

Dunja Jadek Pensa

**ZNAMKA,
NJEN UGLED
IN VARSTVO**

SCIENTIA
IUSTITIA

KAZALO VSEBINE

Kratice in okrajšave	13
Predgovor	17
Uvod	21
1. OPREDELITEV PROBLEMA	21
2. NAMEN RAZISKAVE	25
3. PREDSTAVITEV SISTEMATIKE RAZISKAVE	26
I. POGlavJE: POJEM ZNAMKE	29
1. ZGODOVINSKI RAZVOJ	29
2. OD OBVEZNOSTI (ZNAMKE) DO VREDNOSTI (ZNAMKE)	32
3. ZNAČILNOSTI ZNAMKE	34
3.1 Splošno o značilnostih znamke	34
3.2. Neposredne in posredne informacije	35
3.3. Moč sporočilnosti znamke	37
4. FUNKCIJE ZNAMKE	39
4.1. Splošno	39
4.2. Funkcija individualizacije in razlikovanja	41
4.3. Funkcija označevanja izvora	42
4.3.1. Splošno	42
4.3.2. Funkcija označevanja izvora v praksi Sodišča ES...	43
4.3.3. Pojem skupnega izvora blaga in njegov pomen . . .	45
4.3.4. Prosta prenosljivost znamke	46
4.4. Garancija kakovosti	47
4.5. Reklamna funkcija znamke	49
4.6. Od izvora do »simbola« (ali od nesamostojnosti k samostojnosti znamke)	51
5. EKONOMSKI POMEN ZNAMK	53
6. DEJANSKI INTERESI V POGLEDU PRAVNEGA VARSTVA PRAVICE DO ZNAMKE	55

II. POGLAVJE: PRAVNI POJEM ZNAMKE	59
1. PRAVNA NARAVA PRAVICE DO ZNAMKE	59
1.1. Splošno	59
1.2. Zgodovinski razvoj pravne narave pravice do znamke	61
1.2.1. Francija, Nemčija	61
1.2.2. Anglija, ZDA	62
1.3. Izključna pravica	65
1.3.1. Opredelitev	65
1.3.2. Vsebina	67
1.3.3. Področje varovanja	70
1.3.4. O pomenu širšega področja varovanja pravice do znamke	72
1.3.5. Omejitve izključne pravice	73
2. PREDMET PRAVICE DO ZNAMKE	77
3. GOODWILL	79
3.1. Pojem	79
3.2. Izkoriščanje goodwilla	81
4. PREDMET PRAVICE DO ZNAMKE Z UGLEDOM	82
4.1. Izhodišča	82
4.2. Razvoj instituta	85
4.2.1. Nemčija	85
4.2.1.1. Sodna praksa	85
4.2.1.2. Teorija	88
4.2.2. Anglija, ZDA	90
4.2.2.1. Sodna praksa	90
4.2.2.2. Zakonodaja	94
4.2.2.3. Teorija	95
4.3. Razlogi proti razširjenemu varstvu znamke z ugledom	98
4.4. Razlogi v prid razširjenemu varstvu znamke z ugledom	104
4.5. Pravica do nastopanja v javnosti (<i>»Right of Publicity«</i>)	106
III. POGLAVJE: ZNAMKA Z UGLEDOM	111
1. UVOD	111
1.1. Splošno	111
1.2. Terminološke zadrege	112
1.3. Opredelitev problema	115
1.4. Sistematika poglavja	117
2. POMEN RAZŠIRJENEGA VARSTVA ZNAMKE V EVROPSKEM IN KONVENCIJSKEM PRAVU	118
3. POJEM ZNAMKE Z UGLEDOM V DIREKTIVI IN UREDBI	119
3.1. Splošno	119
3.2. Zgodovina	120

4.	ZNAMKA Z UGLEDOM V PRAKSI SODIŠČA ES	122
4.1.	Primer »Chevy«	122
4.1.1.	Stališča iz sodbe	122
4.1.2.	Komentar	123
4.2.	Primer »Davidoff«	126
4.2.1.	Stališča iz sodbe	126
4.2.2.	Komentar	129
4.3.	Primer »Adidas«	131
4.3.1.	Stališča iz sodbe	131
4.3.2.	Komentar	132
5.	ZNANA ZNAMKA V KONVENCIJSKEM PRAVU, POMEMBNEM ZA UPORABO ZIL-1-UPB3	134
5.1.	Pojem znane znamke	134
5.1.1.	Pariška konvencija o varstvu industrijske lastnine ...	134
5.1.2.	TRIPS	136
5.1.2.1.	<i>Pojem znane znamke v TRIPS</i>	136
5.1.2.2.	<i>Pogoji za širše varstvo znane znamke</i>	136
5.1.2.3.	<i>Primerjava s pravom Evropske unije</i>	137
5.1.2.4.	<i>Zahtevki po tretjem odstavku 16. člena TRIPS</i>	140
5.1.2.5.	<i>Izhodišča za razumevanje predpostavk širšega varstva znamke po tretjem odstavku 16. člena TRIPS</i>	141
5.2.	Skupna priporočila WIPO glede določb o varstvu znanih znamk	142
5.2.1.	Splošno	142
5.2.2.	Merila	143
5.2.3.	Poznanost znamke	144
5.3.	Obseg varstva	146
IV. POGLAVJE: RAZŠIRJENO VARSTVO ZNAMKE		
	PO ZIL-1-UPB3	149
1.	KRATEK ZGODOVINSKI PREGLED (NAMESTO UVODA)	149
2.	NORMATIVNA IZHODIŠČA	152
2.1.	Znamka z ugledom	152
2.1.1.	Znamka z ugledom kot ovira registraciji nove znamke	152
2.1.2.	Znamka z ugledom kot podlaga presoji o kršitvenem dejanju	155
2.2.	Znana znamka	155
3.	ZNANA ZNAMKA V PRAKSI URADA IN DOMAČI SODNI PRAKSI	157

4.	O PREDPOSTAVKAH RAZŠIRJENEGA VARSTVA ZNAMKE Z UGLEDOM	159
5.	POJEM ZNAMKE Z UGLEDOM	161
5.1.	Splošno	161
5.2.	Poznanost znamke	162
5.3.	Številčno vrednotenje	164
5.4.	Izhodišča za presojo o potrebnem pragu poznanosti znamke z ugledom v ZIL-1-UPB3	166
5.5.	Različne stopnje razlikovalnega učinka znaka v gospodarskem prometu v kontekstu razlage pojma znamke z ugledom	168
5.6.	Splošno znani znak v kontekstu razlage pojma znamke z ugledom	170
5.7.	Ugled znamke	174
6.	PREDPOSTAVKE KRŠITVENEGA DEJANJA	176
6.1.	Splošno	176
6.2.	Stopnja podobnosti primerjanih znakov	177
6.3.	Razlikovalni značaj znamke in njegovo izkoriščanje	181
6.4.	Razlikovalni značaj znamke in oškodovanje	182
6.5.	Izkoriščanje ugleda znamke	185
6.6.	Oškodovanje ugleda znamke	186
6.7.	Nepoštenost izkoriščanja	187
6.7.1.	Pomen	187
6.7.2.	Vsebina	189
6.7.3.	Nepoštenost izkoriščanja v ZIL-1-UPB3	190
6.8.	Pojem besedne zveze »brez upravičenega razloga«	191
6.9.	Uporaba v gospodarskem prometu	191
6.9.1.	Izhodišče za razlago	191
6.9.2.	Sodna praksa	192
6.9.3.	Pomen nepremoženjskih interesov uporabnika znaka	195
6.9.4.	Uporaba znaka v parodiji	197
6.10.	Uporaba znaka kot znamke	199
6.10.1.	Pomen in izhodišče za razlago	199
6.10.2.	Sodna praksa	200
6.10.3.	Sklep	202
V.	POGLAVJE: SKLEPNE MISLI	207
1.	PRIMERJAVA KRŠITVENEGA DEJANJA ZNAMKE V OKVIRU VERJETNOSTI ZMEDE IN PREKO TEGA OKVIRA	207
1.1.	Kršitveno dejanje v okviru verjetnosti zmede	207

1.2.	Kršitveno dejanje znamke preko okvira verjetnosti zmede . . .	208
1.3.	Primerjava	209
2.	POSKUS UTEMELJITVE PREPOVEDNEGA ZAHTEVKA V PRIMERU VARSTVA ZNAMKE Z UGLEDOM	210
2.1.	Ustavni okvir	210
2.2.	Nelojalna konkurenca v pravu znamk	212
2.3.	Prepovedni zahtevki pri varstvu osebnostnih pravic in lastninske pravice	214
2.4.	Varstvo premoženja, inkorporiranega v znamki z ugledom	215
3.	IZHODIŠČA ZA RAZLAGO NEDOLOČENIH PRAVNIH POJMOV	217
3.1.	Vloga predpostavk pri razširjenem varstvu znamke	217
3.2.	Pravni standardi	218
3.3.	Izhodišča za razlago v praksi Sodišča ES	220
3.4.	Sklep	221
	Summary	223
	Abecedni seznam literature	227
	Seznam sodb sodišča ES	241
	Imensko kazalo	245
	Stvarno kazalo	249