόντος, άλλως θεωρούνται ως αρθείσαι αυτοδικαίως.

10. Επί εκποιήσεων υπό έκπτωσιν τιμών λόγω παρόδου της εποχής, αίτινες ως τοιαύται αναγγέλλονται και είναι εν χρήσει εν τω κανονικώ εμπορίω, δεν εφαρμόζονται αι ανωτέρωδιατάξεις. Επιτρέπεται όμως, όπως διά Β.Δ/των εκδιδόμενων προτάσει του Υπουργού Εμπορίου, ορίζεται ο αριθμός κατ' έτος, ο χρόνος ενάρξεως και η διάρκεια των τοιούτων εκποιήσεων καθ' άπασαν την χώραν. Μέχρι της εκδόσεως των Δ/των τούτων ισχύει το από 24.1.1959 Β.Δ/μα «περί των επί εκπτώσει πωλήσεων υπό των εμπόρων λόγω παρόδου της εποχής».

11. Εκτός των περιπτώσεων της εκποιήσεως εμπορευμάτων περί των το παρόν άρθρον, εν ουδεμιά άλλη περιπτώσει, υπό οιανδήποτε μορφήν, ονομασίαν, δικαιολογίαν ή πρόσχημα επιτρέπονται αναγγελίαι περί πωλήσεων επί εκπτώσει.

12. Ως αντικειμένη ίδια εις τα χρηστά ήθη και τας συνθήκας συναλλαγής θεωρείται η πώλησις επί ειδική εκπτώσει τιμών δι' εν ή περιωρισμένον αριθμόν ειδών προς τον σκοπόν της συγκεντρώσεως του κοινού και της εκμεταλλεύσεως αυτού διά των εις τα άλλα είδη του καταστήματος τιμών εκτός εάν πρόκειται περί εκποιήσεως λόγω τέλους εποχής.

Άρθρο 8

Ο παραβαίνων τας διατάξεις του άρθρ.7 ως και των εις εκτέλεσιν τούτου εκδιδόμενων Β.Δ/των και Υπουργικών αποφάσεων, ίδια δε ο αναγγέλων εκποίησιν άνευ αδείας, ή άνευ μνείας της αιτίας ταύτης ή ποιούμενος εν γνώσει ανακριβή δήλωσιν και χρησιμοποιών εν γνώσει ανακριβή πίνακα απογραφής ή παραλείπων την ενημέρωσιν τούτου ή πωλών εν τόπω ή χρόνω μη επιτρεπομένω ή εκθέτων προς πώλησιν εμπορεύματα αποκτηθέντα προς μόνον τον σκοπόν της εκποιήσεως αυτών κατά την διάλυσιν ή αποκτηθέντα κατά το τελευταίον προ της υποβολής της αιτήσεως τρίμηνον, ή μη περιλαμβανόμενα εις τον πίνακα, τιμωρείται κατά την διάταξιν του άρθρ.458 του Ποινικού Κώδικος. Κατά την αυτήν διάταξιν τιμωρείται και όστις εν γνώσει παραχωρεί προς τρίτον εμπορεύματα προς εκποίησιν κατά παράβασιν των διατάξεων του άρθρ.7. Τα ως άνω εγκλήματα εκδικάζονται κατά την

διαδικασίαν των άρθρ.417-425 Κ.Π.Δ.. [Το άρθρο 8 τίθεται όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 1 του Ν.Δ.4181/1961 (ΦΕΚ Α' 144)]

Άρθρο 9

Διά Β.Δ/των, εκδιδόμενων προτάσει του υπουργού της Εθνικής Οικονομίας, μετ' απόφασιν του υπουργικού συμβουλίου, δύναται να ορισθή όπως η κατ' επάγγελμα λιανική πώλησις ωρισμένων εμπορευμάτων γίνηται μόνον εις ωρισμένας μονάδας αριθμού, μέτρου ή βάρους ή μόνον εάν φέρωνται σημειωμένα επ' αυτών, του περικαλύμματος ή του δοχείου ο αριθμός, το μέτρον, το βάρος ο τόπος, της κατασκευής ή της προελεύσεως αυτών. Ο παραβάτης των ορισμών των Διαταγμάτων του προηγουμένου εδαφίου τιμωρείται με χρηματικήν ποινήν (μέχρι τριακοσίων δραχμών) και με φυλάκισιν μέχρι δύο μηνών η με μίαν των ποινών τούτων.

Άρθρο 10

Των εις τα άρθρα 1 και 3 προβλεπομένων πράξεων την παράλειψιν δύναται ν' αξιώση πας επαγγελματίας, όστις παράγει ή εμπορεύεται όμοια ή συγγενή είδη, καθώς επίσης και τα εμπορικά και βιομηχανικά επιμελητήρια, οι εμπορικοί και βιομηχανικοί ή εν γένει επαγγελματικοί σύλλογοι. Ομοίως οι άνω επαγγελματίαι, τα επιμελητήρια και οι σύλλογοι έχουσιν έννομον αξίωσιν επί παραλείψει των κατά παράβασιν των άρθρων 6, 8 και 9 επιχειρουμένων πράξεων, ως και της κατά το άρθρον 7 αναγγελίας προς το κοινόν άνευ της προς τον αρμόδιον πρόεδρον των πρωτοδικών ή τον ειρηνοδίκην δηλώσεως. Εις ανόρθωσιν της κατά παράβασιν των διατάξεων του νόμου τούτου προερχομένης ζημίας υποχρεούται: α) Όστις εις την περίπτωσιν του άρθρου 3 εγνώριζεν η ώφειλε να γνωρίζη το αναληθές των παρ' αυτού γενομένων διαφημίσεων. Κατά συντακτών, εκδοτών, τυπογράφων, πρακτόρων εφημερίδων ή περιοδικών χωρεί τότε μόνον αξίωσις επί αποζημιώσει, εάν εγνώριζον το αναληθές των ανακοινώσεων. β) Όστις εκ προθέσεως ή αμελείας παραβαίνει το εις το άρθρα 6,7,8 και 9 οριζόμενα. Προς παύσιν των κατά παράβασιν των άρθρων 1,3,6,8 και 9, ως και της κατά το άρθρον 7 αναγγελίας προς το κοινόν, γινομένων υπό τινος υπαλλήλου ή αντιπροσώπου

επιχειρήσεως ή καταστήματος πράξεων, υποχρεούται και δύναται να εναχθή και ο κύριος ή ο διευθυντής.

Άρθρο 11

Ο προς τον σκοπόν ανταγωνισμού ισχυριζόμενος ή διαδίδων, όσον αφορά την εργασία ή επιχείρησιν ετέρου, το πρόσωπον του ιδιοκτήτου ή του διευθυντού αυτής, τα εμπορεύματα ή τας βιομηχανικάς εργασίας τρίτου, ειδήσεις δυνάμενες να βλάψωσι τας εργασίας της επιχειρήσεως ή την εμπορικήν πίστιν αυτού, υποχρεούται, εφ' όσον τα διαδοθέντα δεν είναι κατά τρόπον ευαπόδεικτον αληθή, εις ανόρθωσιν της εις τον αδικηθέντα προσγενομένης ζημίας. Ο αδικηθείς δύναται προς τούτοις ν' αξιώση την παράλειψιν της επαναλήψεως ή της περαιτέρω διαδόσεως των ανακριβειών. Προκειμένου όμως περί εμπιστευτικής ανακοινώσεως, διά την οποίαν ο πληροφορών ή ο προς τον η πληροφορία έχει εύλογον συμφέρον δύναται να ζητηθή η παράλειψις μόνον, εάν τα ανακοινωθέντα είναι αναληθή. Εάν δ' ο πληροφορών εγνώριζεν η ώφειλε να γνωρίζη το αναληθές της ανακοινώσεως, υποχρεούται και εις ανόρθωσιν της τυχόν προσγενομένης ζημίας. Η διάταξις του τελευταίου εδαφίου του άρθρου 10 εφαρμόζεται αναλόγως.

Άρθρο 12

Ο εν γνώσει της αναληθείας ισχυριζόμενος ή διαδίδων ως προς την επιχείρησιν ή εργασία ετέρου, το πρόσωπον του ιδιοκτήτου ή του διευθυντού αυτής, τα εμπορεύματα ή τας βιομηχανικάς εργασίας τρίτου, ειδήσεις, δυναμένας να βλάψωσι της επιχείρησιν, τιμωρείται με φυλάκισιν μέχρις εξ μηνών και με χρηματικήν ποινήν (μέχρι τριών χιλιάδων δραχμών) ή με μίαν των ποινών τούτων. Διά της αυτής ποινής τιμωρείται και ο κύριος ή ο διευθυντής της επιχειρήσεως, εάν οι περί των πρόκειται ισχυρισμοί ή διαδόσεις εγένοντο εν γνώσει αυτού παρά τινος των υπαλλήλων ή των αντιπροσώπων του.

Άρθρο 13

Όστις κατά τας συναλλαγάς ποιείται χρήσιν ονόματος τινός, εμπορικής επωνυμίας, ή ιδιαιτέρου διακριτικού γνωρίσματος καταστήματος ή βιομηχανικής επιχειρήσεως, ή εντύπου τινός κατά τρόπον δυνάμενον να προκαλέση σύγχυσιν με το όνομα, την εμπορικήν επωνυμίαν ή το ιδιαίτερον διακριτικόν γνώρισμα, άτινα έτερος νομίμως μεταχειρίζεται, δύναται να υποχρεωθή υπό του τελευταίου εις παράλειψιν της χρήσεως. Υποχρεούται δε προς τούτοις απέναντι του ζημιωθέντος εις ανόρθωσιν της προσγενομένης ζημίας, εάν εγνώριζεν ή ώφειλε να γνωρίζη ότι διά της καταχρήσεως ταύτης ηδύνατο να προκληθή σύγχυσις. Προς το ιδιαίτερον διακριτικόν γνώρισμα εξομοιούνται και εκείνα εν γένει εκ των σημείων καταστήματος η επιχειρήσεως τινός, τα οποία θεωρούνται εις τους σχετικούς κύκλους των συναλλαγών ως ιδιαίτερα διακριτικά αυτών. Ως ιδιαίτερον διακριτικόν γνώρισμα θεωρείται και ο ιδιαίτερος διασχηματισμός ή η ιδιαίτερα διακόσμησις των εμπορευμάτων, της συσκευής ή του περικαλύμματος αυτών, εφόσον είναι γνωστά εις τους σχετικούς κύκλους των συναλλαγών ως διακριτικά σημεία των ομοίων εμπορευμάτων άλλου τινός. Η διατάξις του τελευταίου εδαφίου του άρθρου 10 εφαρμόζεται αναλόγως.

Άρθρο 14

Όστις κατά τας συναλλαγάς ποιείται εν γνώσει και εκ προθέσεως χρήσιν ονόματος τινός, εμπορικής επωνυμίας, ή ιδιαιτέρου διακριτικού γνωρίσματος καταστήματος ή βιομηχανικής επιχειρήσεως, ή εντύπου τινός προς τον σκοπόν όπως προκληθή σύγχυσις με το όνομα, την εμπορικήν επωνυμίαν ή το ιδιαίτερον διακριτικόν γνώρισμα, άτινα έτερος νομίμως μεταχειρίζεται, τιμωρείται με φυλάκισιν μέχρις εξ μηνών και με χρηματικήν ποινήν (μέχρι τριών χιλιάδων δραχμών) ή με μίαν των ποινών τούτων. Αι διατάξεις του παρόντος και του προηγουμένου άρθρου δεν έχουσιν εφαρμογήν προς προστασίαν των εμπορικών και βιομηχανικών σημάτων, ως προς α διατηρούνται εν ισχύι και εφαρμόζονται αι ιδιαίτεροι περί αυτών νόμιμοι ορισμοί. Δεν αποκλείεται η εφαρμογή του παρόντος και του προηγουμένου άρθρου και εις τας περιπτώσεις καθ' ας η χρήσις του ξένου ονόματος, της ξένης εμπορικής επωνυμίας ή του ιδιαιτέρου διακριτικού γνωρίσματος γίνεται με

μικράς παραλλαγής, εφόσον αυτά δεν αποκλείουν τον κίνδυνον της συγχύσεως.

Άρθρο 15

Εν περιπτώσει καταδίκης, κατά τα άρθρα 13 και 14, διατάσσεται υπό του δικαστηρίου, τη αιτήσκει του αδικουμένου, η αφαίρεσις του διακριτικού γνωρίσματος. Εάν η αφαίρεσις δεν είναι άλλως δυνατή, το δικαστήριον δύναται να διατάξη την καταστροφήν αυτών, αλλά μόνον εάν ο καταδικασθείς εγνώριζεν ή ώφειλε να γνωρίζη ότι έκαμε χρήσιν ξένου διακριτικού γνωρίσματος. Το δικαστήριον δύναται κατά την κρίσιν του, και εν περιπτώσει αθλώσεως, να διατάξη την τοιαύτην αφαίρεσιν ή καταστροφήν.

Άρθρο 16

Με φυλάκισιν μέχρις εξ μηνών και με χρηματικήν ποινήν (μέχρι τριών χιλιάδων δραχμών) ή με μίαν των ποινών τούτων τιμωρείται όστις, ως υπάλληλος, εργάτης ή μαθητευόμενος παρά τινι εμπορικώ ή βιομηχανικώ καταστήματι ή επιχειρήσει, ανακοινώνει άνευ δικαιώματος εις τρίτους, κατά το χρονικόν διάστημα της υπηρεσίας του, απόρρητα του καταστήματος ή της επιχειρήσεως εμπειστευμένα αυτώ ως εκ της υπηρεσίας του, ή άλλως περιελθόντα εις την αντίληψίν του, προς τον σκοπόν ανταγωνισμού ή επί τη προθέσει βλάβης του κυρίου του καταστήματος ή της επιχειρήσεως. Με την αυτήν ποινήν τιμωρείται και ο χρησιμοποιών ή ανακοινών εις τρίτους άνευ δικαιώματος, προς τον σκοπόν ανταγωνισμού, τα τοιαύτα απόρρητα, ων έλαβε γνώσιν διά τινός των εν τω προηγουμένω εδαφίω ανακοινώσεων ή δι' ιδίας αυτού πράξεως αντικειμένης εις τους νόμους ή τα χρηστά ήθη.

Άρθρο 17

Με την ποινήν του προηγουμένου άρθρου τιμωρείται ο άνευ δικαιώματος χρησιμοποιών ή ανακοινών εις τρίτους τα εμπιστευθέντα αυτώ κατά τας συναλλαγάς σχέδια ή κανόνες τεχνικής φύσεως, ιδία δε σχεδιάσματα, πρότυπα, τύπους, υποδείγματα, οδηγίας.

Άρθρο 18

Αι παραβάσεις των διατάξεων των άρθρων 16 και 17 γεννώσι προς τούτοις και υποχρέωσιν προς αποκατάστασιν της προξηνηθείσης ζημίας. Με τας εν τω άρθρω 16 ποινάς, ηλαττωμένας εις το ήμισυ, τιμωρείται και όστις επιχειρεί επί σκοπώ ανταγωνισμού να εξωθήση άλλον εις πράξιν αντικειμένην εις τας διατάξεις του άρθρου 16 εδ.1 και άρθρου 17.

Άρθρο 19

Αι εκ των διατάξεων του νόμου τούτου πηγάζουσαι αξιώσεις επί παραλείψει ή επί αποζημιώσει εισάγονται ως εμπορικάι υποθέσεις ενώπιον του αρμοδίου πρωτοδικείου, παραγράφονται δε μετά εξ μήνας από του χρονικού σημείου, καθ' ο ο έχων την αξίωσιν έλαβε γνώσιν της πράξεως και του υπευθύνου προσώπου, πάντως δε μετά τριετίαν αφ' ης εγένετο η πράξις. Διά τας επί αποζημιώσει αξιώσεις ουδέποτε άρχεται η παραγραφή προ του χρονικού σημείου καθ' ο επροξενήθη η βλάβη.

Άρθρο 20

Ο έχων αξίωσιν επί παραλείψει πράξεως αντικειμένης εις τους ορισμούς του παρόντος νόμου δύναται να ζητήση και την λήψιν (προσωρινών μέτρων) παρά του αρμοδίου προέδρου των πρωτοδικών, ή διά την περίπτωσιν του τελευταίου εδαφίου του άρθρου 7, παρά του αρμοδίου ειρηνοδίκου, εφαρμοζομένων αντιστοίχως όλων των διατάξεων του νόμου ΓΨΙΖ' «περίπροσωρινών μέτρων εν ταις περί διακατοχής διαφοραίς. Κατά των αποφάσεων του Προέδρου Πρωτοδικών ή των Ειρηνοδικών επιτρέπεται έφεσις ενώπιον του Προέδρου των Εφετών ή του Προέδρου των Πρωτοδικών κατά περίπτωσιν, εντός προθεσμίας 10 ημερών από της κοινοποίησεως της αποφάσεως μη παρατεινομένης λόγω αποστάσεως. [Το τελευταίο εδάφιο τίθεται όπως προστέθηκε με το άρθρο 2 του Ν.Δ.4181/1961 (ΦΕΚ Α' 144)]

Άρθρο 21

Η ποινική καταδίωξη, πλην των περιπτώσεων των άρθρων 6, 8 και 9, χωρεί μόνον κατ' έγκλησιν. Εις την περίπτωσιν του άρθρου 4 δικαιούται εις έγκλησιν

πας εκ των εν τω πρώτω εδαφίω του άρθρου 10 αναφερομένων επαγγελματιών, επιμελητηρίων ή συλλόγων.

Άρθρο 22

Εν περιπτώσει καταδίκης, επί τη βάσει των άρθρων 4,6,8 και 9 το δικαστήριο δύναται να διατάξει όπως η απόφασις δημοσιευθεί, δια του τύπου δαπάνη του καταδικασθέντος εντός τασσομένης διετίας. Εάν ο καταδικασθείς δεν ενεργήσει την δημοσίευσιν κατά τους όρους της αποφάσεως προβαίνει εις ταύτην ο εισαγγελεύς και η δαπάνη, βεβαιουμένη υπό του οικείου εφόρου εισπράττεται κατά τας διατάξεις περί εισπράξεως δημοσίων εσόδων. Εάν η καταδίκη επέλθη επί τη βάση των άρθρων 12 και 14 εδάφιον πρώτον το δικαστήριο δίδει πάντοτε τηνάδειαν εις τον αδικηθέντα όπως δημοσιευθεί εντός ωρισμένης προθεσμίας την απόφασινδαπάνη του καταδικασθέντος. Αιτήσει του αθωωθέντος δύναται το δικαστήριο να διατάξει την γνωστοποίηση της αθώσεως. Τα έξοδα ταύτης καταλογίζονται εις βάρος του Δημοσίου εφόσον δεν κατελογίσθη εις βάρος του μηνυτού ή του πολιτικώς ενάγοντος. Προκειμένου περί αγωγής επί παραλείψει εγειρόμενης επί τη βάσει των διατάξεων του παρόντος νόμου, δύναται το δικαστήριο εν τη απόφασή του να δώσει την άδειαν εις τον νικώντα όπως δημοσιευθεί εντός ορισμένης προθεσμίας το διατακτικόν της αποφάσεως του ηττηθέντος.

Άρθρο 23

Ο μη διατηρών κύριον κατάστημα δεν δύναται να επικαλεσθεί την κατά τον παρόντα νόμοπαρεχομένην προστασίαν, ειμή εάν εν τη χώρα, εν η ευρίσκεται το κύριον κατάστημα αυτού, αι ελληνικαί επιχειρήσεις απολαμβάνωσι της αυτής με τας εγχωρίους προστασίας. Προς απόδειξιν της τοιαύτης εν τη αλλοδαπή προστασίας δύναται να χρησιμεύσει και δηλώσεις των υπουργών επί των Εξωτερικων και επί της Εθνικής Οικονομίας, δημοσιευομένη δια της εφημερίδος της Κυβερνήσεως.

Άρθρο 24

Καταργείται το άρθρον 445 του Ποινικού Νόμου. Διατηρείται εν ισχύι ο ειδικός ΒΜΕ της 27Ιουλίου 1892 νόμος περί ελέγχου του εμπορίου της σταφίδας.