

**ΑΝΩΤΑΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ  
ΤΟΜΕΑ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ**



**Α.Ε.Ι. Πειραιά Τ.Τ.**

**ΤΙΤΛΟΣ: BRAND NAME  
ΣΗΜΑ-ΕΠΩΝΥΜΙΑ-ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

**ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ:  
ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΑΚΗ  
ΧΡΙΣΤΙΝΑ- ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ  
ΑΜ : 13174**

**ΑΘΗΝΑ, 2016**

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Μεγάλη σημασία αποδίδουν οι επιχειρήσεις σήμερα όχι μόνο στο όνομα του προϊόντος, αλλά και στο σήμα ή τον διακριτικό τίτλο που θα έχουν προκειμένου να αναλάβουν ενεργό ρόλο στον κλάδο που δραστηριοποιούνται. Ειδικές έρευνες πραγματοποιούνται προκειμένου να επιλεγεί το κατάλληλο σήμα για την επιχείρηση, καθώς επίσης το περιεχόμενο του λογότυπου, τα γράμματα, τα χρώματα και τα σχέδια.

Είναι πολύ σημαντικό η επιχείρηση να μην αλλάζει χωρίς λόγο τα διακριτικά της ώστε ο καταναλωτής να μάθει το προϊόν και να το διακρίνει από τα ανταγωνιστικά.

Κατά την επιλογή της επωνυμίας ή του εμπορικού σήματος πρέπει να λαμβάνονται υπόψη ορισμένοι όροι. Μεταξύ των επιθυμητών χαρακτηριστικών που θα πρέπει να έχει το σήμα και ο διακριτικός τίτλος της επιχείρησης είναι και τα εξής:

- Να προτείνει και να χαρακτηρίζει τα ποιοτικά πλεονεκτήματα του προϊόντος.
- Να μεταφέρει το μήνυμα της φιλοσοφίας, της βασικής του ιδέας.
- Να είναι εύκολο να αναγνωριστεί σε σχέση με άλλα.
- Να μένει στην μνήμη.

Σκοπός της επιχείρησης είναι να αναπτύξει, με τον διακριτικό τίτλο και το όνομα του προϊόντος οικειότητα με τους καταναλωτές. Δηλαδή, οι καταναλωτές πρέπει να αναγνωρίζουν και να αποδέχονται το διακριτικό τίτλο της επιχείρησης. Ο βαθμός αποδοχής του σήματος ή και του διακριτικού τίτλου επηρεάζει σημαντικά το μίγμα Marketing και τις αποφάσεις του για το τελικό προϊόν. Κάποιοι καταναλωτές μπορεί να αισθάνονται μια αποστροφή για το όνομα ή το διακριτικό τίτλο μιας επιχείρησης αν το έχουν συνδέσει με κάτι δυσάρεστο.

Άλλοτε πάλι, πολλά ονόματα επιχειρήσεων που παράγουν ομοιογενή προϊόντα, όπως για παράδειγμα χαρτικά, φαίνονται ίδια στον καταναλωτή ο οποίος δεν δίνει σημασία στη διάκριση. Υπάρχουν όμως και φορές που οι καταναλωτές διακρίνουν το όνομα και το σήμα της επιχείρησης έστω και αν δεν το θυμούνται καλά, επιμένοντας στο ίδιο προϊόν για πολύ καιρό, πράγμα που είναι και το πλέον επιθυμητό για την επιχείρηση.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

## ΣΕΛΙΔΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ:ΤΟ ΣΗΜΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	
1.1 Έννοια και διακριτική ικανότητα του σήματος.....	4
1.2 Η σημασία του σήματος.....	4-5
1.3 Είδη σημάτων με κριτήριο την διακριτική τους ικανότητα.....	5
1.4 Είδη σημάτων με κριτήριο τον προορισμό τους.....	5-6
1.5 Καταχώρηση σήματος και άλλων συναφών διαδικασιών σε εθνικό επίπεδο.....	6
1.5.1 Κατοχύρωση εμπορικού σήματος.....	6-7
1.5.2 Διαδικασία-Χρονοδιάγραμμα.....	7-8
1.5.3 Καταχώρηση σήματος.....	8-9
1.5.4 Περιεχόμενο του δικαιώματος.....	9-10
1.5.5 Απόλυτοι λόγοι απαραδέκτου.....	10-11
1.5.6 Μεταβίβαση του σήματος.....	11
1.5.7 Λόγοι απόσβεσης του σήματος.....	12
1.6 Διαγραφή σήματος.....	12
1.6.1 Προσβολή του σήματος-Συνέπειες.....	13-14
1.6.2 Κατάσχεση, εκποίηση και πτώχευση.....	14
1.7 Παραδείγματα γνωστών σημάτων.....	14-15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΗ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ	
2.1 Χαρακτηριστικά και ορισμός σήματος της Ευρωπαϊκής ένωσης(TRADEMARK).....	16
2.2 Βασικά πλεονεκτήματα του σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης(κοινοτικού σήματος-trademark).....	16-17
2.3 Ιδιαιτερότητες και κατοχύρωση κοινοτικού σήματος.....	17-18
2.4 Νομικός προέλεγχος διαθεσιμότητας κοινοτικού σήματος.....	18
2.5 Κόστος κατοχύρωσης κοινοτικού σήματος.....	18
2.6 Ορισμός και καταχώρηση διεθνούς σήματος.....	19
2.7 Κατοχύρωση διεθνούς σήματος.....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: Η ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	
3.1 Έννοια και λειτουργία της επωνυμίας.....	21-22
3.2 Μορφές της επωνυμίας.....	22-23
3.3 Πώς γίνεται η επιλογή της Επωνυμίας μιας εταιρίας.....	23
3.4 Αρχές που διέπουν την Επωνυμία.....	23
3.4.1 Η Αρχή της αλήθειας.....	23-24
3.4.2 Η Αρχή της διάρκειας.....	24
3.4.3 Η Αρχή της αποκλειστικότητας ή του ευδιακρίτου.....	25
3.4.4 Η Αρχή της ενότητας.....	25-26
3.5 Κατοχύρωση επωνυμίας.....	26-27
3.6 Διαδικασία προέγκρισης Επωνυμίας για κάθε τύπο εταιρίας.....	27
3.6.1 Καταχώρηση επωνυμίας.....	27-28
3.7 Σχηματισμός επωνυμίας.....	29
3.8 Η απόκτηση και η απώλεια του δικαιώματος στην επωνυμία.....	29
3.8.1 Απόκτηση δικαιώματος στην επωνυμία.....	30
3.8.2 Απώλεια δικαιώματος στην επωνυμία.....	30-31

3.9 Η Προστασία της Επωνυμίας- Παραγραφή αξιώσεων δικαιούχου.....	31
3.9.1 Η προστασία της επωνυμίας.....	31-32
3.9.2 Παραγραφή αξιώσεων δικαιούχου.....	33
3.9.3 Η σημασία της επωνυμίας.....	33

#### ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

4.1 Έννοια διακριτικού τίτλου (trade name) .....	34
4.2 Καταχώρηση διακριτικού τίτλου.....	34-35
4.3 Εταιρική ταυτότητα.....	35
4.3.1 Τα στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας.....	35
4.3.2 Γενικά στοιχεία διαμόρφωσης λογότυπων.....	35
4.4 Λογότυπα (LOGOS).....	35-36
4.4.1 Τι θα πρέπει πραγματοποιηθεί κατά την διάρκεια του σχεδιασμού.....	36
4.4.2 Είδη λογοτύπων.....	36-37
4.4.3 Λόγοι που πρέπει να διατηρηθεί η απλότητα στα λογότυπα.....	38
4.4.4 Λόγοι που πρέπει να επενδυθούν χρήματα για τη σχεδίαση του λογότυπου.....	38-39
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	40
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ.....	41

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

## ΤΟ ΣΗΜΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

### 1.1 Έννοια και διακριτική ικανότητα του σήματος

Σήμα, σύμφωνα με το ν. 4072/12, θεωρείται κάθε σημείο επιδεικτικό γραφικής παράστασης, ικανό να διακρίνει τα προϊόντα που μια επιχείρηση παράγει (βιομηχανικό σήμα) ή εμπορεύεται (εμπορικό σήμα) ή τις υπηρεσίες μιας επιχείρησης από εκείνα άλλων επιχειρήσεων. Μπορούν να αποτελέσουν σήμα ιδίως λέξεις, ονόματα, επωνυμίες, ψευδώνυμα, απεικονίσεις, σχέδια, γράμματα, αριθμοί, χρώματα, ήχοι, συμπεριλαμβανομένων των μουσικών φράσεων, το σχήμα του προϊόντος ή της συσκευασίας του. Ως σήμα θεωρείται και ο τίτλος εφημερίδας ή περιοδικού.<sup>1</sup>

Το σήμα της επιχείρησης ανήκει στα διακριτικά γνωρίσματα του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Είναι εκείνο το διακριτικό γνώρισμα που διακρίνει το προϊόν και ειδικά την προέλευσή του από μία επιχείρηση που το παράγει ή το εμπορεύεται ή το προσφέρει (υπηρεσία).

### 1.2 Η σημασία του σήματος

Στη σύγχρονη βιομηχανική παραγωγή και στην ανταγωνιστική οικονομία, η δυνατότητα διάκρισης των εμπορευμάτων έχει μεγάλη σημασία. Με την διάκριση αυτή αποφεύγεται η δημιουργία συγχύσεως στο καταναλωτικό κοινό για την προέλευση των προϊόντων από μια συγκεκριμένη επιχείρηση. Η δυνατότητα αυτή επιτυγχάνεται με τη διακριτική ικανότητα και τη λειτουργία του σήματος.

Το σήμα, σε αντίθεση με την επωνυμία, η οποία χαρακτηρίζει την επιχείρηση και τον φορέα της, και τον διακριτικό τίτλο ο οποίος προσδιορίζει το κατάστημα, αποτελεί διακριτικό γνώρισμα των προϊόντων της επιχείρησης. Προσδιορίζει το δεσμό μεταξύ προϊόντος και επιχείρησης η οποία παράγει ή εμπορεύεται το προϊόν. Επομένως το σήμα έχει μεγάλη σημασία για το φορέα της επιχείρησης, είτε είναι φυσικό ή νομικό πρόσωπο, για τους ανταγωνιστές, για το καταναλωτικό κοινό και γενικά για την οικονομία.

Για τον φορέα της επιχείρησης, το σήμα αποκτά μεγάλη οικονομική αξία. Εξαιτίας του ότι έχει την ικανότητα να διακρίνει τα προϊόντα μιας επιχείρησης από τα προϊόντα άλλων επιχειρήσεων, αποτελεί μέσο προσπέλασης των προτιμήσεων του κοινού. Κάθε προϊόν επικρατεί στην αγορά και διαδίδεται πιο εύκολα μέσω του σήματος.

Για τους ανταγωνιστές, η διακριτική λειτουργία του σήματος προστατεύει αυτούς κατά την εκμετάλλευση της φήμης του σήματός τους.

---

<sup>1</sup> [http://gge.gov.gr/wp-content/uploads/2012/10/simata\\_n4072\\_12.pdf](http://gge.gov.gr/wp-content/uploads/2012/10/simata_n4072_12.pdf)

Για τους καταναλωτές, η χρησιμοποίηση σήματος προσδιορίζει την προέλευση του προϊόντος από μια συγκεκριμένη επιχείρηση. Αυτό συντελεί στο να κυκλοφορούν και να διανέμονται τα αγαθά.

### **1.3 Είδη σημάτων με κριτήριο την διακριτική τους ικανότητα<sup>2</sup>**

Τα σήματα ως επιδεικτικά γραφικής παράστασης άλλα και με το κριτήριο της αφηρημένης διακριτικής ικανότητας μπορούν να απεικονιστούν με τα εξής ακόλουθα:

- Μπορεί να χρησιμοποιούνται μία ή περισσότερες λέξεις (λεκτικά σήματα) όχι όμως πλήθος λέξεων, που δεν καθιστούν αντιληπτό στον καταναλωτή ότι πρόκειται για ενιαίο σήμα. Ως σήματα προστατεύονται και οι ξενόγλωσσες λέξεις εκτός αν είναι παραπλανητικές, δημιουργούν δηλαδή την εντύπωση ότι τα προϊόντα που διακρίνουν είναι ξένα, ενώ είναι ελληνικά.
- Ως σήμα μπορεί να προστατευτούν και το όνομα φυσικών ή νομικών προσώπων, το ψευδώνυμο, η επωνυμία, καθώς και ο διακριτικός τίτλος.
- Απεικονίσεις, γράμματα, αριθμοί, σχέδια, οποιασδήποτε μορφής μπορούν να αποτελέσουν σήμα εφόσον, βέβαια παρουσιάζουν διακριτικότητα (άρθ. 3).
- Το σχήμα της συσκευασίας ή του προϊόντος μπορεί να αποτελεί σήμα εφόσον αυτό παρουσιάζει ιδιόρρυθμη εξωτερική εικόνα. Η δυνατότητα προστασίας του σήματος που προκύπτει από το σήμα έχει μεγάλη σημασία, αφού δηλώνει την αποδοχή των τρισδιάστατων σημάτων (π.χ. το άστρο της Mercedes).
- Ρητά προστατεύονται και τα ηχητικά σήματα καθώς και τα χρώματα ή οι συνδυασμοί αυτών, καθώς έχουν αφηρημένη διακριτικότητα.
- Επίσης μπορεί να προστατευτεί ως σήμα ο τίτλος εφημερίδας ή περιοδικού.

### **1.4 Είδη σημάτων με κριτήριο τον προορισμό τους<sup>3</sup>**

Σήμα είναι η ένδειξη εκείνη που αναγνωρίστηκε για να διακρίνει τα προϊόντα, είτε αυτά που μια επιχείρηση παράγει, οπότε κάνουμε λόγο για βιομηχανικό σήμα, είτε που αυτά μια επιχείρηση εμπορεύεται και προσδιορίζονται με το εμπορικό σήμα. Αυτό με τη σειρά του διακρίνεται σε σήμα εμπορευμάτων και για τις προσφερόμενες υπηρεσίες σε σήμα υπηρεσιών. Τα σήματα μπορούν να διακρίνουν μόνο τα εμπορεύματα ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στο νόμο. Τα προϊόντα ταξινομούνται σε 34 επιμέρους κλάσεις<sup>4</sup> ενώ οι υπηρεσίες σε 8. Επιπλέον τα σήματα μπορούν να διακριθούν σε ατομικά και συλλογικά. Τα ατομικά σήματα προορίζονται να διακρίνουν εμπορεύματα από μία επιχείρηση της οποίας ο δικαιούχος είναι είτε φυσικό είτε νομικό πρόσωπο. Αντίθετα, τα συλλογικά σήματα, προορίζονται να

<sup>2</sup> Ν.4072/2012 Αρθ.121

<sup>3</sup> Σερελέα Γ., (2000), <<ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ>>

<sup>4</sup> [http://gge.gov.gr/?page\\_id=6226](http://gge.gov.gr/?page_id=6226)

διακρίνουν εμπορεύματα από μία επιχείρηση της οποίας ο δικαιούχος είναι μόνο νομικό πρόσωπο. Καταθέτης είναι η ίδια η επιχείρηση, αλλά χρήστης είναι τα μέλη της και όχι η ίδια. Τα συλλογικά σήματα δηλαδή, χρησιμεύουν για την διάκριση των προϊόντων που προέρχονται από επιχειρήσεις των μελών της. Τα βιομηχανικά σήματα προέρχονται από παραγωγική επιχείρηση δηλαδή βιομηχανική, βιοτεχνική, γεωργική ή κτηνοτροφική και όχι από εμπορική επιχείρηση. Τα εμπορικά σήματα απ' την άλλη, υποδηλώνουν ότι τα φερόμενα προϊόντα προέρχονται από καθαρά εμπορική επιχείρηση. Ο παραγωγός μπορεί παράλληλα προς το κύριο σήμα να χρησιμοποιεί και δεύτερο, το συνοδευτικό, για να δηλώσει το τύπο του προϊόντος από περισσότερους παρεμφερείς που ο ίδιος παράγει (π.χ M3/BMW).

Στα σήματα σειράς ο δικαιούχος μπορεί να χρησιμοποιεί το ίδιο γραμματικό θέμα προκειμένου να διακρίνει διαφορετικά προϊόντα ή υπηρεσίες (π.χ. Nestle, Nescafe). Απ την άλλη ο δικαιούχος μπορεί να χρησιμοποιεί το ίδιο επωνυμικό σήμα για όλα τα, διαφορετικής φύσης εμπορεύματα ή υπηρεσίες, παραγόμενες απ την επιχείρηση του.

## **1.5 Καταχώρηση σήματος και άλλων συναφών διαδικασιών σε εθνικό επίπεδο**

### *1.5.1 Κατοχύρωση εμπορικού σήματος<sup>5</sup>*

Η κατοχύρωση σήματος αποτελεί κεφάλαιο για μία επιχείρηση, πέρα από το οικονομικό, πνευματικό, ανθρώπινο και κοινωνικό, και αποτελεί την επιπλέον αξία που προσθέτει ένα σήμα, ένα λογότυπο ή μία επωνυμία σε ένα αγαθό ή μία υπηρεσία που κατά τα άλλα είναι ισοδύναμο με τον ανταγωνισμό, επιτρέποντας της περισσότερες φορές στην εταιρεία να χρεώσει υψηλότερη τιμή.

Τα εμπορικά σήματα απαρτίζονται είτε μόνο από λεκτικό μέρος οπότε ονομάζονται λεκτικά είτε μόνο από κάποια απεικόνιση και ονομάζονται απεικονιστικά είτε από τον συνδυασμό τους και ονομάζονται σύνθετα. Επίσης, ανάλογα με την περιοχική έκταση προστασίας που επιθυμεί ο δικαιούχος μπορεί να κατοχυρωθεί ένα σήμα σε εθνικό (ημεδαπό), ευρωπαϊκό(κοινοτικό) ή διεθνές επίπεδο.

Συνοπτικά αναφέρεται ότι με τον όρο Ημεδαπό Σήμα εννοούμε την κατοχύρωση σε όλη την ελληνική επικράτεια, η οποία γίνεται με κατάθεση σχετικού φακέλου στο Υπουργείο Οικονομίας Ανάπτυξης και Ναυτιλίας σύμφωνα με το νόμο περί σημάτων. Η κατοχύρωση κοινοτικού Σήματος αναφέρεται στην καταχώρηση του σήματος σε όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με μία μόνο κατάθεση στο Γραφείο Εναρμόνισης στην Εσωτερική Αγορά, στο Αλικάντε της Ισπανίας. Αναφορικά με τη διεθνή καταχώρηση, ο δικαιούχος μπορεί να κατοχυρώσει το σήμα του με μία αίτηση για ένα αριθμό χωρών οι οποίες συμπεριλαμβάνονται στο Πρωτόκολλο της Μαδρίτης. Στην Ελλάδα τέθηκε σε εφαρμογή το Πρωτόκολλο της Μαδρίτης στις 10/8/2000.

Σε κάθε επίπεδο κατοχύρωσης, το εκάστοτε σήμα ταξινομείται σε κλάσεις, οι οποίες είναι κατηγορίες προϊόντων ή υπηρεσιών που το αφορούν.

Η καταχώρηση σήματος (κατοχύρωση λογοτύπου) αποτελεί "ατομική διοικητική πράξη διαπλαστικού χαρακτήρα και δημιουργεί απόλυτο δικαίωμα κατά παντός και παρέχει στον δικαιούχο του το δικαίωμα της αποκλειστικής χρήσης του και τη δυνατότητα να διακρίνει και να διαφοροποιεί τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της

---

<sup>5</sup> <http://www.ntova.gr>

επιχείρησής του από άλλες". Ο δικαιούχος του σήματος δικαιούται να απαγορεύει σε κάθε τρίτο να χρησιμοποιεί στις συναλλαγές σημεία τα οποία αποτελούν παραποίηση ή απομίμηση του σήματός του. Επιπλέον, το σήμα είναι και ένα περιουσιακά εκμεταλλεύσιμο άυλο αγαθό, το οποίο για να αποδώσει καρπούς χρειάζεται ποιότητα, σωστή διαχείριση, διαθέσιμα κεφάλαια, δυναμική και μακρόχρονη χρήση στην αγορά.

Η ισχύς της κατοχύρωσης του εμπορικού σήματος σε εθνικό επίπεδο διαρκεί δέκα έτη και επεκτείνεται εάν απαιτείται με νέα αίτηση του δικαιούχου πριν το πέρας της δεκαετίας με τη σχετική πληρωμή του σχετικού τέλους (παραβόλου Δημοσίου). Εάν η σχετική αίτηση επεκτάσεως της προστασίας υποβληθεί μετά το πέρας της δεκαετούς προστασίας του σήματος και δη εντός του επομένου εξαμήνου, τότε πάλι επεκτείνεται η προστασία του σήματος για μία δεκαετία, ωστόσο το καταβλητέο τέλος (παραβόλο Δημοσίου) είναι αυξημένο κατά το ήμισυ. Σε περίπτωση που η Διοικητική Επιτροπή Σημάτων προ της εκδόσεως αποφάσεως εγείρει αντιρρήσεις, υποβάλλεται από τον πληρεξούσιο δικηγόρο περαιτέρω ένα υπόμνημα, προς αντίκρουσή τους, για το οποίο απαιτείται επιπλέον γραμμάτιο κατάθεσης υπομνήματος δικηγόρου. Η καταχώρηση σήματος σε κοινοτικό και διεθνές επίπεδο ακολουθούν παρόμοια διαδικασία με βασική διαφορά το μέγεθος των απαιτούμενων παραβόλων και την επιλογή των χωρών ενδιαφέροντος από τον ενδιαφερόμενο.

#### *1.5.2 Διαδικασία - Χρονοδιάγραμμα<sup>6</sup>*

Με τον νέο Νόμο περί Σημάτων (υπ' αριθμ. 4072/2012), ο οποίος έχει τεθεί σε ισχύ, η διαδικασία κατοχύρωσης ενός εθνικού εμπορικού σήματος περιλαμβάνει τα κάτωθι στάδια:

1. Αρχικά το εμπορικό σήμα ταξινομείται σε κλάσεις. Οι κλάσεις είναι κατηγορίες προϊόντων ή υπηρεσιών.
2. Στη συνέχεια διενεργείται ένας νομικός προέλεγχος, προκειμένου να εξεταστεί η διαθεσιμότητα του σήματος για την κλάση στην οποία ανήκει.
3. Για την κατοχύρωση εθνικού σήματος κατατίθεται δήλωση στη Διεύθυνση Εμπορικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (Υπηρεσία Σημάτων) του Υπουργείου Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας.
4. Η δήλωση λαμβάνει αριθμό, ημερομηνία και ώρα κατάθεσης και καταχωρείται στο μητρώο σημάτων. Για κάθε δήλωση δημιουργείται μία καρτέλα, το περιεχόμενο της οποίας καθορίζεται με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας και η οποία κατ' ελάχιστο περιέχει τα εξής στοιχεία: αριθμό δήλωσης, ονοματεπώνυμο του καταθέτη και ώρα κατάθεσης δήλωσης, αποτύπωση του εμπορικού σήματος καθώς και αναφορά με χρονολογική σειρά στις αποφάσεις που εκδίδονται επί της δήλωσης κατάθεσης, τις ανακοπές, τις προσφυγές, τις αιτήσεις έκπτωσης και ακυρότητας στις πράξεις που εγγράφονται επί του σήματος.

---

<sup>6</sup> <http://www.ntova.gr>

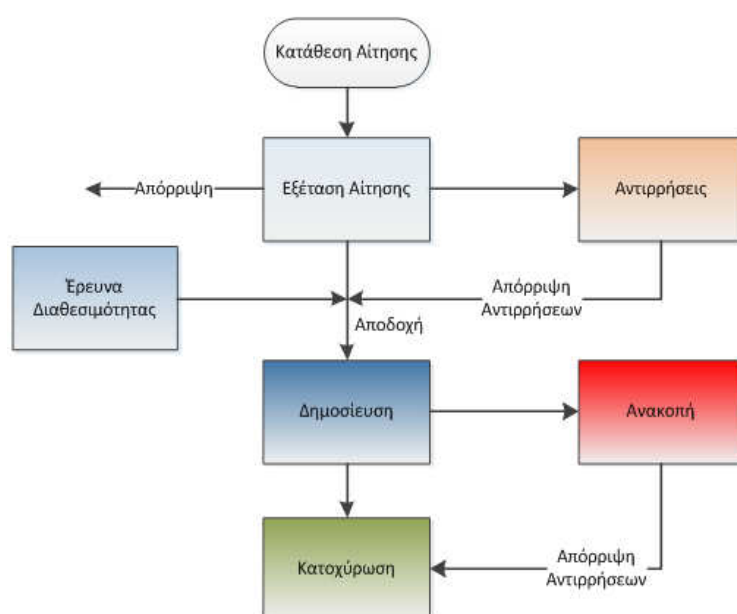


5. Στη συνέχεια η Υπηρεσία Σημάτων και ο αρμόδιος εξεταστής εξετάζει εάν πληρούνται όλες οι προϋποθέσεις αποδοχής της εν λόγω δήλωσης κατοχύρωσης εμπορικού σήματος.

6. Εάν πληρούνται όλες οι προϋποθέσεις αποδοχής της δήλωσης εμπορικού σήματος, τότε η δήλωση γίνεται δεκτή και δημοσιεύεται η σχετική απόφαση.

7. Εάν εγερθούν αντιρρήσεις από την Υπηρεσία Σημάτων, ο καταθέτης θα κληθεί εντός προθεσμίας ενός (1) μηνός να καταθέσει παρατηρήσεις.

## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1



### 1.5.3 Καταχώρηση σήματος<sup>7</sup>

Οι αποφάσεις του εξεταστή, της διοικητικής επιτροπής σημάτων και των τακτικών διοικητικών δικαστηρίων, καθώς και τα στοιχεία των αιτήσεων ενώπιον εξεταστή, της διοικητικής επιτροπής σημάτων και τα στοιχεία των ενδίκων βοηθημάτων σημειώνονται στο μητρώο σημάτων και όλες οι παραπάνω αποφάσεις αναρτώνται στο διαδικτυακό τόπο της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου. Όταν το σήμα γίνει δεκτό με απρόσβλητη απόφαση του εξεταστή και της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων ή με τελεσίδικη απόφαση των τακτικών δικαστηρίων, σημειώνεται στο μητρώο σημάτων η λέξη «καταχωρίστηκε» με τις τυχόν μεταβολές ως προς τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες στα οποία αναφέρεται το σήμα. Το σήμα που έγινε δεκτό θεωρείται ότι καταχωρήθηκε από την ημέρα υποβολής της δήλωσης. Στο μητρώο σημάτων σημειώνονται όλες οι νομικές μεταβολές του σήματος και του δικαιώματος επί του

<sup>7</sup> [http://gge.gov.gr/wp-content/uploads/2012/10/simata\\_n4072\\_12.pdf](http://gge.gov.gr/wp-content/uploads/2012/10/simata_n4072_12.pdf)

σήματος. Το μητρώο σημάτων είναι δημόσιο. Αντίγραφα ή αποσπάσματα των εγγραφών παρέχονται σε κάθε αιτούντα. Επίσης, μητρώο σημάτων μπορεί να έχει ηλεκτρονική μορφή (Ηλεκτρονικό Μητρώο Σημάτων). Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας καθορίζονται οι όροι, οι προϋποθέσεις, η διαδικασία καταχώρισης, οι τεχνικές προδιαγραφές, η τεχνική διαχείριση και κάθε θέμα σχετικό με τη δημιουργία και την τήρηση του Ηλεκτρονικού Μητρώου Σημάτων. Με την ίδια απόφαση διαπιστώνεται η έναρξη λειτουργίας του Ηλεκτρονικού Μητρώου Σημάτων και καταργείται το μητρώο σημάτων. Το δικαίωμα για αποκλειστική χρήση του σήματος αποκτάται με την καταχώρισή του. Η καταχώριση του σήματος παρέχει στον δικαιούχο του αποκλειστικό δικαίωμα. Ιδίως παρέχει το δικαίωμα της χρήσης αυτού, το δικαίωμα να επιθέτει αυτό στα προϊόντα ή τα εμπορεύματα τα οποία προορίζεται να διακρίνει, να χαρακτηρίζει τις παρεχόμενες υπηρεσίες, να επιθέτει αυτό στα περικαλύμματα και στις συσκευασίες των εμπορευμάτων, στο χαρτί αλληλογραφίας, στα τιμολόγια, στους τιμοκαταλόγους, στις αγγελίες, στις κάθε είδους διαφημίσεις και σε κάθε άλλο έντυπο υλικό και να το χρησιμοποιεί σε ηλεκτρονικά και οπτικοακουστικά μέσα.

#### 1.5.4 Περιεχόμενο του δικαιώματος<sup>8</sup>

1) Ως χρήση του σήματος ακόμα θεωρείται:

α. η χρήση του σήματος που γίνεται υπό μορφή που διαφέρει ως προς τα στοιχεία του, τα οποία όμως δεν μεταβάλλουν τον διακριτικό χαρακτήρα αυτού.

β. η επίθεση του σήματος σε προϊόντα ή στην συσκευασία τους στην Ελλάδα με προορισμό αποκλειστικά την εξαγωγή

γ. η χρήση του σήματος με την συγκατάθεση του δικαιούχου, καθώς και η χρήση συλλογικού σήματος από δικαιούμενα προς τούτο πρόσωπα.

2) Ο δικαιούχος του σήματος δικαιούται να απαγορεύει σε κάθε τρίτο να χρησιμοποιεί στις συναλλαγές σημεία, τα οποία αποτελούν παραποίηση ή απομίμηση του σήματός του. Ο δικαιούχος του σήματος δικαιούται να απαγορεύει σε κάθε τρίτο να χρησιμοποιεί στις συναλλαγές χωρίς την άδειά του :

α. σημείο ταυτόσημο με το σήμα για προϊόντα ή υπηρεσίες που ταυτίζονται με εκείνες για τις οποίες το σήμα έχει καταχωρισθεί,

β. σημείο για το οποίο, λόγω της ταυτότητας ή της ομοιότητάς του με το σήμα και της ταυτότητας ή ομοιότητας των προϊόντων ή υπηρεσιών που καλύπτονται από το σήμα, υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης, περιλαμβανομένου και του κινδύνου συσχέτισης

γ. σημείο ταυτόσημο ή παρόμοιο με το σήμα που έχει αποκτήσει φήμη και η χρησιμοποίησή του θα προσπόριζε σε αυτό, χωρίς εύλογη αιτία, αθέμιτο όφελος από το διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη του προγενέστερου σήματος ή θα έβλαπτε το διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη αυτού, ανεξάρτητα αν το σημείο

<sup>8</sup> [http://gge.gov.gr/wp-content/uploads/2012/10/simata\\_n4072\\_12.pdf](http://gge.gov.gr/wp-content/uploads/2012/10/simata_n4072_12.pdf)

προορίζεται να διακρίνει προϊόντα ή υπηρεσίες που μοιάζουν με τα προϊόντα ή υπηρεσίες του προγενέστερου σήματος.

3) Ο δικαιούχος του σήματος δικαιούται να απαγορεύει σε κάθε τρίτο:

α. την απλή διέλευση παραποιημένων ή απομιμητικών προϊόντων μέσα από την Ελληνική Επικράτεια με προορισμό άλλη χώρα ή την εισαγωγή με σκοπό την επανεξαγωγή,

β. την επίθεση του σήματος σε γνήσια προϊόντα παραγωγής του που προόριζε να κυκλοφορήσει ως άνω

#### 1.5.5 Απόλυτοι λόγοι απαραδέκτου

Δεν καταχωρούνται ως σήματα σημεία τα οποία:

- δεν μπορούν να αποτελέσουν σήμα σύμφωνα με το άρθρο 121 του Ν.4072/2012
- στερούνται διακριτικού χαρακτήρα.
- συνίστανται αποκλειστικά από σημεία ή ενδείξεις που μπορούν να χρησιμεύσουν στις συναλλαγές για την δήλωση του είδους, της ποιότητας, των ιδιοτήτων, της ποσότητας, του προορισμού, της αξίας, της γεωγραφικής προελεύσεως του προϊόντος ή άλλων χαρακτηριστικών του προϊόντος ή της υπηρεσίας.
- συνίστανται αποκλειστικά από σημεία ή ενδείξεις, τα οποία έχουν καταστεί συνήθη στην καθομιλουμένη ή στην θεμιτή και πάγια πρακτική συναλλαγών.
- συνίστανται αποκλειστικά από το σχήμα που επιβάλλεται από την φύση του προϊόντος ή είναι απαραίτητο για την επίτευξη ενός τεχνικού αποτελέσματος ή προσδίδει ουσιαστική αξία στο προϊόν.
- αντίκεινται στη δημόσια τάξη ή τα χρηστά ήθη.
- μπορούν να παραπλανήσουν το κοινό, ιδίως ως προς την φύση, την ποιότητα ή την γεωγραφική προέλευση του προϊόντος ή της υπηρεσίας.
- δεν καταχωρούνται ως σήματα: η σημαία, τα εμβλήματα, τα επισήματα του ελληνικού κράτους, τα σύμβολα.
- εάν ταυτίζεται με προγενέστερο σήμα
- εάν προσκρούσει σε δικαίωμα μη καταχωρημένου σήματος ή άλλου διακριτικού σημείου ή γνωρίσματος, που χρησιμοποιούνται στις συναλλαγές, τα οποία παρέχουν στον δικαιούχο το δικαίωμα να απαγορεύει την χρήση μεταγενέστερου σήματος και με την προϋπόθεση ότι τα δικαιώματα έχουν

αποκτηθεί πριν από την ημερομηνία καταθέσεως του εν λόγω σημείου, αφού ληφθούν υπόψη τα τυχόν προβαλλόμενα δικαιώματα προτεραιότητας.

- εάν προσκρούσει σε προγενέστερο δικαίωμα της προσωπικότητας τρίτου ή σε προγενέστερο δικαίωμα πνευματικής ή βιομηχανικής ιδιοκτησίας πέραν αυτών που ρυθμίζονται από τον παρόντα νόμο.
- εάν ενδέχεται να δημιουργήσει σύγχυση με σήμα που έχει καταχωρηθεί και χρησιμοποιείται στο εξωτερικό κατά την στιγμή της καταθέσεως της δηλώσεως, αν αυτή έγινε κακόπιστα από τον αιτούντα.

#### *1.5.6 Μεταβίβαση του σήματος<sup>9</sup>*

Το επί του σήματος δικαίωμα είναι μεταβιβαστό εν ζωή ή αιτία θανάτου, ανεξάρτητα από την μεταβίβαση της επιχείρησης. Η μεταβίβαση του σήματος πραγματοποιείται ακόμα και αν αυτό αποτελείται από όνομα φυσικών ή νομικών προσώπων. Η μεταβίβαση έχει ισχύ έναντι των τρίτων μόνο μετά την καταχώρηση αυτής στο μητρώο σημάτων. Επί μεταβίβασης σήματος κατά το χρονικό διάστημα που η υπόθεση εκκρεμεί ενώπιον της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων ή των αρμόδιων διοικητικών δικαστηρίων ή του Συμβουλίου της Επικρατείας, κ ειδικός ή ο καθολικός διάδοχος δικαιούται να ασκήσει παρέμβαση. Η άσκηση παρέμβασης καθιστά αυτόν κύριο διάδικο που είναι σε θέση να ασκήσει όλα τα δικαιώματα του δικαιιοπαρόχου του, ο οποίος αποβάλλεται από την δίκη.

---

<sup>9</sup> Σερελέα Γαρυφαλλιά, (2000), <<ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ>> σελ.130

### 1.5.7 Λόγοι απόσβεσης σήματος

Οι βασικοί λόγοι για τους οποίους μπορεί να αποσβεστεί ένα σήμα είναι η πάροδος του χρόνου διάρκειας της προστασίας του, εφόσον δεν έγινε ανανέωση και η διαγραφή του μετά από αμετάκλητη απόφαση της διοικητικής επιτροπής σημάτων. Άλλος λόγος απόσβεσης προβλέπεται στην περίπτωση που λύεται. Σε όλες τις περιπτώσεις επέρχεται απόσβεση του δικαιώματος επί του σήματος. Όταν όμως η απόσβεση επέρχεται μετά από απόφαση της διοικητικής επιτροπής σημάτων ή των διοικητικών δικαστηρίων ο νομός χρησιμοποιεί τον ορό διαγραφή αντί απόσβεση.

### **1.6 Διαγραφή σήματος**

Το σήμα διαγράφεται, εν όλω ή εν μέρει, με απόφαση της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων ή των αρμοδίων δικαστηρίων στις εξής περιπτώσεις:

- εάν, εντός χρονικού διαστήματος πέντε ετών από την ημερομηνία της πράξεως καταχώρισεως του σήματος, ο δικαιούχος δεν κάνει ουσιαστική χρήση αυτού για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες για τις οποίες έχει καταχωρηθεί ή αν διακόψει τη χρήση του σήματος για πέντε συνεχή έτη.
- εάν, η επιχείρηση, για τα προϊόντα της οποίας έχει καταχωρηθεί το σήμα, έπαψε να λειτουργεί από πενταετίας.
- εάν, συνέπεια της συμπεριφοράς ή αδράνειας του δικαιούχου, το σήμα έχει καταστεί κοινόχρηστο ή συνήθης εμπορική ονομασία του προϊόντος ή της υπηρεσίας για το οποίο έχει καταχωρηθεί.
- εάν, λόγω της χρήσεως του σήματος από τον δικαιούχο, ενδέχεται να παραπλανηθεί το κοινό, ιδίως ως προς την φύση, την ποιότητα ή την γεωγραφική προέλευση των προϊόντων ή των υπηρεσιών.

Το σήμα δεν διαγράφεται:

- εάν, παρά την ύπαρξη προγενέστερου αντιτιθέμενου σήματος, συντρέχουν λόγοι διαγραφής του προγενέστερου λόγω μη χρήσεως του σήματος, ή παύσεως λειτουργίας της επιχείρησης.
- εάν, ο δικαιούχος προγενέστερου σήματος ή άλλου δικαιώματος που παρέχουν στον δικαιούχο του το δικαίωμα να απαγορεύει την χρήση μεταγενέστερου σήματος.
- εάν, ο δικαιούχος του σήματος αποδείξει ότι η μη χρήση αυτού ή η παύση λειτουργίας της επιχείρησης οφείλεται σε εύλογα αίτια.

Η αίτηση διαγραφής υποβάλλεται από κάθε πρόσωπο που δικαιολογεί έννομο συμφέρον. Τα επιμελητήρια μπορούν να υποβάλλουν αίτηση διαγραφής μόνο σε περιπτώσεις απαράδεκτου.

### 1.6.1 Προσβολή του σήματος-Συνέπειες<sup>10</sup>(Άρθρ.150)

Όποιος κατά παράβαση του άρθρου 125 χρησιμοποιεί ή κατά οποιονδήποτε άλλο τρόπο προσβάλλει σήμα που ανήκει σε άλλον, μπορεί να εναχθεί για άρση της προσβολής και την παράλειψή της στο μέλλον, καθώς και να υποχρεωθεί σε αποζημίωση. Με την αξίωση για την άρση της προσβολής ο δικαιούχος μπορεί να ζητήσει μεταξύ άλλων:

α) την απόσυρση από το εμπόριο των εμπορευμάτων που κρίθηκε ότι προσβάλλουν δικαίωμα του σήματος και, εφόσον απαιτείται, των υλικών που κυρίως χρησίμευσαν στην προσβολή,

β) την αφαίρεση του προσβάλλοντος σήματος ή του διακριτικού γνωρίσματος ή, εφόσον τούτο δεν είναι δυνατόν την οριστική απομάκρυνση των εμπορευμάτων που φέρουν το προσβάλλον σημείο από το εμπόριο και

γ) την καταστροφή αυτών.

Το δικαστήριο διατάσσει εκτέλεση των μέτρων αυτών με έξοδα του προσβάλλοντος το σήμα, εκτός αν συνηγορούν ειδικοί λόγοι για το αντίθετο.

Εφόσον το δικαστήριο καταδικάσει σε παράλειψη πράξης, απειλεί για κάθε παράβαση χρηματική ποινή 3.000 έως 10.000 ευρώ υπέρ του δικαιούχου, καθώς και προσωπική κράτηση μέχρι ένα έτος. Το ίδιο ισχύει και όταν η καταδίκη γίνεται κατά τη διαδικασία των ασφαλιστικών μέτρων. Κατά τα λοιπά ισχύει το άρθρο 947 του Κώδικα Πολιτικής Δικονομίας. Τα δικαιώματα του πρώτου εδαφίου της παραγράφου 2 έχει ο δικαιούχος και κατά ενδιάμεσου, οι υπηρεσίες του οποίου χρησιμοποιούνται από τρίτο για την προσβολή δικαιωμάτων.

Όποιος υπαίτιος προσβάλλει ξένο σήμα, υποχρεούται σε αποζημίωση και σε ικανοποίηση της ηθικής βλάβης. Η αποζημίωση μπορεί να υπολογισθεί και με βάση το ποσόν το οποίο θα είχε καταβάλει ο προσβάλλον για δικαιώματα ή λοιπές αμοιβές, αν είχε ζητήσει την άδεια χρήσης από τον δικαιούχο. Το δικαστήριο κατά τον προσδιορισμό της αποζημίωσης λαμβάνει υπόψη του, μεταξύ άλλων, τις αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις, καθώς και την απώλεια κερδών που υφίσταται ο δικαιούχος και τα τυχόν οφέλη που αποκόμισε ο προσβάλλον το σήμα. Αν δεν υπάρχει υπαιτιότητα του υπόχρεου, ο δικαιούχος μπορεί να αξιώσει είτε το ποσό, κατά το οποίο ο υπόχρεος ωφελήθηκε από την εκμετάλλευση του σήματος χωρίς τη συγκατάθεσή του, είτε την απόδοση του κέρδους που ο υπόχρεος απεκόμισε από την εκμετάλλευση αυτή.

Η αγωγή εγείρεται ενώπιον του αρμόδιου μονομελούς πρωτοδικείου, ανεξαρτήτως ποσού και δικάζεται κατά την τακτική διαδικασία. Η αξίωση για αποζημίωση παραγράφεται μετά πενταετία από το τέλος του έτους κατά το οποίο έγινε το πρώτον η προσβολή. Επί διακοπής της παραγραφής νέα παραγραφή αρχίζει από τη λήξη του έτους στο οποίο συνέπεσε το πέρας της διακοπής. Οι αξιώσεις της παραγράφου 1 μπορεί να εισαχθούν και στο αρμόδιο πολυμελές πρωτοδικείο, εφόσον ασκούνται και άλλες αξιώσεις. Προκειμένου για ταυτόσημο σήμα για ταυτόσημα προϊόντα ή υπηρεσίες, καθώς και για σήμα που διαφέρει ως προς τα στοιχεία που δεν

<sup>10</sup> [http://gge.gov.gr/wp-content/uploads/2012/10/simata\\_n4072\\_12.pdf](http://gge.gov.gr/wp-content/uploads/2012/10/simata_n4072_12.pdf)

μεταβάλλουν το διακριτικό του χαρακτήρα, για την πλήρη απόδειξη προσβολής αρκεί η προσκόμιση του πιστοποιητικού καταχώρισης του προσβαλλόμενου σήματος.

### *1.6.2 Κατάσχεση, εκποίηση και πτώχευση*

Η αναγκαστική κατάσχεση και εκποίηση σήματος επιτρέπεται. Επί κατασχέσεως, η απόφαση που την επιτρέπει κοινοποιείται στην αρμόδια υπηρεσία και καταχωρείται στο οικείο βιβλίο. Επί πτωχεύσεως του δικαιούχου του σήματος, αυτό μπορεί να εκποιηθεί και αυτοτελώς. Όταν το σήμα αποτελείται από το όνομα του δικαιούχου δεν χωρεί κατάσχεση ούτε εκποίηση σε περίπτωση πτώχευσης, σύμφωνα πάντα με το δίκαιο περί σημάτων.

## **1.7 Παραδείγματα γνωστών σημάτων**

Οι λέξεις coca-cola(θεωρείται το πλέον αναγνωρίσιμο σήμα παγκοσμίως), καθώς και το μπουκάλι της Coca-Cola με το χαρακτηριστικό καμπυλωτό σχήμα, οι πυραμίδες με τις λέξεις Camel στα ομώνυμα τσιγάρα, η λέξη BMW μαζί με τον κύκλο με τα άσπρα και τα γαλάζια τεταρτημόρια, η λέξη Mercedes με το χαρακτηριστικό αστέρι της εταιρείας, οι λέξεις Silk Cut στο μωβ τετράγωνο των τσιγάρων, η λέξη Marlboro με τη συγκεκριμένη γραμματοσειρά και τον συγκεκριμένο άσπρο και κόκκινο διασηματισμό, η λέξη Lancôme μαζί με το τριαντάφυλλο που υπάρχει επάνω σε όλα τα προϊόντα της γνωστής εταιρείας καλλυντικών, η λέξη Campari με το συγκεκριμένο πολύχρωμο διασηματισμό που τη συνοδεύει, η λέξη Tide με τους πολύχρωμους ομόκεντρους κύκλους, η λέξη Lacoste με το συγκεκριμένο κροκοδειλάκι, η λέξη Shell με την απεικόνιση της κίτρινης και κόκκινης αχιβάδας, η λέξη Ferrari καθώς και το αλογάκι στο κίτρινο φόντο, η λέξη Levis αλλά και το σήμα 501 ξεχωριστά, είναι μερικά από τα πιο γνωστά σήματα παγκοσμίως και για το λόγο αυτό ονομάζονται "σήματα φήμης". Επίσης, οι λέξεις DHL για αποστολή επιστολών και δεμάτων, Virgin Airlines για αερομεταφορές, TUI για ταξιδιωτικές υπηρεσίες, HILTON και HYATT για ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, Vodafone-Cosmote για υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας, είναι από τα πλέον γνωστά σήματα υπηρεσιών.

Επίσης, η λέξη Λουμίδης μαζί με την απεικόνιση του γνωστού παπαγάλου, τα μπισκότα Παπαδοπούλου, όπως και ειδικότερα τα μπισκότα Μιράντα, καθώς και οι λέξεις "ZANAE", "baby-lino", "ΕΒΓΑ", "ΔΕΛΤΑ", "Goody's", "ΜΕΒΓΑΛ", "SATO", "ΓΕΡΜΑΝΟΣ", "Το Βήμα", "Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ" και "ΑΛΛΑΤΙΝΗ", με τους συγκεκριμένους χρωματικούς διασηματισμούς που τα συνοδεύουν, είναι μερικά από τα γνωστότερα ελληνικά σήματα.

Μεγάλες εταιρείες, επιλέγουν σήματα που εύκολα τραβούν την ματιά του καταναλωτή και αποτυπώνονται στο μυαλό του, κάνοντας έτσι την επιχείρηση όχι μόνο γνωστή στο ευρύ κοινό αλλά και ανταγωνιστικότερη στον κλάδο της.



ΕΙΚΟΝΑ 1: ΣΗΜΑΤΑ ΓΝΩΣΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

### ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΗ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ

#### 2.1 Χαρακτηριστικά και ορισμός σήματος της ευρωπαϊκής ένωσης(TRADEMARK)

Ως κοινοτικό εμπορικό σήμα (ή Ευρωπαϊκό σήμα) νοείται ό,τι ακριβώς νοείται ως εθνικό σήμα, με τη διαφορά ότι αφορά την ευρύτερη περιφέρεια της Ευρωπαϊκής Κοινότητας. Πρόκειται δηλαδή για κάθε σημείο επιδεκτικό γραφικής παραστάσεως, ικανό να διακρίνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μίας επιχείρησης, το οποίο έχει κατοχυρωθεί στο μητρώο κοινοτικών σημάτων του Γραφείου Κοινοτικών Σημάτων, που εδρεύει στο Αλικάντε της Ισπανίας. Η κατοχύρωση κοινοτικού σήματος (ευρωπαϊκού σήματος) γίνεται με μία αίτηση και στα 28 κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το σύστημα κοινοτικού σήματος (trademark) της Ευρωπαϊκής Ένωσης δημιουργήθηκε με σκοπό τη διευκόλυνση των επιχειρήσεων και τη μείωση του κόστους για την προστασία των προϊόντων και των υπηρεσιών τους σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση με τη θέσπιση μιας ενιαίας διαδικασίας καταχώρισης.

Τα βασικά χαρακτηριστικά του ευρωπαϊκού trademark είναι:

- Το κοινοτικό σήμα προστατεύεται για χρονικό διάστημα 10 ετών και μπορεί να ανανεώνεται επ' αόριστον.
- Η πλειονότητα των αιτήσεων για κοινοτικό σήμα καταχωρίζονται εντός 6 μηνών.
- Μπορεί να προστατέψει ό,τι αναπαριστάται γραφικά, όπως: Λέξεις, γράμματα, αριθμοί, εικονιστικά στοιχεία, εικόνες, μορφές, χρώματα, συνδυασμοί χρωμάτων, μουσική, μουσική επένδυση και ήχοι, επιγραφές με κίνηση.

#### 2.2 Βασικά πλεονεκτήματα του σήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης (κοινοτικού σήματος/trademark)

Από τα πιο βασικά όπλα που κάθε ελληνική επιχείρηση οφείλει να έχει στην φαρέτρα της προκειμένου να ανοιχθεί στις εξαγωγές στην Ευρωπαϊκή αγορά είναι ένα κοινοτικό σήμα, το οποίο θα έχει ακολουθήσει κανονικά τη διαδικασία κατοχύρωσης κοινοτικού σήματος. Ελληνικά προϊόντα του πρωτογενούς τομέα, όπως το ελαιόλαδο, η φέτα, οι ελιές αλλά και του δευτερογενούς, όπως οι γούνες καταλαμβάνουν ένα πλειοψηφικό ποσοστό στις ολοένα αυξανόμενες ελληνικές εξαγωγές και κατακλύζουν τα ράφια της ευρωπαϊκής αγοράς και όχι μόνο. Πρωτίστης σημασίας λοιπόν είναι η προστασία των κοινοτικών σημάτων σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Η προστασία του κοινοτικού σήματος εκτείνεται αυτομάτως σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση, δηλαδή στα τωρινά 27 κράτη-μέλη.

Σε περίπτωση δε διεύρυνσης της Ε.Ε νέα κράτη-μέλη, αυτομάτως η προστασία του θα επεκταθεί και στις νέες χώρες που εισήλθαν, χωρίς επιπλέον επιβάρυνση. Το κοινοτικό σήμα παρέχει στον δικαιούχο του αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης του και αποτροπής κάθε μη εξουσιοδοτημένης παράνομης χρήσης του στις συναλλαγές από κακόπιστους τρίτους ανταγωνιστές, χωρίς την συγκατάθεσή του δικαιούχου του κοινοτικού σήματος και κατά παράβαση του αποκλειστικού του δικαιώματος. Με τον όρο παράνομη χρήση εννοούμε την επίθεσή του από τρίτους ανταγωνιστές στα προϊόντα ή στη συσκευασία τους, τα οποία στη συνέχεια διατίθενται στην αγορά καθώς και τη χρήση του σε επαγγελματικό έντυπο υλικό και στη διαφήμιση. Ο δικαιούχος του κοινοτικού σήματος μπορεί να δράσει ενάντια σε αυτές τις παραβάσεις με τη λήψη μέτρων που προβλέπονται ρητά στο πλαίσιο της Κοινοτικής Οδηγίας περί προστασίας του κοινοτικού σήματος.

### **2.3 Ιδιαιτερότητες και κατοχύρωση κοινοτικού σήματος**

Οι ιδιαιτερότητες που έχει το κοινοτικό σήμα είναι οι εξής:

α. Η απόκτηση, η λειτουργία του, οι εξουσίες που πηγάζουν απ' αυτό, η προστασία του, η λήξη του, όλα ρυθμίζονται ενιαία από τον Κοινοτικό Κανονισμό και όχι από το εκάστοτε εθνικό δίκαιο.

β. Παράγει αυτομάτως και ενιαία τα αποτελέσματά του σε όλη την επικράτεια της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, χωρίς να υπάρχει δυνατότητα εξαίρεσης κάποιου κράτους μέλους. Δηλαδή δεν μπορεί ο δικαιούχος ενός κοινοτικού σήματος να παραιτηθεί του σήματος αναφορικά με ένα μόνο κράτος μέλος.

γ. Ένα κοινοτικό σήμα μπορεί να συνυπάρχει με ένα προγενέστερο εθνικό σήμα, εφόσον οι φορείς του εθνικού σήματος δεν αντέδρασαν στην κατοχύρωση του κοινοτικού σήματος.

Το κοινοτικό σήμα κατοχυρώνεται με σχετική αίτηση που κατατίθεται σε οποιαδήποτε επίσημη γλώσσα της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο Γραφείο Κοινοτικών Σημάτων. Η διαδικασία κατοχύρωσης περιλαμβάνει μία σειρά από επιμέρους στάδια, τα οποία ακολουθούνται τυπικά από την Κοινοτική Επιτροπή, η δε προστασία του παρέχεται από την ημερομηνία δημοσίευσης της καταχώρισης του σήματος στο μητρώο κοινοτικών σημάτων.

Ειδικότερα, επίσημος πανευρωπαϊκός φορέας στον οποίο διενεργείται η κατοχύρωση κοινοτικού σήματος είναι το Γραφείο Εναρμόνισης στην Εσωτερική Αγορά (ΓΕΕΑ) το οποίο ασχολείται με την κατοχύρωση κοινοτικού σήματος (CTM) και κοινοτικού σχεδίου ή υποδείγματος (RCD), τα οποία είναι απαραίτητα συστατικά της ενιαίας ευρωπαϊκής αγοράς. Αυτές οι εγγραφές παρέχουν προστασία σε κοινοτικά σήματα και κοινοτικά σχέδια/υποδείγματα σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση, η οποία καλύπτει 27 χώρες (κράτη-μέλη) και συνολικά σχεδόν 500 εκατομμύρια ανθρώπους. Το εν λόγω Γραφείο λειτουργεί, επίσης, σε στενή συνεργασία με τα εθνικά γραφεία κατοχύρωσης των κρατών-μελών της ΕΕ, με διεθνή γραφεία και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή σχετικά με ένα ευρύ φάσμα θεμάτων που επηρεάζουν τους ιδιοκτήτες και τους χρήστες των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας.

Πρόκειται για έναν σχετικά νέο θεσμό, ο οποίος καθιερώθηκε με την ψήφιση του Κοινοτικού Κανονισμού (40/1994) το έτος 1993. Στόχος του ήταν η αρμονική ανάπτυξη των οικονομικών δραστηριοτήτων στο σύνολο της Κοινότητας με τη δημιουργία μίας εσωτερικής αγοράς η οποία θα χαίρει αντίστοιχων προνομίων και θα λειτουργεί υπό όμοιες συνθήκες μ' αυτές μίας οιασδήποτε εθνικής αγοράς. Για να καταστεί αυτό δυνατό και ως εκ τούτου να αναπτυχθεί ένας ανόθευτος ανταγωνισμός και η ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων και υπηρεσιών, χρειάστηκε μεταξύ άλλων να θεσπιστεί και ένα πλαίσιο εναρμόνισης των εθνικών περί σημάτων νομοθεσιών. Εισήχθη λοιπόν μία ενιαία διαδικασία για την απόκτηση ενός κοινοτικού πλέον σήματος, το οποίο προστατεύεται αυτομάτως και ενιαία σε όλη την Κοινότητα, παράγοντας αποτελέσματα σε όλη την επικράτειά της.

#### **2.4. Νομικός προέλεγχος διαθεσιμότητας κοινοτικού σήματος**

Πριν την υποβολή αίτησης κατοχύρωσης κοινοτικού σήματος, κρίσιμο είναι προηγουμένως να έχει διενεργηθεί ένας ενδελεχής νομικός προέλεγχος, προκειμένου να ελεγχθεί εάν το κοινοτικό εμπορικό σήμα είναι διαθέσιμο προς κατοχύρωση ή όχι. Επειδή σ' όλα τα εμπορικά σήματα, άρα και στα κοινοτικά, ισχύει η αρχή της χρονικής προτεραιότητας, θα πρέπει το κοινοτικό σήμα που θέλει να κατοχυρώσει ο αιτών να μην ομοιάζει ηχητικά/ενοσιολογικά με προγενέστερο εμπορικό σήμα, όταν φυσικά αφορά στο ίδιο προϊόν/υπηρεσία.

#### **2.5 Κόστος κατοχύρωσης κοινοτικού σήματος**

Η κατοχύρωση κοινοτικού σήματος απαιτεί την καταβολή τελών στο Γραφείο Κοινοτικών Σημάτων είτε ταυτόχρονα με την υποβολή της αίτησης είτε εντός των τριάντα ημερών από την υποβολή της αίτησης, για να μπορέσει ο αιτών να κατοχυρώσει την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης και όχι την ημερομηνία κατάθεσης των τελών. Το Γραφείο Κοινοτικών Σημάτων δεν ενημερώνει σχετικά με την καταβολή των ως άνω τελών. Είναι λοιπόν ευθύνη του αιτούντα να τα καταβάλει εμπροθέσμως, εάν θέλει να εκκινήσει η διαδικασία κατοχύρωσης που αφορά στο κοινοτικό σήμα του. Το Κοινοτικό Γραφείο εισπράττει τα ως άνω τέλη προκειμένου να χρεώσει τον φάκελο σε κάποιον εισηγητή και να εκκινήσει τη διαδικασία ελέγχου των τυπικών προϋποθέσεων της αίτησης κατοχύρωσης του κοινοτικού εμπορικού σήματος και του παραδεκτού της αιτήσεως. Σε περίπτωση δε απορρίψεως για οποιονδήποτε λόγο της αιτήσεως κατοχύρωσης του κοινοτικού σήματος, τα ως άνω τέλη δεν επιστρέφονται.

Το ύψος των τελών είναι 900 ευρώ για τις τρεις πρώτες κλάσεις και αφορά αυτομάτως όλα τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, δεδομένου ότι δεν υπάρχει δικαίωμα επιλογής συγκεκριμένων ευρωπαϊκών χωρών. Είτε δηλαδή η κλάση στην οποία ταξινομείται το κοινοτικό σήμα είναι μία, είτε δύο, είτε τρεις, το ύψος των τελών παραμένει το ίδιο. Τα ως άνω τέλη κατατίθενται απευθείας σε λογαριασμό του Κοινοτικού Γραφείου στο εξωτερικό. Για τα ως άνω τέλη υπάρχει δυνατότητα έκδοσης τιμολογίου, ώστε να μπορέσουν να δικαιολογηθούν φορολογικά.

## **2.6 Ορισμός και καταχώρηση διεθνούς σήματος**

Με τον όρο διεθνές σήμα εννοούμε την κατοχύρωση ενός σήματος σε διάφορες χώρες ανά τον κόσμο εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Όσον αφορά τα διεθνή σήματα, δεν υπάρχει μια αντίστοιχη διαδικασία με το κοινοτικό σήμα που να καταχωρεί αυτομάτως ένα σήμα σε διεθνές επίπεδο. Για το λόγο αυτό, έχει ψηφιστεί η Συνθήκη της Μαδρίτης και στο οποίο είναι μέλη 85 χώρες από όλον τον κόσμο, συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας από τη 10/08/2000.

Σύμφωνα με τη Συνθήκη, δίνεται η δυνατότητα καταχώρησης ενός σήματος αυτομάτως σε όσες από τις 85 χώρες μέλη επιθυμεί ένας δικαιούχος καταθέτοντας μια και μόνο αίτηση στη WIPO (Word Intellectual Property Organization), που είναι και ο αρμόδιος φορέας, με έδρα τη Γενεύη της Ελβετίας.

Αναλυτικότερα, οι χώρες στις οποίες μπορεί να κατοχυρώσει ο κάτοχος ενός εθνικού ή κοινοτικού σήματος ένα διεθνές σήμα είναι οι κάτωθι:

Αλβανία (Albania), Αλγερία (Algeria), Αντίγκουα (Antigua), Αρμενία (Armenia), Αυστραλία (Australia), Αζερμπαϊτζάν (Azerbaijan), Μπαχρέιν (Bahrain), Λευκορωσία (Belarus), Μπουτάν (Bhutan), τη Βοσνία (Bosnia), την Μποτσουάνα (Botswana), την Κίνα (China), την Κροατία (Croatia), Κούβα (Cuba), Αίγυπτος (Egypt), Γεωργία (Georgia), Γκάνα (Ghana), Ισλανδία (Iceland), Ιράν (Iran), Ιαπωνία (Japan), το Καζακστάν (Kazakhstan), την Κένυα (Kenya), την Κιργιζία (Kyrgyzstan), το Λεσόθο (Lesotho), Λιβερία (Liberia), το Λιχτενστάιν (Liechtenstein), την ΠΓΔΜ (Fyrom), τη Μαδαγασκάρη (Madagascar), τη Μολδαβία (Moldova), Μονακό (Monaco), Μογγολία (Mongolia), Μαυροβούνιο (Montenegro), Μαρόκο (Morocco), Μοζαμβίκη (Mozambique), Ναμίμπια (Namibia), Ολλανδικές Αντίλλες (Netherlands Antilles), η Βόρεια Κορέα (North Korea), η Νορβηγία (Norway), Ομάν (Oman), Ρωσική Ομοσπονδία (Russian Federation), Αγία Τομέ και Πρίνσιπε (Saint Tome and Principe), Σαν Μαρίνο (San Marino), Σερβία (Serbia), Σιέρα Λεόνε (Sierra Leone), Σιγκαπούρη (Singapore), Νότια Κορέα (South Korea), Σουδάν (Sudan), Σουαζιλάνδη (Swaziland), την Ελβετία (Switzerland), τη Συρία (Syria), το Τατζικιστάν (Tajikistan), Τουρκία (Turkey), Τουρκμενιστάν (Turkmenistan), Ουκρανία (Ukraine), ΗΠΑ (USA), Ουζμπεκιστάν (Uzbekistan), το Βιετνάμ (Vietnam), Ζάμπια (Zambia)

Περαιτέρω, σε περίπτωση που κάποιος έχει ξεκινήσει από εθνική κατοχύρωση, μπορεί σε επίπεδο διεθνές να ζητήσει την κατοχύρωση διεθνούς σήματος και στις κάτωθι ευρωπαϊκές χώρες:

Αυστρία (Austria), το Μπενελούξ ( δηλ. Βέλγιο, Λουξεμβούργο και Κάτω Χώρες-Benelux), Βουλγαρία (Bulgaria), Κύπρος (Cyprus), Τσεχική Δημοκρατία (Czech Republic), Δανία (Denmark), Εσθονία (Estonia), Ευρωπαϊκή Ένωση (European Union), Φινλανδία (Finland), Γαλλία (France), Γερμανία (Germany), Ουγγαρία (Hungary), Ιρλανδία (Ireland), Ιταλία (Italy), Λετονία (Latvia), Λιθουανία (Lithuania), Πολωνία (Poland), Πορτογαλία (Portugal), Ρουμανία (Romania), Σλοβακία (Slovakia), Σλοβενία (Slovenia), Ισπανία (Spain), Σουηδία (Sweden), Ηνωμένο Βασίλειο (United Kingdom).

## **2.7 Κατοχύρωση διεθνούς σήματος**

Με την κατάθεση αίτησης κατοχύρωσης ενός διεθνούς σήματος σε μία ή περισσότερες χώρες δε δημιουργείται ένα 'υπερεθνικό' σήμα σε όλο τον κόσμο αλλά ένα σύνολο εθνικών σημάτων (WO), τα οποία κρίνονται στην εκάστοτε χώρα προορισμού δυνάμει της εθνικής της νομοθεσίας. Προϋπόθεση για να μπορέσει να κατατεθεί αίτηση κατοχύρωσης ενός εμπορικού σήματος σε επίπεδο διεθνές είναι η προηγούμενη κατοχύρωσή του είτε σε επίπεδο εθνικό (χώρα προέλευσης η Ελλάδα) είτε σε επίπεδο κοινοτικό (χώρα προέλευσης το Κοινοτικό Γραφείο Σημάτων). Εάν μάλιστα η μετατροπή ενός σήματος σε επίπεδο διεθνές γίνει εντός έξι μηνών από την προηγούμενη κατάθεση αίτησης κατοχύρωσης σε επίπεδο εθνικό ή κοινοτικό, ο αιτών χαίρει του προνομίου προτεραιότητας (priority right). Μπορεί δηλαδή να διεκδικήσει ως ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης κατοχύρωσης του διεθνούς σήματος την προγενέστερη ημερομηνία κατάθεσης της εθνικής ή της κοινοτικής. Η διαδικασία κατοχύρωσης διεθνούς σήματος συνίσταται:

α) στην κατάθεση σχετικού φακέλου στο Υπουργείο Εμπορίου (ή στο Γραφείο Εναρμόνισης στην Εσωτερική Αγορά). Στον φάκελο αυτό πρέπει να συμπεριληφθεί ένα παράβολο Δημοσίου, ύψους 15 ευρώ, που συνιστά το τέλος μεταβίβασης του φακέλου από το εθνικό γραφείο στο Διεθνές Γραφείο Σημάτων εντός προθεσμίας δύο μηνών,

β) ή εναλλακτικά στην κατάθεση σχετικού φακέλου στο Κοινοτικό Γραφείο Σημάτων και στην αυθημερόν καταβολή του τέλους μεταβίβασης (transmission fees), ύψους 300 ευρώ, προκειμένου να διαβιβάσει το Κοινοτικό Γραφείο τον φάκελο στο Διεθνές Γραφείο Σημάτων.

Στη συνέχεια, μόλις φθάσει ο φάκελος στο Διεθνές Γραφείο Σημάτων, το τελευταίο φροντίζει να τον διαβιβάσει σε όλα τα εθνικά γραφεία των χωρών προορισμού (των χωρών στις οποίες ο αιτών έχει αιτηθεί προστασίας), στις οποίες πλέον η αίτηση κρίνεται με βάση την τοπική (εθνική) νομοθεσία.

Το κόστος της διαδικασίας περιλαμβάνει περαιτέρω το βασικό τέλος για την κατάθεση ασπρόμαυρου διεθνούς σήματος, ύψους 653 ελβετικών φράγκων και το βασικό τέλος για την κατάθεση έγχρωμου διεθνούς σήματος, ύψους 903 ελβετικών φράγκων. Επιπλέον, η εκάστοτε χώρα προορισμού, στην οποία ο αιτών επιζητά προστασία μπορεί να συνεπάγεται κάποια ατομικά ή συμπληρωματικά τέλη (individual fees/supplementary-complementary fees).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

### Η ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

#### 3.1 Έννοια και λειτουργία της επωνυμίας

Ορισμένες ενδείξεις εξατομικεύουν και διακρίνουν στο εμπόριο το πρόσωπο που αναπτύσσει οικονομική δραστηριότητα, τα μέσα που χρησιμοποιεί και τα προϊόντα ή εμπορεύματα που θέτει σε κυκλοφορία ή παράγει. Τα διακριτικά γνωρίσματα διακρίνονται σε γνωρίσματα προσώπου, επιχείρησης ή καταστήματος, εμπορευμάτων και λοιπών δραστηριοτήτων.

Στα διακριτικά γνωρίσματα του προσώπου ανήκει και η επωνυμία. Δηλαδή, το όνομα με το οποίο ο έμπορος, φυσικό ή νομικό πρόσωπο, ασκεί την εμπορική του δραστηριότητα και υπογράφει στις εμπορικές συναλλαγές. Η επωνυμία διαμορφώνεται από τον ίδιο τον έμπορο, περιλαμβάνοντας όμως κάθε φορά τις απαραίτητες διακριτικές ενδείξεις που επιτάσσει ο νόμος σύμφωνα με την νομική μορφή της επιχείρησης.

Η κυριότητά της αποκτάται κατά αρχήν με την χρησιμοποίησή της στις συναλλαγές και η κατά κάποιον τρόπο κατοχύρωσή της επιτυγχάνεται με την καταχώρησή της στα αρμόδια Πρωτόκολλα Επωνυμιών των Επιμελητηρίων, με την έννοια ότι αυτός που πρώτος την κατοχύρωσε, είναι και αυτός που πρώτος την χρησιμοποίησε. Πάνω στην έννοια και τη λειτουργία της επωνυμίας στηρίχθηκαν τρεις βασικές απόψεις:

- Αρχικά η επωνυμία σύμφωνα με την αντικειμενική άποψη που υποστηρίχθηκε κυρίως στην Ιταλία, διακρίνει την επιχείρηση και αποτελεί το “όνομα” της επιχείρησης. Κατά την άποψη αυτή, η επωνυμία έχει δική της αντικειμενική υπόσταση, ανεξάρτητη από το πρόσωπο του επιχειρηματία. Άμεση συνέπεια της άποψης αυτής είναι η δυνατότητα μεταβίβασης της επωνυμίας, μαζί όμως με την επιχείρηση, καθώς και η δυνατότητα της ελεύθερης επιλογής της.
- Σύμφωνα με τη δεύτερη άποψη που είναι υποκειμενική, η επωνυμία θεωρείται ως δικαίωμα προσωπικότητας του εμπόρου, του φορέα της επιχείρησης, τον οποίο και διακρίνει στις εμπορικές συναλλαγές του. Διακρίνει το φορέα της επιχείρησης. Κατά την άποψη αυτή, η επωνυμία, όσο αφορά τη νομική φύση, τη λειτουργία και την αποστολή της εξομοιώνεται προς το αστικό όνομα. Διαφέρει μόνο όσο αφορά το πεδίο χρησιμοποίησης, αφού αυτή χρησιμοποιείται μόνο στις εμπορικές συναλλαγές. Όσοι δέχονται την υποκειμενική άποψη υπό την απόλυτη και ανόθευτη μορφή της συνάγουν ως συνέπεια ότι η επωνυμία των φυσικών προσώπων αποτελείται μόνο από το αστικό τους όνομα, ότι μπορεί να ασκηθεί μόνο από το συγκεκριμένο άτομο, είναι αμεταβίβαστη και δεν υπόκειται σε αποδυνάμωση λόγω αχρησίας. Ο διάδοχος της επωνυμίας, όταν ο νόμος επιτρέπει τη διαδοχή, δε συνεχίζει την επωνυμία του προκατόχου του, αλλά αποκτά νέα επωνυμία, όμοια με την προηγούμενη. Η προτεραιότητα της χρησιμοποίησης ανατρέχει στο χρόνο της πρώτης χρησιμοποίησης από τον προκατόχο.

Τέλος υποστηρίχθηκε και μία τρίτη άποψη, που σύμφωνα με αυτή η επωνυμία διακρίνει τόσο το φορέα της επιχείρησης όσο και την επιχείρηση καθαυτή.

Πιο σωστή αποτελεί η άποψη εκείνη που ορίζει ότι η επωνυμία διακρίνει το φυσικό ή νομικό πρόσωπο-φορέα της επιχείρησης στις εμπορικές του συναλλαγές. Αποτελεί το σύνδεσμο ανάμεσα σ'αυτόν και την επιχείρηση. Δεν πρόκειται όμως για δικαίωμα προσωπικότητας. Πρόκειται για δικαίωμα απόλυτο σε άυλο αγαθό με έντονη περιουσιακή αξία, χωρίς πάντως να ελλείπουν από αυτή τελείως οποιαδήποτε προσωπικά στοιχεία. Η έντονη περιουσιακή αξία της επωνυμίας που αποκτήθηκε με τη χρησιμοποίησή της στις συναλλαγές και τη σύνδεσή της με προϊόντα ή υπηρεσίες ορισμένης ποιότητας ή ιδιοτήτων, ο φορέας της έχει εύλογο συμφέρον να την εκμεταλλευτεί, καθώς αποτελεί μία αξία που αντλείται από την επιχείρηση του. Καθ' αυτή την άποψη, σε πολλές νομοθεσίες επιτρέπεται η μεταβίβασή της, πράγμα που δυσχερώς θα συμβιβαζόταν με τον μόνο χαρακτήρα που μπορεί να ασκήσει τα δικαιώματα της επωνυμίας επί της προσωπικότητας. Από την άλλη θα πρέπει να ειπωθεί ότι η επωνυμία αποτελεί σε κάθε περίπτωση στοιχείο της επιχείρησης που ασκεί ο φορέας της. Στοιχείο που δεν μπορεί να χειραφετηθεί από αυτή και να συνεχίσει την ύπαρξή του.

### **3.2 Μορφές επωνυμίας**

Τα φυσικά πρόσωπα ασκούν ατομική επιχείρηση και έχουν ως επωνυμία το αστικό τους όνομα.

Στην Ομόρρυθμη Εταιρεία(Ο.Ε.) η επωνυμία σχηματίζεται από το αστικό όνομα όλων των ομόρρυθμων εταίρων που συμμετέχουν σε αυτήν, ή μερικών εξ αυτών, μαζί με τη σύντμηση '' και Σία '', '' Αφοί '' κ.λπ., μαζί με τη σύντμηση '' Ο.Ε. ''(ΒΔ 19 Απριλίου/ 1 Μαΐου 1835, Περί του Εμπορικού Νόμου, άρθρο 21).

Στην Ετερόρρυθμη Εταιρεία(Ε.Ε.) η επωνυμία σχηματίζεται από το αστικό όνομα όλων των ομόρρυθμων εταίρων που συμμετέχουν σε αυτήν και μόνο αυτών, ή μερικών εξ αυτών, μαζί με τη σύντμηση '' και Σία '', '' Αφοί '' κ.λπ., και μαζί με τη σύντμηση '' Ε.Ε. ''(ΒΔ 19 Απριλίου/1 Μαΐου 1835, Περί του Εμπορικού Νόμου, άρθρο 23, 25 )

Στην Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης(Ε.Π.Ε.) η επωνυμία σχηματίζεται, είτε από το όνομα ενός ή περισσότερων εταίρων, είτε από το είδος της δραστηριότητας που ασκεί η επιχείρηση, είτε από τον συνδυασμό των παραπάνω, συνοδευόμενη σε κάθε περίπτωση από τις λέξεις '' Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης ''. Όταν μια ομόρρυθμη ή ετερόρρυθμη μετατραπεί σε εταιρεία περιορισμένης ευθύνης, μπορεί να διατηρήσει την αρχική της επωνυμία, συνοδευόμενη από τις λέξεις '' Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης '' (Ν. 3190/1955 '' Περί Εταιριών Περιορισμένης Ευθύνης '' ,άρθρα 2, 53)

Στην Ανώνυμη Εταιρεία η επωνυμία σχηματίζεται από το είδος της δραστηριότητας που ασκεί η επιχείρηση, συνοδευόμενη σε κάθε περίπτωση από τις λέξεις '' Ανώνυμη Εταιρεία ''. Σε περίπτωση που ο σκοπός της εταιρείας περιλαμβάνει πλείονες δραστηριότητες, η επωνυμία σχηματίζεται από τις κυριότητες, όταν η εταιρεία έχει γίνει ήδη γνωστή στις συναλλαγές με μία συγκεκριμένη επωνυμία, η τυχόν διερεύνηση του σκοπού της δεν συνεπάγεται αναγκαίως και με τη μεταβολή της επωνυμίας. Η επωνυμία μπορεί να συμπεριλαμβάνει και το ονοματεπώνυμο ιδρυτή ή

άλλου φυσικού προσώπου, καθώς και την επωνυμία μιας άλλης εμπορικής εταιρίας (Ν. 2190/1920 " περί Ανώνυμων Εταιριών ", άρθρο 5).

### **3.3 Πώς γίνεται η επιλογή της Επωνυμίας μιας εταιρίας**

Σύμφωνα με το άρθρο 5 του Κ.Ν.2190/1920 (όπως συμπληρώθηκε από το άρθρο 3 του Ν.2339/95), η Ανώνυμη Εταιρεία παίρνει την επωνυμία της από το είδος της επιχείρησης που ασκεί.

Στην επωνυμία μπορεί ακόμα, να περιέχεται και το ονοματεπώνυμο κάποιου από τους ιδρυτές ή άλλου φυσικού προσώπου, είτε η επωνυμία κάποιας εμπορικής εταιρείας.

Πάντως στην επωνυμία θα πρέπει να περιέχονται οι λέξεις «Ανώνυμη Εταιρεία». Σε περίπτωση που ο σκοπός της εταιρείας εκτείνεται σε πολλά αντικείμενα, η επωνυμία μπορεί να λαμβάνεται από τα κυριότερα από αυτά. Επιπλέον αν ο σκοπός της εταιρείας διευρυνθεί, δεν συνεπάγεται αναγκαία ότι πρέπει να μεταβληθεί και η εταιρική επωνυμία με την οποία η εταιρεία είναι ήδη γνωστή στις συναλλαγές. Για τις διεθνείς συναλλαγές της εταιρείας η επωνυμία μπορεί να εκφράζεται και σε ξένη γλώσσα σε πιστή μετάφραση ή με λατινικά στοιχεία. Τέλος, ειδικά για την τραπεζική Α.Ε. ο νόμος(άρθρο 10 παρ.2 Ν.5076/31) προβλέπει ότι η επωνυμία αυτής πρέπει να εγκριθεί από το Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας.

### **3.4 Αρχές που διέπουν την Επωνυμία<sup>11</sup>**

Για λόγους οικονομικούς και σκοπιμότητας, χάριν της αρμονίας και της τάξεως στις συναλλαγές, έχουν διατυπωθεί ορισμένες αρχές που πρέπει να τηρούνται κατά το σχηματισμό της επωνυμίας και οι οποίες μερικές φορές αλληλοσυγκρούονται.

Οι αρχές που διέπουν την επωνυμία είναι επτά: 1)Η Αρχή της αλήθειας, 2)Η Αρχή της διάρκειας, 3)Η Αρχή της αποκλειστικότητας ή του ευδιακρίτου, 4)Η Αρχή της ενότητας, 5)Η Αρχή της σύνδεσης επωνυμίας και επιχείρησης, 6)Η Αρχή της δημοσιότητας και 7)Η Αρχή της χρονικής προτεραιότητας.

Παρακάτω αναφέρονται τέσσερις από τις σημαντικότερες αρχές που είναι οι εξής:

#### *3.4.1 Η Αρχή της αλήθειας*

Σύμφωνα με αυτή την αρχή, η επωνυμία πρέπει να ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα, να μην είναι φανταστική ή παραπλανητική και να αποδίδει το αληθές όνομα του εμπόρου. Έτσι το καταναλωτικό κοινό θα είναι σε θέση να πληροφορείται αμέσως, με ασφάλεια, για την πραγματική ταυτότητα του εμπόρου, είτε αυτός είναι φυσικό είτε είναι νομικό πρόσωπο.

Επί εμπόρων φυσικών προσώπων, η αρχή της αλήθειας επιβάλλει τη χρησιμοποίηση από αυτούς ως επωνυμία το αστικό τους όνομα. Σε περίπτωση μεταβολής του αστικού ονόματος συνεπάγεται, βάση της αρχής της αλήθειας, μεταβολή της επωνυμίας, για να είναι αληθινή και να ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα.

---

<sup>11</sup>

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%80%CF%89%CE%BD%CF%85%CE%BC%CE%AF%CE%B1>



Επί εμπόρων νομικών προσώπων, η αρχή της αλήθειας επιβάλλει επί προσωπικών εταιρειών τη χρησιμοποίηση των αστικών ονομάτων των ομόρρυθμων εταιρειών, επί κεφαλαιουχικών εταιρειών την ένδειξη του αντικειμένου της επιχείρησης. Επί συνεταιρισμού, η επωνυμία είναι αντικειμενική, ενώ επί εταιρείας περιορισμένης ευθύνης μπορεί να είναι υποκειμενική, αντικειμενική ή μικτή. Πάντως η επωνυμία πρέπει να είναι αληθής. Σε περίπτωση που δεν εφαρμόζεται αυτό τότε παραβιάζεται η αρχή της αλήθειας και ίσως ο νόμος περί αθέμιτου ανταγωνισμού.

Υποστηρίχθηκε η άποψη να χρησιμοποιηθούν νόμιμα οι ψευδείς ή οι αυθαίρετες ή οι φανταστικές επωνυμίες. Η άποψη όμως αυτή δεν επικράτησε γιατί θα ήταν αντίθετη προς τις διάφορες διατάξεις της ελληνικής νομοθεσίας και ιδιαίτερα προς τις διατάξεις για το σχηματισμό των εταιρικών επωνυμιών.

### *3.4.2 Η Αρχή της διάρκειας*

Σύμφωνα με την αρχή αυτή η επωνυμία μεταβιβάζεται δια μέσου κληρονομιάς και ειδικής διαδοχής. Από αυτό προκύπτει ότι σε περιπτώσεις των παραγώγων επωνυμιών, οι εμπορευόμενοι μπορούν να χρησιμοποιούν επωνυμία η οποία δεν είναι και το όνομά τους και συνεπώς μη ανταποκρινόμενη στην αρχή της αλήθειας.

Η αρχή της αλήθειας παραμένει ως κύρια αρχή για το σχηματισμό των επωνυμιών. Η μεταβίβαση της επωνυμίας δεν είναι δυνατόν να οδηγήσει στο παραμερισμό της αρχής της αλήθειας με τρόπο που να δημιουργεί κινδύνους παραπλάνησης του κοινού. Αυτό είναι δυνατόν να συμβεί σε περίπτωση μεταβίβασης επωνυμίας φυσικού προσώπου σε εταιρεία και αντίστροφα. Στις περιπτώσεις αυτές η χρησιμοποίηση αυτούσιας της μεταβιβασθείσης επωνυμίας από το διάδοχο χωρίς τη προσθήκη διακριτικού, με το οποίο να φαίνεται η μεταβολή, τότε δεν πρόκειται για παραγώγου επωνυμία αλλά για κατάχρηση της επωνυμίας. Σύμφωνα με το άρθρο 2 του ν.δ. 28 Απριλίου/17 Μαΐου 1923. «περί μεταρρυθμίσεως διατάξεων περί εταιριών» επιτρέπεται η συνέχιση ομόρρυθμου ή ετερόρρυθμου εταιρείας με τους κληρονόμους τους θανόντος εταίρου, εφόσον είχε συμφωνηθεί μεταξύ των εταίρων, ότι μπορεί να συνεχιστεί η υπάρχουσα επωνυμία εμπορικής εταιρείας, ανεξαρτήτως της μεταβολής από το θάνατο. Για συνέχιση όμως της επωνυμίας στην οποία περιέχεται το όνομα του αποθανόντος εταίρου απαιτείται και η συναίνεση των κληρονόμων αυτού έστω και αν δεν συμμετέχουν στην εταιρεία. Γι' αυτό, μετά το θάνατο του εταίρου, η συνεχιζόμενη επωνυμία καθίσταται εν μέρει αναληθής.

Σε περίπτωση αποχωρήσεως ή αποκλεισμού εταίρων ενώ η εταιρεία εξακολουθεί να υπάρχει μεταξύ των υπολοίπων εταίρων, η συναίνεση θα πρέπει να δοθεί και από τον εταίρο που αποχωρεί. Σύμφωνα με το άρθρο 53 του νόμου 3190/1955 «περί εταιριών περιορισμένης ευθύνης» ορίζεται ότι η επωνυμία της εταιρείας που μετατρέπεται μπορεί να διατηρηθεί εφόσον προστεθούν σ' αυτήν οι λέξεις «εταιρεία περιορισμένης ευθύνης».

Σχετικά με την Α.Ε. το άρθρο 5 του νόμου 2190/1920 «περί ανωνύμων εταιρειών» ορίζει ότι μπορεί στην επωνυμία της Α.Ε. να περιληφθεί και το ονοματεπώνυμο ιδρυτού ή άλλου φυσικού προσώπου ή ακόμη η επωνυμία μιας άλλης εμπορικής εταιρείας. Σύμφωνα με τη διάταξη αυτή επιτρέπεται, σε περίπτωση μετατροπής ορισμένης επιχείρησης σε ανώνυμη εταιρεία, να περιληφθεί η επωνυμία της επιχείρησης, ατομικής ή εταιρικής στην επωνυμία της Α.Ε., ώστε να προκύπτει από αυτή η συνέχεια της επιχειρήσεως υπό την νέα της μορφή.

### 3.4.3 Η Αρχή της αποκλειστικότητας ή του ευδιακρίτου

Η Αρχή της αποκλειστικότητας καθιερώθηκε με τον νόμο 184/1914 «περί εμπορικών και βιομηχανικών επιμελητηρίων». Σύμφωνα με το νόμο αυτό, κάθε νέα επωνυμία θα πρέπει να διαφέρει κατά τρόπο ευδιάκριτο από τις ήδη εγγεγραμμένες επωνυμίες για να αποφευχθεί η σύγχυση.

Στις εταιρικές επωνυμίες η τήρηση της αρχής αυτής δεν δημιουργεί κάποιο σοβαρό πρόβλημα, δεδομένου ότι το δίκαιο επιτρέπει για το σχηματισμό τους αρκετή ελευθερία.

Στις ατομικές επωνυμίες, επειδή τα φυσικά πρόσωπα είναι υποχρεωμένα να χρησιμοποιούν το αστικό τους όνομα ως επωνυμία, είναι πολύ πιθανό να υπάρξουν συνωνυμίες, οπότε υπάρχει αδυναμία διακρίσεως των επωνυμιών. Γι' αυτό ο νόμος, προς αποφυγή συγχύσεως, ορίζει ότι αν το ονοματεπώνυμο του εμπόρου μοιάζει με μια επωνυμία η οποία είναι ήδη εγγεγραμμένη, θα πρέπει ο έμπορος να προσθέσει ένα διακριτικό γνώρισμα το οποίο θα το διακρίνει από την προγενέστερη επωνυμία.

Η συντόμευση του βαπτιστικού ονόματος ή η αλλαγή της σειράς των πολλών βαπτιστικών ονομάτων δεν είναι αρκετά για τη σαφή διάκριση των επωνυμιών. Επίσης σαφή διάκριση των επωνυμιών δεν υπάρχουν όταν αυτές συμπίπτουν φωνητικά, έστω και αν υπάρχει διαφορά κατά την γραφή.

Ως επαρκή διακριτικά των επωνυμιών κρίνονται, κατά τις περιστάσεις και χρησιμοποιούνται από τους επιχειρηματίες, οι διάφορες ενδείξεις όπως το πατρικό όνομα, ο τόπος καταγωγής ή εμπορίας, η λέξη «νεώτερος» ή «υιός», το είδος της εμπορίας.

Οι ενδείξεις αυτές θα πρέπει να ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Στις περιπτώσεις που πραγματοποιούνται ψευδείς προσθήκες και μεταβολές τόσο στην ατομική όσο και στην εταιρική επωνυμία, παρατηρούμε ότι παραβιάζεται η αρχή της αλήθειας και μπορεί οι περιπτώσεις αυτές, να προκαλέσουν παραπλάνηση του κοινού ως προς το μέγεθος, το είδος, το αντικείμενο, τη μορφή της επιχείρησης ή την ύπαρξη σχέσεως προς το δημόσιο ή αλλοδαπό κράτος.

### 3.4.4 Η Αρχή της ενότητας

Σύμφωνα με την αρχή της ενότητας ο έμπορος απαγορεύεται να χρησιμοποιεί πολλές επωνυμίες για την επιχείρησή του. Αυτό έχει διατυπωθεί από το νόμο 1089/1980 ο οποίος ορίζει ότι κάθε επιχείρηση θα πρέπει να διεξάγει τις εργασίες της υπό μια εμπορική ή εταιρική επωνυμία.

Σε περίπτωση που υπάρχουν υποκαταστήματα και τα οποία αποτελούν τις δευτερεύουσες εγκαταστάσεις της επιχείρησης εξαρτώμενες από την κύρια εγκατάσταση, τότε η αναγγελία της επωνυμίας γίνεται και στα επιμελητήρια στα οποία υπάγονται τα υποκαταστήματα. Αυτά χρησιμοποιούν την επωνυμία του κύριου καταστήματος με την προσθήκη διακριτικών γνωρισμάτων τα οποία δείχνουν ότι πρόκειται για υποκαταστήματα.

Αν ο έμπορος, φυσικό πρόσωπο, έχει στην κατοχή του πολλές αυτοτελείς επιχειρήσεις θα πρέπει να χρησιμοποιεί διαφορετική επωνυμία για κάθε επιχείρηση έτσι ώστε να μην υπάρχει κίνδυνος παραπλάνησης του κοινού. Καθεμιά επωνυμία περιλαμβάνει το αστικό όνομα του εμπόρου στο οποίο προστίθεται ένα διακριτικό γνώρισμα ώστε να αποφευχθεί η σύμπτωση μεταξύ των επωνυμιών.

Δεν είναι δυνατόν να συμβεί το ίδιο και στους εμπόρους νομικών προσώπων της εταιρείας που εμφανίζεται με μια μόνο επωνυμία στις συναλλαγές. Διαφορετικά θα υπήρχε σοβαρός κίνδυνος συγχύσεως στις συναλλαγές για την ταυτότητα της.

### **3.5 Κατοχύρωση επωνυμίας<sup>12</sup>**

Το πώς σχηματίζεται η εμπορική επωνυμία εξαρτάται από την ιδιότητα του εμπόρου, εάν δηλαδή πρόκειται για φυσικό ή νομικό πρόσωπο. Εάν πρόκειται για φυσικό πρόσωπο, η εμπορική επωνυμία σχηματίζεται από το αστικό όνομα του εμπόρου. Εάν πρόκειται για προσωπική εταιρεία (ομόρρυθμη/ετερόρρυθμη) η επωνυμία σχηματίζεται από τα ονόματα των ομορρύθμων/ετερόρρυθμων εταίρων με την προσθήκη της νομικής φύσης της εταιρείας (ΟΕ/ΕΕ). Εάν πρόκειται για εταιρεία περιορισμένης ευθύνης, η επωνυμία σχηματίζεται ελεύθερα, είτε από τα ονόματα των εταίρων, είτε από το είδος της ασκούμενης επιχείρησης είτε από τον συνδυασμό των δύο προηγούμενων με την προσθήκη της νομικής φύσης της εταιρείας (ΕΠΕ). Εν μέρει κάτι αντίστοιχο ισχύει και για την ανώνυμη εταιρεία, ωστόσο εδώ υποχρεωτική είναι η ένδειξη της ασκούμενης επιχείρησης, με την προσθήκη της νομικής φύσεως της εταιρείας (ΑΕ).

Η εμπορική επωνυμία ενός συνεταιρισμού εξαρτάται από το είδος του συνεταιρισμού, εάν δηλαδή αυτός είναι αγροτικός ή αστικός συνεταιρισμός. Ειδικότερα η επωνυμία ενός αγροτικού συνεταιρισμού σχηματίζεται από το αντικείμενο δραστηριότητάς του/σκοπό του, την ιδιότητά του (ως αγροτικού) και την έδρα του (τόπο προέλευσης των προϊόντων του). Παραπλήσια, στον αστικό συνεταιρισμό η επωνυμία σχηματίζεται αποκλειστικά από τον σκοπό του, το είδος του συνεταιρισμού και την έκταση της ευθύνης των συνεταίρων του.

Η κατοχύρωση της εμπορικής επωνυμίας δεν είναι υποχρεωτική, αφού το δικαίωμα στην εμπορική επωνυμία κτάται αυτόματα με την χρήση της εμπορικής επωνυμίας και διαρκεί απεριόριστα, μέχρι τον θάνατο του εμπόρου/φορέα της επιχείρησης ή μέχρι την πάυση της εταιρείας. Ειδικότερα η εμπορική επωνυμία δεν απαιτεί συγκεκριμένο τύπο για να κατοχυρωθεί, αρκεί η χρήση της, η οποία γίνεται λ.χ. με την εκτύπωση σε αποδείξεις/τιμολόγια πώλησης, με τη χρήση σε διαφημιστικά φυλλάδια). Προαιρετική δημοσιότητα είναι η καταχώρηση της εμπορικής επωνυμίας στο κατά τόπον αρμόδιο Επιμελητήριο, η οποία ωστόσο δεν συνιστά κατοχύρωση αλλά καταχώρηση. Πρόκειται δηλαδή για μία καταχώρηση σε ένα μητρώο όπου τηρούνται όλες οι επιχειρήσεις που εδρεύουν και λειτουργούν στην περιφέρεια του οικείου Επιμελητηρίου, η οποία δηλοί την ημέρα έναρξης δραστηριότητας της επιχείρησης.

Η προστασία της επωνυμίας μίας επιχείρησης από προσβολές τρίτων κατοχυρώνεται μέσω των άρθρων 58 και 59 του Αστικού Κώδικα καθώς και με το άρθρο 13 του Ν.146/1914 περί Αθεμίτου Ανταγωνισμού. Η εμπορική επωνυμία συνιστά ένα διακριτικό γνώρισμα για το οποία ισχύει η αρχή της χρονικής προτεραιότητας που

---

12

<http://www.ntova.gr/category/56/%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%87%CF%85%CF%81%CF%89%CF%83%CE%B7-%CE%B5%CF%80%CF%89%CE%BD%CF%85%CE%BC%CE%B9%CE%B1%CF%83.html>

ισχύει για τα όλα τα διακριτικά γνωρίσματα, δηλαδή ο έμπορος ο οποίος έχει κάνει αποδεδειγμένα πρώτος χρήση της εμπορικής επωνυμίας προστατεύεται έναντι οιοδήποτε τρίτου και δικαιούται νόμιμα να ζητήσει άρση της προσβολής και παράλειψη της προσβολής στο μέλλον καθώς και αποζημίωση (εάν έχει υποστεί ζημία από την προσβολή από υπαιτιότητα του προσβολέα).

Η μεταβίβαση της εμπορικής επωνυμίας γίνεται ελεύθερα εν ζωή ή αιτία θανάτου και μάλιστα σύμφωνα με την κρατούσα άποψη και χωρίς την ταυτόχρονη μεταβίβαση της επιχείρησης. Όταν μάλιστα η επωνυμία αποτελείται από το αστικό όνομα του εμπόρου και δικαιούχος της είναι ο ίδιος ο ομώνυμος έμπορος, δεν υπάρχει δυνατότητα κατάσχεσης της επωνυμίας, εκτός εάν η επωνυμία έχει αγοραστεί από τρίτο πρόσωπο (με διαφορετικό αστικό όνομα) και οφειλέτης της είναι το τρίτο πρόσωπο.

### **3.6 Διαδικασία προέγκρισης Επωνυμίας για κάθε τύπο εταιρίας**

#### *3.6.1 Καταχώρηση επωνυμίας*

Όποιος ασκεί εμπορική ή βιομηχανική επιχείρηση, υποχρεούται εντός δύο μηνών από την έναρξη των εργασιών της, να αναγγείλει την έναρξη των εργασιών του, στο επιμελητήριο του τόπου όπου βρίσκεται το κύριο κατάστημα και τα υποκαταστήματα της επιχείρησής του.

Στην αναγγελία αυτή, δηλώνεται στο επιμελητήριο μεταξύ των άλλων και η εμπορική επωνυμία της επιχείρησης, η οποία καταχωρείται στο πρωτόκολλο επωνυμιών. Δημιουργείται έτσι ένα τεκμήριο προτεραιότητας όσον αφορά την καταχωρηθείσα επωνυμία. Ανάλογα με την μορφή της επιχείρησης, η επωνυμία μπορεί να αποτελείται από το όνομα του επιχειρηματία (ονοματική επωνυμία), από το είδος της ασκούμενης επιχείρησης (πραγματική επωνυμία) ή από έναν συνδυασμό των δύο (μικτή επωνυμία). Η επωνυμία κάθε επιχείρησης πρέπει να διαφέρει με ευδιάκριτο τρόπο από τις ήδη καταχωρημένες στο πρωτόκολλο, επωνυμίες των άλλων επιχειρήσεων. Το επιμελητήριο ελέγχει εάν η επωνυμία που πρόκειται να δηλωθεί ταυτίζεται με άλλη προγενέστερα δηλωθείσα επωνυμία. Σε περίπτωση ομοιότητας ονοματεπώνυμου εμπόρου, με επωνυμία που έχει καταχωρηθεί νωρίτερα, προστίθεται στο ονοματεπώνυμο ένα επιπλέον διακριτικό, ώστε να μην υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης των συναλλασσόμενων. (Ν.1089/1980, " Περὶ Εμπορικών και Βιομηχανικών Επαγγελματιών και Βιοτεχνικών Επιμελητηρίων " , άρθρο 4 παρ.1 , άρθρο 8, ΦΕΚ Α ' 261/12.11.1980). Ακολουθεί υπόδειγμα της αίτησης προέγκρισης στο επιμελητήριο.

**ΑΙΤΗΣΗ ΠΡΟΕΓΚΡΙΣΗΣ**  
**ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ & ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΥ**  
**ΤΙΤΛΟΥ**  
**(Α.Ε., Ε.Π.Ε., Ο.Ε., Ε.Ε., ΣΥΝ.Π.Ε.)**

ΕΠΩΝΥΜΟ : \_\_\_\_\_  
ΟΝΟΜΑ : \_\_\_\_\_  
ΟΝ. ΠΑΤΡΟΣ : \_\_\_\_\_  
ΟΝ. ΜΗΤΡΟΣ : \_\_\_\_\_  
ΟΝΟΜ/ΜΟ ΣΥΖ. : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

ΑΡΙΘ. ΔΕΛΤ. ΤΑΥΤ. : \_\_\_\_\_

Δ/ΝΣΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ :

ΟΔΟΣ : \_\_\_\_\_ ΑΡΙΘ. : \_\_\_\_\_

Τ.Κ. : \_\_\_\_\_ ΠΕΡΙΟΧΗ : \_\_\_\_\_

ΤΗΛ. : \_\_\_\_\_

FAX : \_\_\_\_\_

Κιν.Τηλ. : \_\_\_\_\_

e-mail : \_\_\_\_\_

Αθήνα, ..... / ..... / .....

**ΣΗΜΕΙΩΣΗ 1:** Με την υποβολή της αίτησης, πρέπει να καταβληθεί και παράβολο 50,00 €.

**ΣΗΜΕΙΩΣΗ 2 :** “*Η Προέγκριση ισχύει για δύο (2) μήνες από την ημερομηνία χορήγησής της, χρόνο μέσα στον οποίο η δικαιούχος εταιρεία οφείλει να ολοκληρώσει τις διαδικασίες σύστασης και να καταστήσει οριστικό το δικαίωμα χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου, με την εγγραφή της στο Μητρώο του ΕΒΕΑ*”

**Συνημμένα :** Δύο αντίγραφα :

- ΔΗΛΩΣΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ή  
 ΣΧΕΔΙΟΥ ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟΥ ή  
 ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ

(Σημείωση : Τσεκάρετε  ότι συνυποβάλλετε)

Προς το  
**ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ**  
**ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**  
**Τμήμα Μητρώου**

Παρακαλούμε όπως (σύμφωνα με το άρθρ. 5α του ν. 1089/1980, όπως τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε με τις παρ. 6, 7 & 8 άρθρ.1 Ν.2941/2001), μας χορηγήσετε “**Προέγκριση του δικαιώματος Χρήσης της Επωνυμίας και του Διακριτικού Τίτλου**”, της υπό σύσταση / τροποποίηση εταιρίας μας, τα στοιχεία της οποίας δηλώνονται στο συνοποβαλλόμενο :

ΔΗΛΩΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ή

ΣΧΕΔΙΟ ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟΥ ή

ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ

(Σημείωση : Τσεκάρετε  ότι συνυποβάλλετε)

Προκειμένου η “Προέγκριση” αυτή, να συνοδεύει το συμφωνητικό (καταστατικό) σύστασης ή τροποποίησης ή λύσης της εταιρείας μας, κατά τη κατάθεσή του στο Πρωτοδικείο [σε περιπτώσεις προσωπικών εταιρειών (ΟΕ & ΕΕ) και εταιρειών περιορισμένης ευθύνης (ΕΠΕ)] ή στη Νομαρχία [σε περιπτώσεις Ανωνύμων εταιρειών (ΑΕ)].

Επίσης δηλώνουμε ότι σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις (άρθρα 4 - 8 του Ν. 1089/80, όπως ισχύουν) θα προσκομίσουμε, εντός δύο μηνών, από τη σύσταση της εταιρείας, τα απαραίτητα δικαιολογητικά, προκειμένου να καταστήσουμε οριστικό το δικαίωμα χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου, με την εγγραφή της εταιρείας στο Μητρώο του Επιμελητηρίου σας.

Τα ανωτέρω δηλώνω ως εκπρόσωπος της (υπό σύσταση ή τροποποίηση ή λύση) εταιρείας, τα στοιχεία της οποίας εμφανίζονται στο συνοποβαλλόμενο.

\_\_\_ Αιτών/ούσα

### **3.7 Σχηματισμός Επωνυμίας<sup>13</sup>**

Η επωνυμία του φυσικού προσώπου σχηματίζεται υποχρεωτικά από το αστικό του όνομα και μάλιστα πλήρες. Οι επωνυμίες των νομικών προσώπων διακρίνονται σε υποκειμενικές ή προσωπικές, αντικειμενικές και μικτές. Εκτός από τα υποχρεωτικά στοιχεία η επωνυμία μπορεί να φέρει και άλλα προαιρετικά, αρκεί αυτά να μην καθιστούν την επωνυμία παραπλανητική.

Οι προσωπικές εταιρίες (ομόρρυθμη και ετερόρρυθμη) φέρουν υποχρεωτικά υποκειμενική επωνυμία(άρθρα 21, 23 ΕΝ). Η επωνυμία τους σχηματίζεται από τα ονόματα όλων των ομόρρυθμων των εταίρων ή από το όνομα μόνο ενός και την προσθήκη ένδειξης από την οποία προκύπτει ότι πρόκειται για εταιρία. Προσθήκη των λέξεων ομόρρυθμη ή ετερόρρυθμη εταιρία δεν απαιτείται παρόλο που στην πράξη όλες οι επωνυμίες φέρουν τις λέξεις αυτές. Το σχέδιο του εμπορικού κώδικα προβλέπει την υποχρεωτική αναγραφή των λέξεων ομόρρυθμη ή ετερόρρυθμη εταιρία.

Οι αντικειμενικές εταιρίες φέρουν υποχρεωτικά την αντικειμενική επωνυμία της εταιρικής επιχείρησης και τις λέξεις <<άνωνυμη εταιρία>> (άρθρο 5 ν. 2190/1920).

Η επωνυμία της εταιρείας περιορισμένης ευθύνης και της ναυτικής εταιρίας μπορεί να είναι υποκειμενική, δηλαδή να αποτελείται από το όνομα ενός ή περισσότερων μελών της, αντικειμενική, δηλαδή να αποτελείται από το αντικείμενο της εταιρικής επιχείρησης, ή μικτή ( άρθρο 2 § 1 ν. 3190/1955 και άρθρο 4 § 1 ν. 959/1979). Για τον αστικό συνεταιρισμό προβλέπεται ότι η επωνυμία περιέχει υποχρεωτικά στοιχεία που δηλώνουν το σκοπό και το είδος του καθώς και την έκταση της ευθύνης των μελών του (άρθρο 1 § 5 ν. 1667/1986). Η επωνυμία του αγροτικού συνεταιρισμού εκφράζει το σκοπό ή τα αντικείμενα δραστηριότητάς του και περιλαμβάνει υποχρεωτικά την ιδιότητα αυτού ως αγροτικού και την έδρα του (άρθρο 2 § 3 ω. 2810/2000).

Η γενική γραμματεία εμπορίου και προστασίας του καταναλωτή (Γ.Γ.Ε), αναλύει το πως πρέπει να επιλέξει κανείς την επωνυμία της εταιρίας του ανάλογα με το αν είναι ομόρρυθμη, ετερόρρυθμη, ανώνυμη ή περιορισμένης ευθύνης.

### **3.8 Η απόκτηση και η απώλεια του δικαιώματος στην επωνυμία**

Η έναρξη και η λήξη του δικαιώματος στην επωνυμία συμπίπτουν με την χρησιμότητα και την παύση της χρησιμοποίησης της, ανεξάρτητα από την τήρηση οποιοδήποτε διατυπώσεων. Εν τούτοις, ο νόμος προβλέπει ορισμένες υποχρεώσεις για τον έμπορο, κυρίως όσο αφορά την απόκτηση του δικαιώματος.

---

<sup>13</sup> <http://kapelislaw.gr/index.php/emporiko-dikaio/katoxyrosi-eponymias>

### *3.8.1 Απόκτηση δικαιώματος στην επωνυμία*

Ο έμπορος ή ο βιομήχανος έχει την υποχρέωση μέσα σε δύο μήνες από την έναρξη των εργασιών του να την αναγγείλει στα Εμπορικά και Βιομηχανικά Επιμελητήρια του τόπου, όπου έχει το κύριο γραφείο και τα υποκαταστήματά του. Η επωνυμία γράφεται στο ειδικό πρωτόκολλο των εμπορικών και βιομηχανικών επωνυμιών. Αν περάσει άπρακτη η δίμηνη προθεσμία, η επωνυμία μπορεί να εγγραφεί αυτεπάγγελτα από τον πρόεδρο του επιμελητηρίου. Εντός της ίδιας προθεσμίας, ο έμπορος ή ο βιομήχανος υποχρεούται να αναγγείλει και κάθε μεταβολή σχετικά με το περιεχόμενο και την αλλαγή του φορέα της επωνυμίας.

Η αναγγελία της επωνυμίας περιέχει:

- i. Όνομα, επώνυμο, όνομα πατρός και επί εγγάμου γυναίκας όνομα συζύγου και ονοματεπώνυμο πατρός, έτος και τόπος γεννήσεως, διεύθυνση καταστήματος, διεύθυνση κατοικίας εμπόρου ή βιομηχάνου, των μελών της ομορρύθμου και ετερορρύθμου εταιρείας, των μελών και διαχειριστών της εταιρείας περιορισμένης ευθύνης, των μελών του διοικητικού συμβουλίου της ανώνυμης εταιρείας και των μελών του διοικητικού συμβουλίου του συνεταιρισμού.
- ii. Την εμπορική επωνυμία ή την εταιρική επωνυμία σύμφωνα με την οποία διεξάγονται οι εργασίες, καθώς και το διακριτικό τίτλο της επιχείρησης.
- iii. Την έδρα και τη διεύθυνση της επιχείρησης, τη χρονολογία ενάρξεως και λειτουργία της, το είδος, τους κλάδους, τους αντιπροσώπους, μέχρι και τα κεφάλαιά της.

Η αναγγελία της επωνυμίας και η εγγραφή της στο πρωτόκολλο επωνυμιών δεν έχουν δημιουργικό ή συστατικό χαρακτήρα αλλά αποτελεί τη δήλωση του δικαιώματος. Γιατί το δικαίωμα στην επωνυμία αποκτάται με την χρησιμοποίησή της. Η εγγραφή της επωνυμίας απλώς δημιουργεί τεκμήριο υπέρ του εμπόρου ότι είναι νόμιμος κάτοχός της.

Η επωνυμία αποτελεί τόσο στοιχείο της προσωπικότητας του επιχειρηματία όσο και διακριτικό γνώρισμα της επιχείρησης. Προστατεύεται από το δίκαιο τόσο ως όνομα όσο και ως διακριτικό γνώρισμα με περιεχόμενο οικονομικό. Η επωνυμία εξυπηρετεί τα συμφέροντα της επιχείρησης και αποτελεί συστατικό της στοιχείο. Έχει περιουσιακή αξία γι' αυτό μεταβιβάζεται σύμφωνα με τις διατάξεις των περισσότερων νομοθεσιών. Θα πρέπει να σημειωθεί πως η επωνυμία δεν μεταβιβάζεται χωρίς την επιχείρηση. Επομένως, ο διάδοχος της επωνυμίας είναι και ο συνεχιστής στην οποία η επωνυμία αναφέρεται.

### *3.8.2 Απώλεια δικαιώματος στην επωνυμία*

Σε περίπτωση αλλαγής της επωνυμίας, ατομικής ή εταιρικής, είναι προφανές ότι αποκτάται δικαίωμα επί της Νέας επωνυμίας, ενώ το δικαίωμα επί της Παλιάς επωνυμίας, μη χρησιμοποιούμενη από το φορέα, παραγράφεται. Διάφορα περιστατικά μπορούν να οδηγήσουν στην αλλαγή της ατομικής ή εταιρικής επωνυμίας.

Νόμιμοι λόγοι, που μπορούν να οδηγήσουν στην αλλαγή της ατομικής επωνυμίας, είναι η υιοθεσία, η αναγνώριση, η έγκριση της Νομαρχίας για αλλαγή του επωνύμου, ο γάμος, το διαζύγιο. Όπως για παράδειγμα, όταν μία γυναίκα μετά το γάμο διατηρεί

το πατρώνυμο παράλληλα με το επώνυμο του αντρός της αν διαπιστώσει πως είναι προς όφελός της. Υπάρχει ο προβληματισμός αν μπορεί η γυναίκα να διατηρήσει το όνομα του συζύγου της και μετά από το διαζύγιό τους. Σύμφωνα με το νόμο 1329/1983 υποστηρίχθηκε η άποψη ότι μπορεί η διαζευγμένη σύζυγος να διατηρήσει το όνομα του συζύγου της, αν τη βοηθήσει στο να συγκρατήσει την πελατεία της, στη διατήρηση της οικονομικής αξίας της επιχείρησης.

Η αλλαγή της εταιρικής επωνυμίας γίνεται με βάση το καταστατικό όπου το δικαίωμα επί της παλιάς επωνυμίας διαγράφεται. Αλλαγή στην εταιρική επωνυμία έχουμε σε περίπτωση θανάτου ή αποχώρησης του ενός εταίρου.

Το δικαίωμα επί της επωνυμίας χάνεται όταν παύσει να την χρησιμοποιεί ο φορέας της ή όταν παύει να λειτουργεί η επιχείρηση. Συγκεκριμένα σε περίπτωση θανάτου του εμπόρου η επωνυμία μεταβιβάζεται στον κληρονόμο της επιχείρησης, εκτός εάν μετά από επιθυμία του εμπόρου έχει απαγορευτεί η μεταβίβαση της επωνυμίας του. Στην εμπορική εταιρεία, η εταιρική επωνυμία δεν χάνεται με το θάνατο του εμπόρου αλλά συνεχίζει να υπάρχει και στο στάδιο της εκκαθάρισεως της εταιρείας, το δικαίωμα επί της επωνυμίας χάνεται.

Το δικαίωμα επί της επωνυμίας χάνεται και στην περίπτωση πτωχεύσεως του εμπόρου, φυσικού ή νομικού προσώπου. Γενικά η επωνυμία ακολουθεί τη τύχη της επιχειρήσεως. Αν μεταβιβαστεί η επιχείρηση τότε μεταβιβάζεται και το δικαίωμα επί της επωνυμίας. Αν διακοπεί η λειτουργία της επιχείρησης τότε το δικαίωμα επί της επωνυμίας χάνεται.

Δεδομένου ότι η εγγραφή της επωνυμίας στο πρωτόκολλο επωνύμων στο επιμελητήριο δεν έχει συστατική σημασία αλλά μόνο δηλωτική, συνάγεται ότι η διαγραφή από το πρωτόκολλο αυτό δεν σημαίνει και απώλεια του δικαιώματος επί της επωνυμίας. Η διαγραφή μπορεί να έγινε εσφαλμένα γι' αυτό θα πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ απώλειας του δικαιώματος επί της επωνυμίας και διαγραφής αυτής.

### **3.9 Η Προστασία της Επωνυμίας - Παραγραφή αξιώσεων δικαιούχου**

#### *3.9.1 Η προστασία της επωνυμίας*

Ο φορέας που καταθέτει πρώτος μία επωνυμία, έχει τεκμήριο προτεραιότητας και δικαίωμα αποκλειστικής χρήσης της επωνυμίας αυτής. Η επωνυμία προστατεύεται δικαστικά και ο κατά προτεραιότητα καταθέτης της(φορέας της επωνυμίας), δικαιούται να αξιώσει με ασφαλιστικά μέτρα ή με αγωγή, την απαγόρευση χρήσης της από οποιοδήποτε τρίτο, αποδεικνύοντας κίνδυνο σύγχυσης στις συναλλαγές και παραπλάνησης των καταναλωτών, ως προς την επιχείρηση που εξατομικεύει η επωνυμία.

Εάν ο επιχειρηματίας δεν καταχώρησε την εμπορική επωνυμία του στο πρωτόκολλο του αρμόδιου επιμελητηρίου, αλλά απλώς έχει την προτεραιότητα της χρήσης στις συναλλαγές, πρόκειται για καθιέρωση εμπορικής επωνυμίας δια της χρήσεως στις συναλλαγές και προστατεύεται με τις διατάξεις περί αθέμιτου ανταγωνισμού.

Ο δικαιούχος μπορεί να αξιώσει δικαστικά την παράλειψη της χρήσης και την ανόρθωση της προσκληθείσας ζημιάς. Σε περίπτωση που η χρήση εκ μέρους του τρίτου έγινε με πρόθεση να προκαλέσει σύγχυση στις συναλλαγές, τιμωρείται με φυλάκιση έως 6 μήνες και χρηματική ποινή.

Η προστασία της αρχίζει με την χρησιμοποίησή της και λήγει με την οριστική παύση της χρησιμοποίησή της ή την παύση της οικονομικής δραστηριότητας του φορέα της



ή την παύση της λειτουργίας της επιχείρησης. Η προστασία της επωνυμίας παρέχεται αφενός από τον Αστικό Κώδικα με τις διατάξεις για την προστασία της προσωπικότητας και αφετέρου από την εμπορική νομοθεσία. Η παρεχόμενη προστασία της επωνυμίας διακρίνεται σε διοικητική, ποινική και αστική προστασία.

Η διοικητική προστασία της επωνυμίας συνίσταται στο ότι ο Πρόεδρος του οικείου Επιμελητηρίου οφείλει να αρνηθεί την εγγραφή στο πρωτόκολλο επωνυμιών μιας νέας επωνυμίας αν και αυτή δεν διαφέρει κατά τρόπο ευδιάκριτο από τις προεγγεγραμμένες επωνυμίες.

Η ποινική προστασία της επωνυμίας παρέχεται στο φορέα της επωνυμίας που χρησιμοποιείται και από άλλον με σκοπό να προκληθεί σύγχυση στις συναλλαγές. Για την προστασία της επωνυμίας μπορεί να χρησιμοποιηθούν οι διατάξεις του Ποινικού Κώδικα για την πλαστογραφία και την απάτη.

Η αστική προστασία συνίσταται σε αγωγή «επί παραλείψει» ενώπιον του Πολυμελούς Πρωτοδικείου της κατοικίας του εναγόμενου, σε αγωγή αποζημιώσεως, στη λήψη ασφαλιστικών και σε ικανοποίηση ηθικής βλάβης.

Η αγωγή «επί παραλείψει» συνίσταται στη χρησιμοποίηση επωνυμίας από άλλον, η οποία προσβάλλει το δικαίωμα του δικαιούχου της. Οι προϋποθέσεις οι οποίες πρέπει να συντρέχουν για την έγερση της αγωγής αυτής είναι:

- i. Όταν χρησιμοποιείται επωνυμία στις εμπορικές και βιομηχανικές συναλλαγές κατά τρόπο μπορεί να προκαλέσει σύγχυση προς την επωνυμία του δικαιούχου.
- ii. Όταν τελείται πράξη η οποία αντιτίθεται στα χρηστά ήθη και γίνεται με σκοπό ανταγωνισμού στις εμπορικές, βιομηχανικές ή γεωργικές συναλλαγές.
- iii. Όταν προσβάλλεται γενικά η επωνυμία με την παράνομη χρησιμοποίησή της γιατί η επωνυμία προσδιορίζει και εξατομικεύει το φορέα της επιχείρησης.
- iv. Όταν προσβάλλεται το δικαίωμα επί της επωνυμίας με την αναγγελία και εγγραφή στο πρωτόκολλο επωνυμιών, επωνυμίας η οποία μοιάζει με εκείνη του δικαιούχου και
- v. Όταν χρησιμοποιείται μεταγενέστερα επωνυμία από άλλον ως σήμα όμοιο με την προχρησιμοποιούμενη επωνυμία.

Η αγωγή αποζημιώσεως του δικαιούχου για ζημιά την οποία υπέστη λόγω προσβολής του δικαιώματος επί της επωνυμίας του. Για την έγερση της αγωγής απαιτούνται οι εξής προϋποθέσεις:

- i. Παράνομη προσβολή του δικαιώματος επί της επωνυμίας του δικαιούχου
- ii. Δόλος ή αμέλεια του εναγόμενου
- iii. Ζημιά του δικαιούχου.

Η σχετική αξίωση συνίσταται στην αποκατάσταση της περιουσιακής καταστάσεως στην οποία θα βρισκόταν ο δικαιούχος αν δεν είχε πραγματοποιηθεί η προσβολή της επωνυμίας.

Τα ασφαλιστικά μέτρα τα οποία μπορεί να ζητήσει ο δικαιούχος της επωνυμίας από το Μονομελές Πρωτοδικείο του τόπου κατοικίας του εναγόμενου ή του τόπου όπου πραγματοποιήθηκε η προσβολή της επωνυμίας.

Η αγωγή προς ικανοποίηση της ηθικής βλάβης του δικαιούχου λόγω προσβολής της επωνυμίας. Τα στοιχεία της είναι:

- i. Παράνομη προσβολή του δικαιώματος επί της επωνυμίας
- ii. Υπαιτιότητα
- iii. Ηθική βλάβη.

Η ποινική και αστική προστασία χαρακτηρίζεται ως κύρια προστασία. Η παραπάνω προστασία ισχύει και για τις επώνυμες αλλοδαπών, φυσικών ή νομικών προσώπων.

### *3.9.2 Παραγραφή αξιώσεων δικαιούχου*

Όταν η αίτηση παροχής δικαστικής προστασίας στηρίζεται στις διατάξεις περί αθέμιτου ανταγωνισμού, πρέπει να ασκηθεί εντός έξι μηνών από το χρονικό σημείο κατά το οποίο ο δικαιούχος έλαβε γνώση πράξης καθώς και του υπεύθυνου προσώπου. Σε κάθε περίπτωση, μετά την πρόοδο της τριετίας από την τέλεση της πράξης.(άρθρο 19 ν.146/1914 περί αθέμιτου ανταγωνισμού).

### *3.9.3 Η σημασία της επωνυμίας*

Η επωνυμία έχει οικονομική και κοινωνική σημασία για τον έμπορο και για το κοινό των συναλλασσομένων. Ο έμπορος, φυσικό ή νομικό πρόσωπο, έγινε γνωστός και απέκτησε καλή φήμη στις συναλλαγές με μια συγκεκριμένη επωνυμία. Γι' αυτό έχει κάθε συμφέρον να μην εμφανιστεί άλλος στις συναλλαγές με την ίδια με αποτέλεσμα να προκαλέσει σύγχυση. Ακόμη για τον έμπορο η επωνυμία αποτελεί περιουσιακή αξία, έχει οικονομικό περιεχόμενο γι' αυτό και θα πρέπει να προστατευτεί.

Αλλά και για το κοινό των συναλλασσόμενων υπάρχει το ίδιο συμφέρον και η ίδια ανάγκη προστασίας των επωνυμιών. Και για το κοινό η επωνυμία έχει οικονομικό περιεχόμενο. Το κοινό βλέπει τις εγγυήσεις τις οποίες παρέχει η επωνυμία ως προς τη φερεγγυότητα του φορέα της και την δυναμικότητα της επιχείρησης στην οποία αναφέρεται. Επομένως έχει συμφέρον να μην εξαπατάται από την χρήση παραπλανητικών επωνυμιών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

### ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

#### 4.1 Έννοια διακριτικού τίτλου (trade name)

Στα διακριτικά γνωρίσματα της επιχείρησης ανήκουν εκείνα που διακρίνουν την επιχείρηση αυτή καθαυτή ή το κατάστημά της. Όπως είναι ο διακριτικός τίτλος, τα διάφορα εμβλήματα και τα διακριτικά σημεία. Στα διακριτικά γνωρίσματα βρίσκεται και ο διακριτικός τίτλος ή σύμφωνα με την ορολογία που προκρίνει το άρθρο 13 § 1 ν. 146/1914, το ιδιαίτερο διακριτικό γνώρισμα της επιχείρησης. Ο διακριτικός τίτλος αποτελεί διακριτικό γνώρισμα του καταστήματος ή της επιχείρησης του εμπόρου. Πρόκειται για το λεκτικό διακριτικό γνώρισμα που επιτελεί λειτουργία ονόματος της επιχείρησης, που έχοντας διακριτική δύναμη εξατομικεύει και διακρίνει ονοματικά όλη την επιχείρηση ή τμήμα της μόνο ή μόνο το κατάστημά της. Ο διακριτικός τίτλος είναι ο εμπορικός -αν μπορούμε να το ονομάσουμε έτσι- τίτλος της επιχείρησης. Δε χρειάζεται να αναφέρει τη νομική της μορφή αλλά θα πρέπει να βοηθάει το ευρύ κοινό να ξεχωρίζει τις επιχειρήσεις και να αποτελεί το σημείο αναφοράς τους. Η χρήση διακριτικού τίτλου είναι προαιρετική για τον έμπορο, ο οποίος μπορεί να λειτουργεί την επιχείρησή του χωρίς να έχει διακριτικό τίτλο. Σχηματίζεται ελεύθερα από πραγματικές ή φανταστικές λέξεις ή παραστάσεις και μπορεί να ταυτίζεται με την εμπορική επωνυμία του φορέα της επιχείρησης ή του προσώπου που εκμεταλλεύεται το κατάστημα. Το δικαίωμα στο διακριτικό τίτλο αποκτάται και προστατεύεται όπως ακριβώς και το δικαίωμα στην εμπορική επωνυμία. Επιτρέπεται η ελεύθερη μεταβίβαση του διακριτικού τίτλου και χωρίς την επιχείρηση, καθώς και η παραχώρηση άδειας χρήσης. Το λεκτικό διακριτικό γνώρισμα στο μέτρο που είναι μοιάζει με την επωνυμία. Γι' αυτό ρυθμίζεται παράλληλα με αυτή στις διατάξεις των άρθρων 4-8 ν. 1089/1980 και του άρθρου 13 § 1 εδ. 1 ν. 146/1914. Το δικαίωμα αυτό είναι όμοιο με αυτό της επωνυμίας. Κατά τ'άλλα, όπως και η επωνυμία προστατεύεται με τη χρησιμοποίησή του στις εμπορικές συναλλαγές, δηλαδή κατά το ουσιαστικό σύστημα με την προϋπόθεση ότι έχει διακριτική ικανότητα και επιτελεί ονοματική λειτουργία. Αν δεν διαθέτει διακριτική ικανότητα προστατεύεται από την καθιέρωσή του στις συναλλαγές, η οποία συνεπάγεται και απόκτηση διακριτικής δύναμης.

#### 4.2 Καταχώρηση διακριτικού τίτλου

Η καταχώρηση ενός διακριτικού τίτλου γίνεται αφού πραγματοποιηθούν οι παρακάτω ενέργειες:

- Γίνεται έλεγχος, από τον αρμόδιο υπάλληλο του Επιμελητηρίου, ότι ο διακριτικός τίτλος που έχει επιλεγεί από την ενδιαφερόμενη επιχείρηση, μπορεί να χρησιμοποιηθεί.
- Προσκομίζεται από τον ενδιαφερόμενο Υπεύθυνη δήλωση στην οποία θα δηλώνεται ότι θα χρησιμοποιεί στην επιχείρηση του τον διακριτικό τίτλο που δηλώνεται, υπογεγραμμένη ενώπιον υπαλλήλου του επιμελητηρίου ή θεωρημένο το γνήσιο της υπογραφής.

- Χορήγηση βεβαίωσης χρήσης του διακριτικού τίτλου από το Τμήμα Μητρώου Επιχειρήσεων του Επιμελητηρίου, για καταχώρηση και στην αρμόδια Δ.Ο.Υ.

### **4.3 Εταιρική Ταυτότητα**

Η εταιρική ταυτότητα είναι η εικόνα της εταιρείας. Μέσα από τα σχήματα , τα χρώματα και την γραμματοσειρά της εταιρικής ταυτότητας φαίνεται το ύφος της εταιρείας, η δραστηριότητά της, οι στόχοι της, η φιλοσοφία της, η κουλτούρα της. Κάθε εταιρική ταυτότητα έχει ένα δυνατό σημείο ( είτε αυτό είναι κάποιο σχήμα, είτε κάποιο χρώμα ή συνδυασμός χρωμάτων ) το οποίο προσπαθεί να προωθήσει και να καθιερώσει προκειμένου να γίνει εύκολα αναγνωρίσιμο.

#### *4.3.1 Τα στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας*

Τα βασικά στοιχεία της εταιρικής ταυτότητας αποτελούν το λογότυπο, η επαγγελματική κάρτα, το επιστολόχαρτο και ο φάκελος. Συμπληρωματικά στοιχεία είναι όλα τα παραστατικά με τα οποία γίνονται οι συναλλαγές και επιπλέον έντυπα όπως μπλοκ σημειώσεων, ευχαριστήριες κάρτες, εξώφυλλα για θήκες cd κλπ.

Όλα αυτά τα στοιχεία θα πρέπει να έχουν μία ενιαία εικόνα, ένα κοινό στοιχείο. Είναι τα στοιχεία με τα οποία γίνεται η καθημερινή επικοινωνία είτε με συνεργάτες, είτε με πιθανούς πελάτες.

Το σημαντικό βέβαια απ' όλα είναι το λογότυπο. Η σχεδίαση της εταιρικής ταυτότητας ξεκινάει πάντα από τη σχεδίαση λογότυπου. Αυτό είναι που θα καθορίσει και την εικόνα των υπόλοιπων στοιχείων. Τα χρώματά του και τα σχήματά του θα επικρατήσουν και θα διαμορφώσουν ολόκληρο το ύφος της. Είναι το πιο σημαντικό στοιχείο και θα εμφανίζεται σε όλες τις προωθητικές κινήσεις της εταιρίας (διαφημιστικά έντυπα και καταχωρήσεις, ιστοσελίδας κλπ).

#### *4.3.2 Γενικά στοιχεία διαμόρφωσης λογότυπου*

Όταν μια επιχείρηση αποφασίζει να σχεδιάσει το λογότυπο που θα χρησιμοποιήσει θα πρέπει να έχει κατά νου τα εξής:

- Τι θέλει ο πελάτης να αισθανθεί και να σκεφτεί όταν δει το λογότυπο;
- Επιλογή λογότυπου που μπορεί εύκολα να γίνει ανάγλυφο
- Δημιουργία λογότυπου χωρίς πολλές μικρές λεπτομέρειες
- Επιλογή λογότυπου που εύκολα μπορεί να γίνει αντιληπτό ακόμα και με μία ματιά
- Αποφυγή λογότυπου με πολλές γραμμές και σχήματα

### **4.4 Λογότυπα (LOGOS)**

Μεγάλη σημασία αποδίδουν οι επιχειρήσεις για την δημιουργία ενός λογότυπου. Οι επιχειρήσεις επενδύουν χρήματα προκειμένου να δημιουργηθεί ένα λογότυπο τέτοιο ώστε:

- Να κάνει καλή πρώτη εντύπωση
- Να έχει η καλή εντύπωση διάρκεια, ώστε όταν ο πελάτης το δει την δεύτερη φορά να το αναγνωρίσει.
- Να διαφοροποιείται από τους ανταγωνιστές

Το λογότυπο θα πρέπει να κάνει καλή πρώτη και με διάρκεια εντύπωση. Ο σκοπός του είναι να δημιουργήσει μια αξιοσημείωτη, αναγνωρίσιμη εικόνα στο μυαλό του πιθανού πελάτη και ταυτόχρονα να μεταδώσει, στο βαθμό που είναι δυνατό, στοιχεία για την ταυτότητα της εταιρείας ή του προϊόντος. Το λογότυπο αποτελεί την καρδιά της εταιρικής ταυτότητας και πολύ συχνά είναι ένα από τα καθοριστικά στοιχεία για την εικόνα που θα αποκομίσει κάποιος για την εταιρεία του λογότυπου που έχει δημιουργηθεί.

Στην συνέχεια αναφέρεται μία σειρά από ορισμένα σημαντικά στοιχεία που απαιτείται περισσότερο προσοχή κατά το σχεδιασμό ή την επιλογή του λογότυπου από την εκάστοτε εταιρεία.

#### *4.4.1 Τι θα πρέπει να πραγματοποιηθεί κατά την διάρκεια του σχεδιασμού*

Ο καλύτερος τρόπος για να ξεκινήσει κάποιος τη σχεδίαση ενός λογότυπου ή να αξιολογήσει μία πρόταση για το μελλοντικό λογότυπο, είναι να απαντήσει την εξής ερώτηση: *Τι εντύπωση θέλετε να σχηματίσει ο πελάτης για την εταιρεία σας βλέποντας το λογότυπό σας;* Δευτερευόντως είναι σημαντικό να δοθεί προσοχή και σε μία σειρά από πιο πρακτικά ζητήματα.

- Επιλογή ενός λογότυπου το οποίο μπορεί να σταθεί ανεξάρτητα σε ποιο πλαίσιο θα χρησιμοποιηθεί (π.χ. έντυπο, ιστοσελίδα, προϊόν )
- Δεν θα πρέπει να φορτώνονται στο λογότυπο πολλές μικρές λεπτομέρειες
- Θα πρέπει να γίνει η επιλογή ενός λογότυπου που τυπώνεται σωστά τόσο έγχρωμο όσο και ασπρόμαυρο
- Επιλογή ενός λογότυπου που μπορεί εύκολα να γίνει ανάγλυφο
- Επιλογή ενός λογότυπου που είναι απλό και χαρακτηριστικό ακόμα και με μία ματιά
- Αποφυγή λογότυπου με περίτεχνα γράμματα που ανταγωνίζεται άλλα γραφικά στοιχεία και τέλος
- Αποφυγή γραμμών και σχημάτων χωρίς νόημα

#### *4.4.2 Είδη λογότυπων*

Υπάρχουν τρία βασικά είδη λογοτύπων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν μόνα τους ή σε συνδυασμό με ένα σχέδιο:

- **Επεξηγηματικά λογότυπα**

Ένα λογότυπο που επεξηγεί σαφώς τη δραστηριότητα της εκάστοτε επιχείρησης.

- **Γραφικά λογότυπα**

Ένα λογότυπο που περιλαμβάνει έναν αφαιρετικό γραφικό σχετικό με τη δραστηριότητά της επιχείρησής σας. Σε πολλές περιπτώσεις ακόμη και ένα σχέδιο χωρίς άμεση σύνδεση με τη δραστηριότητα της εκάστοτε εταιρείας μπορεί να προσδίδει ένα συγκεκριμένο επιδιωκόμενο ύφος.

- **Λογότυπα βασισμένα στο γράμμα**

Μια μικρή επέμβαση στη γραμματοσειρά έτσι ώστε να αποδοθεί ένα χαρακτηριστικό στοιχείο της εταιρείας.

Συνήθως, μία πρόταση από ένα δημιουργικό γραφείο θα πρέπει να περιλαμβάνει κάποια ενδεικτικά σχέδια και από τις τρεις κατηγορίες.

Δεν θα πρέπει να ξεχνάμε ότι το λογότυπο δεν είναι βιομηχανικό προϊόν, οπότε η προσπάθεια να ενταχθεί πλήρως σε μία διαδικασία με συγκεκριμένα βήματα δεν είναι απαραίτητο ότι θα οδηγήσει πάντα στο επιθυμητό αποτέλεσμα.

Κάθε επαγγελματίας σχεδιαστής έχει τον δικό του τρόπο με τον οποίο δημιουργεί ένα λογότυπο. Πολλοί σχεδιαστές θα ξεκινήσουν κάνοντας διάφορα σκίτσα ή συνδυάζοντας διάφορα σκίτσα στην οθόνη του υπολογιστή μέχρι να βρουν κάτι που θα τους τραβήξει το ενδιαφέρον για να αποκτήσουν μία βάση. Ένας άλλος τρόπος είναι να επιλέξουν ένα σχήμα που αντιπροσωπεύει το ύφος της εταιρείας και να εργαστούν πάνω σ' αυτό προσθέτοντας στοιχεία. Άλλοι μπορεί να αφιερώσουν αρκετές ώρες χρησιμοποιώντας το προϊόν για το οποίο πρέπει να δημιουργήσουν ή να ξεφυλλίσουν σχετικά περιοδικά κλπ. Ο στόχος είναι να βγει κάτι ενδιαφέρον, μια έξυπνη ιδέα, μία άποψη διαφορετική ή ένας ασυνήθιστος συνδυασμός μορφών που θα αποδίδουν το ύφος και την εικόνα της εταιρείας. Κάποιες φορές είναι κάτι που θα απαιτήσει εικασία από τον θεατή, άλλες φορές είναι ξεκάθαρο, κάποιες άλλες διαφέρει ανάλογα από την οπτική γωνία.

Αρκετοί σχεδιαστές προτιμούν να δημιουργούν λογότυπα εξ' ολοκλήρου από το κείμενο. Πειραματίζονται με γράμματα, μεγέθη και σχήματα και βρίσκουν πολύ ενδιαφέρον τρόπους να αντιπροσωπεύσουν την εταιρεία χρησιμοποιώντας τις φόρμες των γραμμάτων.

#### 4.4.3 Λόγοι που πρέπει να διατηρηθεί η απλότητα στα λογότυπα

Ένα λογότυπο θα πρέπει να είναι απλό και χωρίς στοιχεία εντυπωσιασμού. Έτσι θα πρέπει να παρατηρηθεί πιο προσεκτικά τα λογότυπα μεγάλων και επιτυχημένων εταιρειών προκειμένου να επαληθευθεί η προηγούμενη πρόταση.

Απαιτείτε να είναι ευανάγνωστο και το ίδιο όμορφο σε όλες τις διαστάσεις και να μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε μεγάλη γκάμα υλικών και μεγεθών. Σίγουρα θα υπάρχουν πολλά λογότυπα τα οποία περιέχουν τρισδιάστατα στοιχεία, animation, ντεγκραντέ και πολλά άλλα οπτικά εφέ τα οποία με μια ματιά μπορεί να φαίνονται εντυπωσιακά. Παρόλα αυτά, εάν το λογότυπο δεν μπορεί να αποδοθεί το ίδιο καλά σε μία ασπρόμαυρη εκτύπωση ώστε να χρησιμοποιηθεί σε fax, φωτοτυπίες και άλλα έντυπα, τότε έχει ήδη αποτύχει σε μεγάλο μέρος της αποστολή τους. Όσο εντυπωσιακά και αν είναι όλα αυτά τα οπτικά εφέ, είναι απαραίτητο πριν την τελική επιλογή να ληφθεί σοβαρά υπόψη η δυνατότητα του λογοτύπου να δημιουργήσει μία δυνατή εικόνα της εταιρείας σε μία απλή εταιρική κάρτα ή τη συσκευασία ενός προϊόντος. Εάν το πετύχει αυτό, τότε είναι πολύ εύκολο να εξελιχθεί με την προσθήκη οπτικών εφέ ανάλογα την εφαρμογή.

#### 4.4.4 Λόγοι που πρέπει να επενδυθούν χρήματα για την σχεδίαση του λογότυπου

Εάν υπάρχει ο απαραίτητος χρόνος, γνώσεις σχεδίασης ή ζωγραφικής και χρήσης σχεδιαστικών προγραμμάτων σε υπολογιστή μπορεί ο οποιοσδήποτε να δοκιμάσει να σχεδιάσει το λογότυπο για μια επιχείρηση ή ένα προϊόν μόνος του.

Αν βέβαια δεν διαθέτει κάτι από τα παραπάνω είναι μάλλον καλύτερα να εμπιστευτεί κάποιον επαγγελματία. Πρώτα όμως θα πρέπει να υπάρχει στο μυαλό του καθενός το πόσες φορές του έχει δημιουργήσει άσχημη εντύπωση ένα κακοσχεδιασμένο λογότυπο. Ένα καλό λογότυπο δημιουργεί μία θετική προδιάθεση ενώ ένα πρόχειρο και κακοσχεδιασμένο λογότυπο προξενεί επιφυλακτικότητα ή και απόρριψη.

Η σχεδίαση του λογότυπου της εταιρείας ή του προϊόντος απαιτεί αρκετό χρόνο και ιδιαίτερη προσοχή.

- Για να γίνει καλή πρώτη εντύπωση και να δοθεί στους πελάτες η επαγγελματική εικόνα που αρμόζει στην εκάστοτε επιχείρηση
- Για να έχει η καλή εντύπωση ώστε ο κόσμος να αναγνωρίσει την εταιρεία του λογότυπου την επόμενη φορά που θα δει κάποιο στοιχείο της εταιρικής ταυτότητας
- Για να διαφοροποιηθεί η εκάστοτε εταιρεία η προϊόν από τον ανταγωνισμό. Πρέπει να γίνουν μελέτες για το πώς οι ανταγωνιστές προβάλλουν την εταιρεία τους και έτσι θα μπορεί να αποφασισθεί η πορεία που πρέπει να ακολουθηθεί.

Το σκισάρισμα του λογότυπου είναι μόνο ένα μικρό μέρος της δουλειάς. Το μεγαλύτερο μέρος είναι η έρευνα ( ποιοι είναι οι ανταγωνιστές, που θα παρουσιαστεί το λογότυπο, ποιος είναι ο στόχος του) , και η εφαρμογή του λογότυπου σε όλες τις πιθανές μορφές του (ασπρόμαυρο, έγχρωμο, στο διαδίκτυο, fax, επιστολόχαρτα, φακέλους, εταιρικές κάρτες, φόρμες κτλ.). Για τις μεγάλες εταιρείες το λογότυπο είναι μέρος ενός πολύ μεγαλύτερου συστήματος εταιρικής ταυτότητας, που περιλαμβάνει έναν οδηγό( brand book ) με όλες τις απαραίτητες οδηγίες σχετικά με

το πώς θα εφαρμόζεται το λογότυπο σε κάθε περίπτωση (καταχωρίσεις, διαφημιστικά έντυπα, websites κτλ.) και με όλους τους δυνατούς συνδυασμούς.

#### *ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΛΟΓΟΤΥΠΩΝ*



ΕΙΚΟΝΑ 1 : Λογότυπο γνωστών αθλητικών ειδών



ΕΙΚΟΝΑ 2: Λογότυπο γνωστής ελληνικής μπύρας



## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Με την παγκοσμιοποίηση της οικονομίας και της επικοινωνίας μαζί με την ελεύθερη κυκλοφορία των αγαθών ενισχύθηκε ο ρόλος του εμπορικού σήματος. Η πληθώρα των καταναλωτικών αγαθών που παράγουν οι βιομηχανίες και η πολυάριθμη προσφορά υπηρεσιών καθιστούν αναγκαία τη διάκριση μεταξύ των προϊόντων και των υπηρεσιών που προέρχονται από διάφορες επιχειρήσεις. Έτσι τα σήματα κατέχουν ρόλο βοηθού στην αναγνώριση και την διάκριση των αγαθών μιας επιχείρησης από εκείνα μιας άλλης. Το σήμα αποτελεί σημαντικό εργαλείο στα χέρια του επιχειρηματία. Εκτός το γεγονός ότι διακρίνει τα προϊόντα του από εκείνα μιας άλλης επιχείρησης, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως διαφημιστικό μέσο για να κεντρίσει το ενδιαφέρον του καταναλωτικού κοινού, να προσελκύσει νέους πελάτες, αλλά και να διατηρήσει τους παλιούς. Είναι όμως χρήσιμο και για τον καταναλωτή αφού του δίνει τη δυνατότητα να διακρίνει, χωρίς το κίνδυνο συγχύσεως, το προϊόν μιας συγκεκριμένης επιχείρησης, καθώς και να λαμβάνει σημαντικές πληροφορίες για το προϊόν όπως π.χ. την προέλευσή του, την ποιότητά του κ.τ.λ. Τα είδη των σημάτων είναι ποικίλα και ανάλογα με διάφορα κριτήρια χωρίζονται σε κατηγορίες. Για την απόκτηση ενός σήματος, ο αιτών θα πρέπει να λάβει υπόψη του το νόμους περί σημάτων, με τους οποίους θα μπορέσει να ενημερωθεί για τα δικαιώματά του αλλά και τις υποχρεώσεις του όσο αφορά την αίτηση, την κατάθεση και τελικά την απόκτηση του σήματος που επιθυμεί.

Η επωνυμία διακρίνει τον έμπορο, δηλαδή τον φορέα της εμπορικής δραστηριότητας. Σε κάθε έγγραφη συναλλαγή πρέπει να είναι ακριβής και πλήρης. Ο διακριτικός τίτλος διακρίνει το κατάστημα της επιχείρησης και περιλαμβάνεται συνήθως στις φωτεινές επιγραφές των καταστημάτων.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Σερελέα Γαρυφαλλιά ‘Στοιχεία Εμπορικού Δικαίου’, Αθήνα 2000
- Τομαράς Πέτρος : ‘Εισαγωγή στο Marketing και την έρευνα αγοράς’ 3<sup>η</sup> έκδοση Αθήνα 2006

## ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

- [www.gge.gr](http://www.gge.gr)
- ‘<http://sites.google.com/site/olgantova/empo>’
- [http://gge.gov.gr/wp-content/uploads/2012/10/simata\\_n4072\\_12.pdf](http://gge.gov.gr/wp-content/uploads/2012/10/simata_n4072_12.pdf)
- [http://gge.gov.gr/?page\\_id=6226](http://gge.gov.gr/?page_id=6226)
- <sup>1</sup> <http://kapelislaw.gr/index.php/emporiko-dikaio/katoxyrosi-eponymias>
- <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%80%CF%89%CE%BD%CF%85%CE%BC%CE%AF%CE%B1>

## ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο /  κάποιος υπογεγραμμένος / ... Παυλίνα Χρυσή Γραβιρία του Ευαγγέλου, του φοιτητής του Τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του Α.Ε.Ι. Πειραιά Τ.Τ., πριν αναλάβω την εκπόνηση της Πτυχιακής Εργασίας μου, δηλώνω ότι ενημερώθηκα για τα παρακάτω :

«Η Πτυχιακή Εργασία (Π.Ε.) αποτελεί προϊόν ανεμπλεκτικής ιδιοκτησίας τόσο του συγγραφέα, όσο και του Ιδρύματος και δε πρέπει να έχει μοναδικό χαρακτήρα και πρωτότυπο περιεχόμενο.

Αιτιολογείται αυστηρά αιτιολογησες κομμάτι κειμένου της να εμφανίζεται αντιστοίχιο ή μεταφρασμένο από κάποια άλλη δημοσίευση πηγή. Κάθε τέτοια πράξη αποτελεί προϊόν λοκλοπής και εγκρίει θέμα Ηθικής Τάξης για τα πνευματικά δικαιώματα του άλλου συγγραφέα. Αποκλειστικός υπεύθυνος είναι ο συγγραφέας της Π.Ε., ο οποίος φέρει και την ευθύνη των συνεπειών, κυρίως και άλλων, αυτής της πράξης.

Πέραν των όποιων ποινικών ευθυνών του συγγραφέα, σε περίπτωση που το ίδρυμα του έχει απονείμει Πτυχίο, αυτό αναστέλλεται με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος. Η Συνέλευση του Τμήματος με νέα απόφασή της, μετά από αίτηση του ενδιαφερομένου, του αναβάλλει εκ νέου την εκπόνηση Π.Ε με άλλο θέμα και θεωρητικό επιβλέποντα καθηγητή. Η εκπόνηση της εν λόγω Π.Ε κέρδι να ολοκληρωθεί εντός τουλάχιστον ενός ημερολογιακού μήνου από την ημερομηνία ανάθεσής της. Κατά τα λοιπά εφαρμόζονται τα προβλεπόμενα στο άρθρο 13, παρ. 5 του ισχύοντος Εσωτερικού Κανονισμού.»

Ο Απλόν

Ημερομηνία

21/6/2016