

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
“ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ”

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ
ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΩΝ ΡΥΘΜΙΣΕΩΝ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ (ΑΜ: ΜΔΟ1831)
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ Α. ΓΕΩΡΓΑΚΕΛΛΟΣ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2020

Παράρτημα Β: Βεβαίωση Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ «ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ»

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή (δεύτερη) σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, «Δίκαιο και Οικονομία» με τίτλο

“Οικονομικά Αποτελέσματα και Ικανότητες Μάρκετινγκ των ευρωπαϊκών νομοθετικών ρυθμίσεων διανοητικής ιδιοκτησίας”

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου.

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή

Ονοματεπώνυμο Κωνσταντίνος Λαμπρόπουλος

Ημερομηνία 26/8/2020

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω βαθύτατα τον κ. Καθηγητή Δημήτριο Γεωργακέλλο, για την έμπνευση που μου έδωσε για αυτήν την εργασία μέσα από τη διδασκαλία του και τη στήριξη που μου παρείχε κατά την εκπόνηση της.

Εισαγωγή

Η αμερικανική οικονομία έθεσε με τη βιομηχανία της τα θεμέλια της παγκόσμιας οικονομίας κατά τον 20^ο και τον 21^ο αιώνα. Σε αντίθεση με το μοντέλο της αυτοκρατορίας, που κυριάρχησε μέχρι τον 19^ο αιώνα, τα αίτια της εντυπωσιακής εξέλιξης της αμερικανικής οικονομίας δεν εντοπίζονται στην μεγάλη έκταση γης και στους ποικίλους πόρους που διαθέτει, ή στο μεγάλο και παραγωγικό πληθυσμό της χώρας. Οι Η.Π.Α αποτελούν την σπουδαιότερη μοντέρνα καπιταλιστική αγορά, επειδή έχουν θέσει τις βάσεις που προωθούν και επιβραβεύουν την καινοτομία. Ήδη από την Διακήρυξη της Ανεξαρτησίας τους και τη νίκη τους στον πόλεμο εναντίον των Βρετανών, επένδυσαν στην ομαλή δημοκρατική διαδοχή της ηγεσίας που παρέχει την απαραίτητη σταθερότητα και κοινωνική κινητικότητα, ώστε να αναπτυχθούν ιδιωτικές επιχειρήσεις. Το βασικό μέσο που επέτρεψε στην καινοτομία να ανθίσει, ήταν η συνταγματικώς προστατευόμενη ελευθερία του λόγου, και ο περιορισμός της, όσον αφορά στα δικαιώματα των δημιουργών και των εφευρετών. Κατά το άρθρο 1 παρ. 6 του Συντάγματος των Η.Π.Α: *“Το Κογκρέσο είναι αρμόδιο για την προώθηση των επιστημών και των τεχνών, μέσω της διασφάλισης, για περιορισμένο χρόνο, στους δημιουργούς και εφευρέτες του αποκλειστικού δικαιώματος στα έργα και στις εφευρέσεις τους”*. Η συνταγματική πρόβλεψη αυτή θέσπισε, μεταξύ άλλων, δυνατότητα κατοχύρωσης των διανοημάτων με δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας. Αυτό έδωσε μεγάλο κίνητρο σε έναν πληθυσμό, ο οποίος δεν περιοριζόταν από αυστηρά μοντέλα κοινωνικής ιεραρχίας, να επινοήσει καινοτόμες λύσεις οι οποίες θα μπορούσαν να του αποφέρουν πλούτο και κοινωνική άνοδο.

Την ίδια εποχή, οι Μεγάλες Δυνάμεις της Ευρώπης, στήριζαν την οικονομική τους δύναμη στην αφθονία φυσικών πόρων που κατείχαν λόγω των αποικιών τους. Όταν άρχισε η βιομηχανική επανάσταση στην Ευρώπη, τα μοντέλα διοίκησης δεν επέτρεπαν την κοινωνική κινητικότητα του πληθυσμού των χωρών, γεγονός που αποθάρρυνε την καινοτομία, ελλείψει κινήτρου ανταμοιβής. Η εφευρετικότητα αποτελούσε κατά κανόνα αντικείμενο ενδιαφέροντος για περιορισμένο αριθμό ανθρώπων που ανήκαν στις ανώτερες τάξεις του πληθυσμού, δίχως οικονομικά ερεθίσματα. Το μοντέλο των Η.Π.Α δεν απέδωσε αμέσως καρπούς, έναντι των προηγμένων και βιομηχανοποιημένων οικονομιών της Ευρώπης του 19^{ου} αιώνα. Όταν όμως η χώρα επεκτάθηκε σε μέγεθος, ξεπέρασε όλες τις εσωτερικές της ταραχές και απέκτησε άμεση πρόσβαση σε δύο ωκεανούς, κατάφερε να αξιοποιήσει τα πλεονεκτήματα αυτού του συστήματος και να γίνει η ηγετική δύναμη του κόσμου.¹

Τον 20^ο αιώνα, ύστερα από δύο καταστροφικούς πολέμους, ιδρύθηκαν οι Ευρωπαϊκές Κοινότητες με στόχο την ευρωπαϊκή ολοκλήρωση μέσα από τη συνεργασία των κρατών-μελών στους τομείς του εμπορίου. Σήμερα, αυτό το εγχείρημα εκφράζεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, η οποία θεωρείται από πολλούς ότι εμφανίζει τα χαρακτηριστικά μιας ομοσπονδιακής ένωσης, κατά το πρότυπο των Η.Π.Α.²

Η παρούσα εργασία σκοπεύει να μελετήσει: την αλληλένδετη σχέση που έχει η ανάπτυξη της καινοτομίας με την αγορά, μέσα από τη μελέτη της διαδικασίας που ξεκινά με την δημιουργική ιδέα και καταλήγει στην επιτυχημένη εμπορική εκμετάλλευση της παράγωγης διανοητικής ιδιοκτησίας, εστιάζοντας στην ανάπτυξη νέων προϊόντων· τις επιλογές που προσφέρει το ενιαίο ευρωπαϊκό νομοθετικό πλαίσιο διανοητικής ιδιοκτησίας στους δημιουργούς, ώστε να διασφαλίζουν τα δικαιώματά τους εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και μια κριτική ανάλυση των ρυθμίσεων από άποψη των οικονομικών τους αποτελεσμάτων, με βάση τα διαθέσιμα επίσημα στοιχεία. Στο τέλος, παρουσιάζονται τα συμπεράσματα με τη μορφή ενός οδηγού για την εμπορευματοποίηση της καινοτομίας.

1 Economics Explained, 1.12.2019, *The Monolithic Economy of the U.S.A*, (<https://www.youtube.com/watch?v=ZsaZnl-vWyQ>)

2 Kelemen, R. Daniel, 2007, *"Built to Last? The Durability of EU Federalism?"*, *Making History: State of the European Union*, Vol. 8, S. Meunier, K. McNamara, Oxford University Press, p. 52

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Ευχαριστίες

Εισαγωγή

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

- 1.1. Η οικονομική φύση και τα αίτια της καινοτομίας στη σύγχρονη εποχή
- 1.2. Η καινοτομία ως στοιχείο της δομής μιας επιχείρησης
- 1.3. Η επιχειρησιακή διαχείριση και αξιολόγηση της καινοτομίας
- 1.4. Η οργανωτική γνώση της επιχείρησης ως κριτήριο της στρατηγικής
- 1.5. Η στρατηγική της έρευνας και ανάπτυξης σε συνδυασμό με την επιχειρησιακή στρατηγική
- 1.6. Έρευνα και ανάπτυξη στην παραγωγή νέων προϊόντων
- 1.7. Μεταφορά τεχνολογίας
- 1.8. Στρατηγική μάρκετινγκ του προϊόντος
- 1.9. Η έννοια του νέου προϊόντος
- 1.10. Ο ρόλος της συσκευασίας του προϊόντος
- 1.11. Η επιρροή της έρευνας αγοράς στην ανάπτυξη καινοτομίας
- 1.12. Επίλογος 1^{ου} Κεφαλαίου

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 1^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

Εισαγωγή 2^{ου} μέρους

Νομική ορολογία

2.1. ΔΙΠΛΩΜΑΤΑ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ

- 2.1.1. Σύμβαση των Παρισίων για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (1883)
- 2.1.2. Σύμβαση του Μονάχου (EPO) για τη χορήγηση ευρωπαϊκών διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας (1973)
- 2.1.3. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στο τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

2.1.4. Αποτελέσματα του διεθνούς συστήματος κατοχύρωσης εφευρέσεων με διπλώματα ευρεσιτεχνίας

2.1.5. Η ευρεσιτεχνία στα φάρμακα – Συμπληρωματικό πιστοποιητικό προστασίας

2.2. ΣΗΜΑΤΑ

2.2.1. Σύμβαση των Παρισίων για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (1883)

2.2.2. Σύστημα της Μαδρίτης για την Διεθνή Καταχώριση Σημάτων

2.2.3. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στο τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

2.2.4. Σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης

2.2.5. Οδηγία 2015/2436/ΕΕ για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών-μελών περί σημάτων

2.3. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ

2.3.1. Σύμβαση των Παρισίων για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (1883)

2.3.2. Σύστημα της Χάγης για την διεθνή καταχώριση βιομηχανικών σχεδίων και υποδειγμάτων

2.3.3. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στο τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

2.3.4. Κοινοτικά βιομηχανικά σχέδια και υποδείγματα

2.3.5. Οδηγία 98/71/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη νομική προστασία σχεδίων και υποδειγμάτων

2.4. ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ

2.4.1. Σύμβαση των Παρισίων για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (1883)

2.4.2. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στο τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

2.4.3. Κανονισμός (ΕΚ) 510/2006 του Συμβουλίου για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων

2.4.4. Κανονισμός (ΕΕ) 1308/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη θέσπιση κοινής οργάνωσης των αγορών γεωργικών προϊόντων και την κατάργηση των Κανονισμών (ΕΟΚ) αριθ. 922/72, (ΕΟΚ) αριθ. 234/79, (ΕΚ) αριθ. 1037/2001 και (ΕΚ) αριθ. 1234/2007 του Συμβουλίου

2.4.5. Κανονισμός (ΕΕ) 2019/787 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τον ορισμό, την περιγραφή, την παρουσίαση και την επισήμανση των αλκοολούχων ποτών, τη χρήση των ονομασιών των αλκοολούχων ποτών στην παρουσίαση και επισήμανση άλλων τροφίμων, την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων για τα αλκοολούχα ποτά, τη χρήση της αιθυλικής αλκοόλης και των προϊόντων απόσταξης γεωργικής προέλευσης σε ποτά με αλκοόλη, και για την κατάργηση του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 110/2008

2.4.6. Κανονισμός (ΕΕ) 251/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τον ορισμό, την περιγραφή, την παρουσίαση, την επισήμανση και την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων των αρωματισμένων αμπελοοινικών προϊόντων και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 1601/91 του Συμβουλίου (1883)

2.5. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΑΠΟΡΡΗΤΑ

2.5.1. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στο τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

2.5.2. Οδηγία (ΕΕ) 2016/943 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου περί προστασίας της τεχνογνωσίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν έχουν αποκαλυφθεί (εμπορικό απόρρητο) από την παράνομη απόκτηση, χρήση και αποκάλυψή τους

2.6. ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ & ΣΥΓΓΕΝΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ

2.6.1. Σύμβαση της Βέρνης για την προστασία των λογοτεχνικών και καλλιτεχνικών έργων (1886)

2.6.2. Διεθνής Σύμβαση για την προστασία των ερμηνευτών ή εκτελεστών καλλιτεχνών, των παραγωγών φωνογραφήματων και των οργανισμών ραδιοτηλεόρασης (Ρώμη, 1961)

2.6.3. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στο τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

2.6.4. Συμφωνία της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας για τα δικαιώματα του δημιουργού, WCT (1996)

2.6.5. Συνθήκη της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας για τις ερμηνείες/εκτελέσεις και τα φωνογραφήματα, WPPT (1996)

2.6.6. Συνθήκη του Πεκίνου για τις οπτικοακουστικές παραστάσεις (2012)

2.6.7. Συνθήκη του Μαρακές για την πρόσβαση τυφλών και ατόμων με προβλήματα όρασης σε δημοσιευμένα έργα (2013)

2.6.8. Οδηγία 93/83/ΕΟΚ του Συμβουλίου περί συντονισμού ορισμένων κανόνων όσον αφορά το δικαίωμα του δημιουργού και τα συγγενικά δικαιώματα που εφαρμόζονται στις δορυφορικές ραδιοτηλεοπτικές μεταδόσεις και την καλωδιακή αναμετάδοση

2.6.9. Οδηγία 2009/24/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη νομική προστασία των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών

2.6.10. Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ του Συμβουλίου σχετικά με το δικαίωμα εκμίσθωσης, το δικαίωμα δανεισμού και ορισμένα δικαιώματα συγγενικά προς την πνευματική ιδιοκτησία στον τομέα των προϊόντων διανοίας

2.6.11. Οδηγία 96/9 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τη νομική προστασία των βάσεων δεδομένων

2.6.12. Οδηγία 2001/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την εναρμόνιση ορισμένων πτυχών του δικαιώματος του δημιουργού και συγγενικών δικαιωμάτων στην κοινωνία της πληροφορίας

2.6.13. Οδηγία 2001/84/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με το δικαίωμα παρακολούθησης υπέρ του δημιουργού ενός πρωτότυπου έργου τέχνης

2.6.14. Οδηγία 2006/116/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη διάρκεια προστασίας του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας και ορισμένων συγγενικών δικαιωμάτων

2.6.15. Οδηγία 2012/28/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με ορισμένες επιτρεπόμενες χρήσεις ορφανών έργων

2.6.16. Οδηγία 2014/26/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη συλλογική διαχείριση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων καθώς και τη χορήγηση πολυεδαφικών αδειών για επιγραμμικές χρήσεις μουσικών έργων στην εσωτερική αγορά

2.7. ΕΠΙΒΟΛΗ ΤΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

2.7.1. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στο τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

2.7.2. Οδηγία 2004/48/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με την επιβολή των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 2ου ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ (ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ)

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

1.1. Η οικονομική φύση και τα αίτια της καινοτομίας στην σύγχρονη εποχή

Η καινοτομία ορίζεται ως η εφαρμογή γνώσης που προικίζει τους πόρους με μια νέα ικανότητα δημιουργίας πλούτου. Μπορεί να διακριθεί στους εξής τύπους: καινοτομία προϊόντος (ενσωματωμένη στο προϊόν ή στην υπηρεσία και αφορά στην προσφορά νέων και διαφοροποιημένων, σε σχέση με τους ανταγωνιστές, χαρακτηριστικών στο προϊόν ή στην υπηρεσία όπως ανάπτυξη νέου ή βελτιωμένου προϊόντος)· καινοτομία διεργασίας (π.χ. ανάπτυξη νέας διαδικασίας κατασκευής-παραγωγής)· οργανωτική καινοτομία (π.χ. τμήματα διαχείρισης επιχειρηματικών εγχειρημάτων, νέα συστήματα εσωτερικής επικοινωνίας, νέες λογιστικές διαδικασίες)· καινοτομία στη διαχείριση (συστήματα ελέγχου ποιότητας της καινοτομίας)· καινοτομία στην παραγωγή (π.χ. κύκλοι ποιότητας, συστήματα παραγωγής, νέα λογισμικά σχεδιασμού της παραγωγής, νέα συστήματα επίβλεψης)· καινοτομία στο μάρκετινγκ (π.χ. νέες μέθοδοι χρηματοδότησης, νέα προσέγγιση στις πωλήσεις)· καινοτόμες υπηρεσίες (π.χ. διαδικτυακές χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες).

Προϋπόθεση για να υπάρξει καινοτομία είναι η εφαρμογή της γνώσης και η δημιουργικότητα. Σε παλαιότερες εποχές, ήταν δυνατό να βρει ένας ιδιώτης ή μια οντότητα μικρού μεγέθους τους απαραίτητους πόρους για να αναπτύξει μια καινοτομία και να την εμπορευματοποιήσει, καθώς οι απαιτούμενοι πόροι ήταν σε σύγκριση με σήμερα ελάχιστοι (π.χ. ο James Watt εφηύρε την ατμομηχανή, ο George Stephenson τη μηχανή τρένου, οι Thomas Edison και Joseph Swan τον ηλεκτρικό λαμπτήρα). Ωστόσο, σήμερα οι απαιτούμενοι πόροι (γνώση, ικανότητες, κεφάλαιο και εμπειρία της αγοράς) είναι τόσοι, ώστε να μην μπορεί κάτι τέτοιο να συμβεί, εκτός του πλαισίου μιας επιχείρησης. Οι μεγαλύτερες καινοτομίες που άλλαξαν τον τρόπο ζωής της σύγχρονης γενιάς ανθρώπων, όπως τα κινητά τηλέφωνα (Nokia) και οι προσωπικοί ηλεκτρονικοί υπολογιστές (Apple), σχετίζονται όλες με επιχειρήσεις και όχι με ιδιώτες. Βέβαια, η διαδικασία της καινοτομίας εξακολουθεί να κινείται από κάποιους βασικούς ιδιώτες που λαμβάνουν τις αποφάσεις, έχουν τις ιδέες και χτίζουν τις ομάδες που καταλήγουν σε καινοτόμες εφευρέσεις.

Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προσαρμόζονται και να εξελίσσονται αν θέλουν να επιβιώσουν. Κάθε εταιρεία στην αγορά λειτουργεί εν γνώσει, ότι νομοτελειακά οι ανταγωνιστές της κάποια στιγμή θα κυκλοφορήσουν στην αγορά ένα καινοτόμο προϊόν που θα αλλάξει καθολικά τον ανταγωνισμό. Συνεπώς, η ικανότητα τους να αλλάζουν και να προσαρμόζονται είναι καθοριστική για την επιβίωση τους.

Η ιστορία έχει δείξει πως η βιομηχανική τεχνολογική καινοτομία έχει οδηγήσει σε σημαντικά οικονομικά πλεονεκτήματα για την καινοτόμο επιχείρηση και την χώρα στην οποία εδρεύει. Είναι συνεπώς δυνατό να

πει κανείς, ότι η καινοτομία είναι ατμομηχανή της ανάπτυξης. Η επιτάχυνση της οικονομικής ανάπτυξης στον δυτικό κόσμο κατά τη διάρκεια του 19ου αιώνα, ήταν αποτέλεσμα της τεχνολογικής προόδου.

Ο Αυστριακός οικονομολόγος Joseph Schumpeter (1934) ήταν από τους πρώτους που παρατήρησαν τη σημασία των καινοτόμων προϊόντων, ως ερεθισμάτων για οικονομική ανάπτυξη.³ Κατά τον ίδιο, ο ανταγωνισμός από τα νέα προϊόντα ήταν πολύ σημαντικότερος από τον πόλεμο τιμών μεταξύ των ήδη υπαρχόντων προϊόντων. Για παράδειγμα, η ανάπτυξη νέων προϊόντων όπως νέα λογισμικά για τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές ή νέα φάρμακα, είναι πολύ πιθανότερο να ωθήσουν την ανάπτυξη μιας οικονομίας σε σχέση με τον πόλεμο στις τιμές ήδη υφιστάμενων προϊόντων όπως τηλέφωνα και αυτοκίνητα. Στην ουσία, η οικονομική ανάπτυξη δεν συμβαίνει με κάποιον τακτικό τρόπο, αλλά με κάποια ξεσπάσματα ή κύματα δραστηριότητας, οπότε είναι βέβαιο ότι οι εξωτερικοί παράγοντες έχουν σημαντική επίδραση στην οικονομική ανάπτυξη.

Ποιο είναι όμως το ερέθισμα που εκκινεί την καινοτομία; Γιατί τελικά οι επιχειρήσεις και οι ιδιώτες βρίσκουν κίνητρο για να παράγουν κάτι νέο; Για μεγάλο διάστημα μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, οι οικονομολόγοι ισχυρίζονταν ότι η διαδικασία που οδηγεί σε κάτι καινοτόμο είναι μια γραμμική αλληλουχία εξελίξεων που περιλαμβάνει την παραγωγή νέας γνώσης από τα πανεπιστήμια και την επιστημονική κοινότητα, τις τεχνολογικές εξελίξεις στον επιχειρηματικό κόσμο, και τις ανάγκες τις αγοράς οι οποίες εκφράζονται από τις επιθυμίες και ανάγκες των ανθρώπων που προκύπτουν από την κατανάλωση. Κυριάρχησαν δύο θεωρίες επ' αυτής της αλληλουχίας. Η πρώτη ονομάζεται *technology push* (δηλαδή οι επιστήμονες κάνουν απρόσμενες ανακαλύψεις, οι τεχνολόγοι τις εφαρμόζουν για να αναπτύξουν ιδέες για νέα προϊόντα, και οι μηχανικοί και σχεδιαστές μετατρέπουν τις ιδέες σε τελικά προϊόντα). Ο κατασκευαστικός τομέας βρίσκει τους τρόπους να παράγει το προϊόν με χαμηλό κόστος, και στη συνέχεια τα τμήματα μάρκετινγκ και πωλήσεων προωθούν το αγαθό στον τελικό καταναλωτή. Ωστόσο, ενώ αυτή η αλληλουχία μπορεί να ισχύει με αυτήν ακριβώς τη σειρά στην φαρμακευτική βιομηχανία, σε πολλές περιπτώσεις η διαδικασία σύμφωνα με την οποία τίθεται ένα καινοτόμο προϊόν ή υπηρεσία στην αγορά ακολουθεί άλλο δρόμο.

Αργότερα, αναπτύχθηκε η άλλη κύρια γραμμική θεωρία της καινοτομίας, η *market-pull*. Η θεωρία αυτή εκκινεί ανεστραμμένα. Η λειτουργία του μάρκετινγκ δίνει το κίνητρο για καινοτομία, λόγω της στενής επαφής με τους πελάτες. Οι επιθυμίες και ανάγκες των πελατών μετατρέπονται στη συνέχεια σε αντικείμενο για έρευνα και ανάπτυξη από την επιχείρηση, ώστε να ασχοληθεί μετά το σχεδιαστικό και το μηχανικό κομμάτι. Έπειτα, προχωρά στην κατασκευή και παραγωγή. Το μοντέλο αυτό επιβεβαιώνεται κυρίως στη βιομηχανία τροφίμων.

³ J.A. Schumpeter, 1934, *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*, Harvard Economic Studies, Vol. 46, Harvard College, Cambridge, MA

Διάφορες θεωρίες που αναπτύχθηκαν στη συνέχεια, δέχονται τους ίδιους παράγοντες που κινούν την καινοτομία, αλλά ανέτρεψαν το γραμμικό μοντέλο που εκκινεί είτε μόνο από τις τεχνολογικές εξελίξεις, είτε μόνο από τις ανάγκες της αγοράς. Το γραμμικό μοντέλο εφαρμόζεται σε συγκεκριμένες μόνο καινοτομίες, που προέρχονται κατά κύριο λόγο από συγκεκριμένους κλάδους βιομηχανίας. Όπως αναφέρθηκε, το μοντέλο technology-push χαρακτηρίζει τη φαρμακευτική βιομηχανία. Το μοντέλο market-pull αντιπροσωπεύει την βιομηχανία τροφίμων. Ωστόσο, για τους περισσότερους κλάδους η καινοτομία σε επιχειρηματικό επίπεδο είναι αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης μιας σειράς παραγόντων κατά την διαδικασία που ακολουθείται ώστε να παραχθεί κάτι το νέο.

Γίνεται κατανοητό ότι η εμπορικά εκμεταλλεύσιμη καινοτομία είναι μια ιδιαίτερα περίπλοκη διαδικασία, η οποία προκύπτει από την αποτελεσματική διαχείριση της αλληλεπίδρασης μεταξύ των εσωτερικών λειτουργιών μιας επιχείρησης και του εξωτερικού της περιβάλλοντος. Οι επιστήμονες και οι μηχανικοί μιας επιχείρησης βρίσκονται διαρκώς σε επαφή με επιστήμονες σε πανεπιστήμια και άλλες επιχειρήσεις σχετικά με τις τεχνολογικές και επιστημονικές εξελίξεις. Αντίστοιχα, το τμήμα μάρκετινγκ επικοινωνεί με προμηθευτές, διανομείς, πελάτες και ανταγωνιστές, ώστε να εξασφαλίσει ότι οι καθημερινές λειτουργίες για την κατανόηση των αναγκών των πελατών και την παράδοση των προϊόντων επιτυγχάνονται. Οι υπεύθυνοι για τον στρατηγικό σχεδιασμό και τα ανώτατα διοικητικά στελέχη βρίσκονται σε επικοινωνία με πολλές εταιρείες και θεσμούς, όπως κυβερνητικές υπηρεσίες, προμηθευτές και πελάτες. Όλες αυτές οι πληροφορίες συνεισφέρουν στη συνολική γνώση που κατέχει η εταιρεία, και η αναγνώριση και αξιοποίηση τους οδηγεί σε επιτυχημένες καινοτόμες προτάσεις. Συμπερασματικά, γίνεται κατανοητό ότι τρεις λειτουργίες μιας επιχείρησης επηρεάζουν περισσότερο την διαδικασία της καινοτομίας: μάρκετινγκ, έρευνα και ανάπτυξη (“E&A”), και επιχειρηματικός σχεδιασμός.

Πρόκειται συνεπώς, για μια διαδικασία δημιουργίας πληροφορίας που προκαλείται από την κοινωνική αλληλεπίδραση.⁴ Η επιχείρηση παρέχει τη δομή, εντός της οποίας αναπτύσσεται η δημιουργική διαδικασία. Η αλληλεπίδραση της διαθέσιμης πληροφορίας παράγει ένα διαλογικό κλίμα, όπου αναπτύσσονται ιδέες, ανταλλάσσονται απόψεις και παράγεται (σιωπηρή) γνώση. Μεγάλο μέρος των τεχνικών ικανοτήτων είναι η τεχνογνωσία (know-how), και η βιομηχανική καινοτομία προκύπτει συνήθως από την έμφυτη και, κατά κανόνα ιδιαίτερα υποκειμενική σε χαρακτήρα, οξυδέρκεια, διαίσθηση και το ένστικτο συγκεκριμένων εργαζομένων. Οι προτάσεις γίνονται στη συνέχεια αντικείμενα πειράματος και μετά χρησιμοποιούνται από όλη την επιχείρηση. Έτσι εξηγείται ο όρος *σιωπηρή γνώση*, καθώς πολλές από τις γνώσεις και τις ικανότητες που περιλαμβάνονται στον όρο “τεχνογνωσία”, είναι δύσκολες στην κατανόηση, πόσο μάλλον στο να εξωτερικευτούν. Η γνώση αυτή αποκτάται μόνο μέσω πρακτικής εμπειρίας στο συγκεκριμένο τομέα δραστηριότητας, και δεν μεταδίδεται.

4 Nonaka I., Kenney M., 1991, *Towards a new theory of innovation management: A case study comparing Canon, Inc. and Apple Computer, Inc.*, Journal of Engineering and Technology Management, 8, 67-83 Elsevier (<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.489.3492&rep=rep1&type=pdf>)

Τέλος, ένας παράγων που δίνει έναυσμα στην καινοτομία για μια επιχείρηση με παράδοση στο χώρο της, είναι το οργανωτικό γνωστικό της υπόβαθρο (η κληρονομιά της). Δεν πρόκειται για την κουλτούρα της εταιρείας, που μας απασχολεί στο στρατηγικό μάνατζμεντ. Είναι ένας συνδυασμός του γνωστικού υπόβαθρου της εταιρείας (όπως χτίστηκε από τα χρόνια λειτουργίας της), και της ιδιαίτερης δομής της. Για πολλές εταιρείες η κληρονομιά αυτή συνιστά ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Για παράδειγμα, η εταιρεία Tesco, κολοσσός του λιανικού εμπορίου στο Ηνωμένο Βασίλειο, αξιοποιεί τις διανεμητικές της συνέργειες και τις υπηρεσίες εξυπηρέτησης πελατών, που χρησιμοποιούνται επί δεκαετίες, οι οποίες της δίνουν ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Αντίστοιχα, η κληρονομιά της Siemens προκύπτει από τις επί 100 έτη διαρκείς επενδύσεις σε επιστήμη και τεχνολογία και τη μεγάλη σημασία που δίνεται στην επιστήμη και την τεχνολογία μέσα στην εταιρεία. Επίσης, η Unilever στηρίζεται στην πολύ καλή διαχείριση του σήματος της και στην πολυετή τεχνογνωσία της. Συνεπώς, για πολλές εταιρείες οι επιλογές σχετικά με την μελλοντική ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών, εξαρτώνται αποκλειστικά από τις επιλογές που έχουν κάνει στο παρελθόν.

1.2. Η καινοτομία ως δομικό χαρακτηριστικό μιας επιχείρησης

Η διαχείριση της καινοτομίας εστιάζει στην καλλιέργεια του δημιουργικού δυναμικού μιας επιχείρησης. Η δομή της επιχείρησης θα πρέπει να καλωσορίζει τις νέες ιδέες και να προάγει τη δημιουργικότητα. Ωστόσο, όλες οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν το δίλημμα μεταξύ σταθερότητας/αποδοτικότητας και δημιουργικότητας. Η σταθερότητα υποστηρίζεται από τις ρουτίνες, για την αποδοτική και γρήγορη διεκπεραίωση καθημερινών εργασιών. Με αυτόν τον τρόπο, το κόστος παραγωγής διατηρείται όσο το δυνατόν πιο χαμηλό, μαζί με αυτό και οι τιμές των προϊόντων ή υπηρεσιών, και επιτρέπει στην εταιρεία να διατηρεί την ανταγωνιστική της θέση στο παρόν. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις πρέπει να υποστηρίζουν τις νέες ιδέες και να αναπτύσσουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες προκειμένου να παραμείνουν ανταγωνιστικές στο μέλλον. Οπότε, η επιχείρηση θα πρέπει με κάποιον τρόπο να επιτρέπει κάποιου είδους χαλαρότητα στις λειτουργίες της, ώστε να αφήνεται χώρος για δημιουργικότητα και καινοτομία.

Η επιχείρηση λοιπόν, οφείλει να ασκεί διαρκή πίεση για την μείωση του κόστους και τη βελτίωση της αποδοτικότητας στις εργασίες της. Συγχρόνως, οφείλει να καλωσορίζει την ανάπτυξη νέων προϊόντων και τη βελτίωση των υφιστάμενων. Ο πιο συνήθης τρόπος που χρησιμοποιείται για να διατηρείται η ισορροπία μεταξύ των δύο, είναι να διαχωρίζονται τα τμήματα παραγωγής (που εκ των πραγμάτων επωφελούνται από την αποδοτικότητα) από τα τμήματα Ε&Α (για τα οποία η δημιουργικότητα των στελεχών τους είναι βασικός παράγοντας). Εντούτοις, πολλές από τις βελτιώσεις και καινοτομίες που έχουν υπάρξει, προέκυψαν από τα τμήματα παραγωγής μιας εταιρείας.

Τα οργανωτικά χαρακτηριστικά μιας επιχείρησης παίζουν σημαντικό ρόλο στην υποστήριξη της διαδικασίας παραγωγής καινοτομίας. Καθώς η καινοτομία στην εποχή μας είναι δυνατόν να προκύψει, όπως αναφέρθηκε, μόνο εντός του πλαισίου μιας επιχείρησης, είναι σημαντικό να ερευνήσουμε τα απαραίτητα στοιχεία στην οργάνωση που προωθούν την ανάπτυξη της καινοτομίας μέσα σε μια επιχείρηση, ανάλογα με την δομή της, δηλαδή τον τρόπο με τον οποίο ανατίθενται οι αρμοδιότητες στους εργαζομένους και στη συνέχεια συντονίζονται μεταξύ τους.

Οργανική δομή ⁵	Μηχανιστική δομή ⁶
1. Ελεύθερη ροή πληροφορίας μέσα στην επιχείρηση	1. Αυστηρή δομή, περιορισμένη ροή πληροφορίας μέσα στην επιχείρηση
2. Επιτρέπεται ποικιλία στον τρόπο λειτουργίας	2. Ομοιόμορφος και περιορισμένος τρόπος

5 Επίπεδη και αποκεντρωμένη οργάνωση που επιτρέπει την οριζόντια επικοινωνία και αλληλεπίδραση. Ταιριάζει περισσότερο στις επιχειρήσεις του δημιουργικού κλάδου, καθώς επιτρέπει σε όλες τις βαθμίδες εργαζομένων να συμμετέχουν στη διαδικασία λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων. (<https://bizfluent.com/facts-7642894-mechanistic-vs-organic-organizational-structure.html>)

6 Η πιο συνήθης επιχειρησιακή δομή που εφαρμόζεται κατά κανόνα στον κατασκευαστικό τομέα. Η διοίκηση ασκείται κεντρικά και περιλαμβάνει πολλή γραφειοκρατία. Σε όλη την επιχείρηση εφαρμόζονται αυστηρά τυπικές και λεπτομερείς διαδικασίες και λειτουργίες. (<https://bizfluent.com/facts-7642894-mechanistic-vs-organic-organizational-structure.html>)

	λειτουργίας
3. Αρμοδιότητα για λήψη αποφάσεων που βασίζεται στην εμπειρία του κάθε προσώπου	3. Αρμοδιότητα για λήψη αποφάσεων βάσει της θέσης στην εταιρική ιεραρχία
4. Ελεύθερη προσαρμογή στις αλλαγές των συνθηκών	4. Διστακτική προσαρμογή στις αλλαγές, προσπαθώντας να διατηρηθούν οι δοκιμασμένες αρχές διοίκησης
5. Έμφαση στο αποτέλεσμα (δεν υπάρχει περιορισμός στον τρόπο επίτευξης του)	5. Εξάρτηση από δοκιμασμένες αρχές διοίκησης που δίνουν έμφαση σε λεπτομερείς τυπικές διαδικασίες
6. Χαλαρή και ανεπίσημη επιτήρηση με γνώμονα την συνεργατικότητα	6. Αυστηρή επιτήρηση με προηγμένα συστήματα ελέγχου
7. Ευελιξία στα καθήκοντα των εργαζομένων που καθορίζονται από τις απαιτήσεις κάθε περίπτωσης και από την προσωπικότητα κάθε ατόμου	7. Συγκεκριμένα καθήκοντα των εργαζομένων που βασίζονται στην περιγραφή της θέσης τους
8. Λήψη αποφάσεων, συχνά με μεγάλη συμμετοχή και ομοφωνία	8. Λήψη αποφάσεων από τους ανώτερους, με ελάχιστη συμμετοχή των κατώτερων εργαζομένων

Γίνεται δεκτό, ότι η πιο ευέλικτη οργανική, σε αντίθεση με την αυστηρά μηχανιστική οργανωτική δομή μιας επιχείρησης, είναι απαραίτητη για την επιτυχή ανάπτυξη καινοτομίας στον βιομηχανικό τομέα. Η μηχανιστική δομή δεν δημιουργεί τις κατάλληλες συνθήκες για τη διαχείριση της δημιουργικότητας και την ανάπτυξη της καινοτομίας. Η οργανική δομή παρουσιάζει μεγαλύτερη προσαρμοστικότητα, επιτρέπει πιο ανοιχτή επικοινωνία και ομοφωνία, καθώς η επιτήρηση των εργασιών είναι λιγότερο τυπική. Η καινοτομία κατά μερικούς είναι ανθρώπινη διαδικασία, και η τυποποίηση στη λήψη αποφάσεων, η αυστηρή ανάθεση εξουσιών, και άλλα τυπικά στοιχεία μιας κατά κανόνα “καλά διοικούμενης” εταιρείας δεν είναι κατάλληλες συνθήκες για την επιτυχημένη τεχνολογική καινοτομία.⁷ Ο δημιουργικός ρόλος του ανθρώπου παίζει ακόμα σημαντικό ρόλο στη διαδικασία της καινοτομίας.

Ορισμένες κατηγορίες ανθρώπων που διαδραματίζουν συχνά ρόλο στα έργα ανάπτυξης καινοτομίας είναι:

- *Τεχνικός νεωτεριστής*: ειδικός σε έναν ή δυο τομείς. Προσφέρει νέες ιδέες και βρίσκει νέους και διαφορετικούς τρόπους διεκπεραίωσης των εργασιών.
- *Τεχνικός/Εμπορικός σαρωτής*: συγκεντρώνει πολλή πληροφορία από εξωτερικές πηγές, κυρίως μέσω δικτύων επικοινωνίας του. Συνήθως, ασχολείται με τεχνικές πληροφορίες ή την αγορά.
- *Θυροφύλακας*: Ενημερώνεται για τις σχετικές εξελίξεις εκτός της επιχείρησης, μέσω εφημερίδων, συνεδρίων, συναδέλφων και άλλων εταιρειών. Είναι επικοινωνιακός και μεταδίδει τις πληροφορίες στους συναδέλφους του. Είναι η πηγή πληροφορίας για τους άλλους στην επιχείρηση.

⁷ A. H. Rubenstein, A. K. Chakrabarti, R. D. O'Keefe, W. E. Souder & H. C. Young, 1976, *Factors Influencing Innovation Success at the Project Level*, Research Management, 19:3, 15-20

- *Υπερασπιστής προϊόντων*: Προσφέρει νέες ιδέες στην επιχείρηση. Συγκεντρώνει πόρους. Υπερασπίζεται έντονα τις προτάσεις του. Αναλαμβάνει κινδύνους.
- *Ηγέτης του έργου*: Ηγείται της ομάδας και την κινητοποιεί. Σχεδιάζει και οργανώνει το έργο. Διασφαλίζει ότι καλύπτονται όλες οι διοικητικές προϋποθέσεις. Συντονίζει τα μέλη της ομάδας. Φροντίζει ώστε το έργο να εξελίσσεται αποτελεσματικά. Τηρεί ισορροπίες μεταξύ των στόχων του έργου και των οργανωτικών αναγκών.
- *Χορηγός*: Ανώτερο διοικητικό στέλεχος. Παρέχει πρόσβαση στους πόρους μέσα στην επιχείρηση. Προφυλάσσει την ομάδα από μη αναγκαία οργανωτικά εμπόδια. Εξασφαλίζει ότι η ομάδα του έργου λαμβάνει τη βοήθεια που χρειάζεται από άλλα τμήματα της επιχείρησης. Προσφέρει εμπιστοσύνη στη διαδικασία του έργου.

Εντούτοις, ανεξάρτητα από την οργανωτική δομή της επιχείρησης, υπάρχουν κάποια στοιχεία που χαρακτηρίζουν όλες τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με την καινοτομία:

1. *Μακροπρόθεσμα προσανατολισμένες στην μεγέθυνση της επιχείρησης*. Δεν είναι απαραίτητο να εμφανίζουν σταθερά τεράστια κέρδη, αλλά σχεδιάζουν ενεργά για την μεγέθυνση της εταιρείας τους σε βάθος χρόνου.
2. *Συνεχής παρακολούθηση των εξελίξεων*. Όλα τα τμήματα της επιχείρησης ερευνούν διαρκώς το εξωτερικό περιβάλλον που τα αφορά. Το τμήμα μάρκετινγκ ερευνά διαρκώς την αγορά και τους ανταγωνιστές. Οι επιστήμονες και μηχανικοί του τμήματος E&A αφιερώνουν χρόνο από την εργασία τους για να ενημερώνονται για τις πρόσφατες εξελίξεις του τομέα τους.
3. *Αφοσίωση στην τεχνολογία*. Οι καινοτόμες επιχειρήσεις κατά κανόνα αφιερώνουν χρόνο, ώστε να επιτρέπουν στις ιδέες να ανθίσουν και να αναπτυχθούν. Παρέχουν τους κατάλληλους διανοητικούς πόρους από άποψη επιστήμης, τεχνολογίας και μηχανολογίας. Αν δεν υπάρχει μακροπρόθεσμη αφοσίωση, η επιχείρηση δεν θα μπορεί να προσελκύει καλούς επιστήμονες στον τομέα τους.
4. *Αποδοχή του κινδύνου*. Η επιχείρηση λαμβάνει υπόψη τις ευκαιρίες που παρουσιάζουν κίνδυνο, αξιολογώντας τους κινδύνους και λαμβάνοντας αποφάσεις. Δεν αφήνει τις αποφάσεις της στην τύχη, αλλά αναλαμβάνει υπολογισμένους κινδύνους, τους οποίους αντισταθμίζει με άλλα έργα που δεν ενέχουν τον ίδιο κίνδυνο.
5. *Διεπιστημονική συνεργασία*. Η σύγκρουση μεταξύ τμημάτων μιας επιχείρησης είναι συχνή και μπορεί να λειτουργεί ως κίνητρο σε κάποιες περιπτώσεις. Για παράδειγμα το τμήμα μάρκετινγκ και το τμήμα E&A έχουν διαφορετικές επιδιώξεις. Οι υπεύθυνοι του μάρκετινγκ συχνά αδυνατούν να κατανοήσουν την τεχνολογία που εμπεριέχεται στην ανάπτυξη του έργου, ενώ οι επιστήμονες και

τεχνολόγοι συχνά ενθουσιάζονται από μια νέα τεχνολογία, αδιαφορώντας για την εμπορική της πτυχή. Μια επιχείρηση οφείλει να εντοπίζει και να δίνει λύσεις σε αυτήν τη σύγκρουση.

6. *Δεκτικότητα.* Οι επιχείρηση πρέπει να αντιλαμβάνεται, να εντοπίζει και ενίοτε να εκμεταλλεύεται την τεχνολογία που έχει αναπτυχθεί στο εξωτερικό της περιβάλλον. Οι περισσότερες καινοτομίες που βασίζονται στην τεχνολογία περιλαμβάνουν έναν συνδυασμό πολλών διαφορετικών τεχνολογιών. Σπάνια όλη η τεχνολογία αναπτύσσεται από την ίδια επιχείρηση. Είναι σκόπιμο σε πολλές περιπτώσεις οι επιχειρήσεις να σχηματίζουν κοινοπραξίες ή συμμαχίες.
7. *Χαλαρότητα.* Όπως αναφέρθηκε, η διοίκηση μιας επιχείρησης που ασχολείται με την καινοτομία, πρέπει πέρα από την αποδοτικότητα στη δουλειά, να καλλιεργεί και τη δημιουργικότητα. Αυτό επιτυγχάνεται επιτρέποντας κάποια χαλαρότητα στους εργαζόμενους για να σκέφτονται, να πειραματίζονται, να ανταλλάσσουν ιδέες και να δημιουργούν. Σε πολλά τμήματα Ε&Α επιτρέπεται στους επιστήμονες να αφιερώνουν 10% – 15% του χρόνου τους σε έργα της επιλογής τους.
8. *Προσαρμοστικότητα.* Η επιχείρηση πρέπει να είναι προετοιμασμένη να εφαρμόσει αλλαγές στον τρόπο που διαχειρίζεται τις εσωτερικές υποθέσεις της. Διαφορετικά οι καινοτόμες προτάσεις θα καταπνίγονται από τη διστακτικότητα να αλλάξουν οι τρόποι λειτουργίας ή να εφαρμοστούν νέες τεχνικές. Η ανάπτυξη καινοτομίας αναγκαστικά αλλάζει την εδραιωμένη οργάνωση των δραστηριοτήτων.
9. *Μεγάλη ποικιλία στις ικανότητες.* Η επιχείρηση χρειάζεται εξειδικευμένες ικανότητες και γνώσεις με τη μορφή ειδικών σε τομείς, όπως επιστήμη, διαφήμιση και λογιστική, και γενικές γνώσεις που επιτρέπουν τη γόνιμη αλληλεπίδραση της εξειδικευμένης γνώσης. Επιπλέον, χρειάζονται άτομα με τεχνική και εμπορική εκπαίδευση, ικανά να κατανοήσουν ποικίλα τεχνικά ζητήματα και να μεταδώσουν τη γνώση μέσα στην επιχείρηση.

Συμπερασματικά, μια επιχείρηση είναι στην εποχή μας ο πλέον κατάλληλος φορέας για να φέρει εις πέρας την ανάπτυξη μιας καινοτομίας. Ο άνθρωπος παραμένει βασικός συντελεστής της διαδικασίας, αλλά χρειάζεται να λειτουργεί στο πλαίσιο μιας επιχείρησης που του παρέχει τους απαραίτητους πόρους και το κατάλληλο δημιουργικό περιβάλλον για να αναπτύξει τις ικανότητες του. Η βιομηχανική παραγωγή της καινοτομίας οφείλεται σε έναν ενάρετο κύκλο δημιουργικότητας, ο οποίος περιλαμβάνει: *δημιουργικούς ανθρώπους· την ενθάρρυνση της δημιουργικότητας και της καινοτομίας εντός μιας επιχείρησης· την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων ή υπηρεσιών· την δεκτικότητα της επιχείρησης σε νέες ιδέες, η οποία δίνει κίνητρα στους εργαζόμενους και ελαφρύνει τις ανησυχίες· το ακμαίο ηθικό που διατηρεί τους δημιουργικούς ανθρώπους στην επιχείρηση· και τη φήμη της επιχείρησης ως ηγέτη της καινοτομίας.* Όλα αυτά τα στοιχεία αποτελούν αίτια και αιτιατά μεταξύ τους, και παρέχουν σε μια επιχείρηση ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Κατά τον Michael Porter, οι επιχειρήσεις που επιτυγχάνουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

επανεπενδύουν τα κέρδη που αποκόμισαν από αυτό στους συντελεστές που το δημιούργησαν εξ αρχής.⁸ Η διαδικασία της καινοτομίας και ο τρόπος διαχείρισης της, θέτουν τα θεμέλια μιας ανθεκτικής στο χρόνο επιχείρησης.⁹ Το αποτέλεσμα είναι ένας ενάρετος κύκλος συνεχούς βελτίωσης, που διατηρεί το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα.

8 M. E. Porter, 1985, *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, NY: Free Press

9 Eduardo de Oliveira Teixeira, W. B. Werther Jr., 2013, *Resilience: Continuous renewal of competitive advantages*, Business Horizons, 56, 333—342

1.3. Η επιχειρησιακή διαχείριση και αξιολόγηση της καινοτομίας

Η επιχειρησιακή διαχείριση της καινοτομίας είναι μια διαδικασία που περιλαμβάνει τον διαρκή ανασχεδιασμό της επιχείρησης, των προϊόντων και υπηρεσιών της, την επαφή με τους πελάτες, την παρακολούθηση των ανταγωνιστών και των αναδυόμενων καινοτομιών και τεχνολογιών. Πρόκειται για τον έλεγχο της διαδικασίας μετατροπής των εισρεόντων στοιχείων σε εκροές εμπορευμάτων. Συχνά, οι επιχειρήσεις παρέχουν ένα προϊόν σε συνδυασμό με μια υπηρεσία (π.χ. ένα εστιατόριο παρέχει ως προϊόν το φαγητό και ως υπηρεσία την παράδοση στο τραπέζι). Η επιχειρησιακή διαχείριση σκοπό έχει να συνδέσει τις ικανότητες και τεχνικές που αναπτύσσονται στους τομείς παρασκευής και υπηρεσιών, ώστε να επιτευχθεί το καλύτερο αποτέλεσμα. Σε μια εποχή μαζικής παραγωγής και ανταγωνισμού, είναι συχνά το στοιχείο της υπηρεσίας που εμπεριέχει κάθε αγορά, που δίνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην επιχείρηση.

Κατά Slack κ.α. (2004), κάθε προϊόν ή υπηρεσία εμπεριέχει τρία στοιχεία:¹⁰

- την *ιδέα*, δηλαδή τα αναμενόμενα πλεονεκτήματα που αγοράζει ο πελάτης·
- το *πακέτο* από συστατικά προϊόντα, που παρέχει τα πλεονεκτήματα που περιλαμβάνονται στην ιδέα (δηλ. αυτό που αγοράζει ο πελάτης και συγκροτεί τα στοιχεία του σχεδίου)·
- την *διαδικασία*, που ορίζει τη σχέση μεταξύ συστατικών προϊόντων και υπηρεσιών, μέσω των οποίων το σχέδιο επιτυγχάνει το στόχο του.

Η καινοτομία σε πολλές περιπτώσεις αφορά είτε στο σχέδιο του προϊόντος είτε στον τρόπο διαχείρισης, εντός πλαισίου της επιχειρησιακής διαχείρισης. Αρμοδιότητα του επιχειρησιακού διαχειριστή σε μια επιχείρηση είναι να εφευρίσκει νέους και καινοτόμους τρόπους που δίνουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις επιχειρησιακές λειτουργίες. Η τήρηση προτύπων ποιότητας είναι βασική τους ευθύνη, και η καινοτομία που ενισχύει την ποιότητα είναι σημαντική για κάθε επιχείρηση.

Προς αυτόν το σκοπό θεσπίζονται σε κάποιες επιχειρήσεις “*κύκλοι ποιότητας*” και ομάδες βελτίωσης των διαδικασιών. Ο κύκλοι αποτελούνται από ειδικούς στον τομέα τους, στους οποίους παρέχεται εκπαίδευση στον έλεγχο ποιότητας και σε τεχνικές αξιολόγησης. Πρόκειται για εθελοντές εργαζόμενους που συσκέπτονται τακτικά για να συζητήσουν προβλήματα και να βρουν λύσεις. Οι ιδέες που προέρχονται από κάποιο μέλος του κύκλου είναι πολύ πιθανότερο να μετατραπούν σε έργο, σε σχέση με μια ιδέα που επιβάλλεται από τη διοίκηση. Η πρακτική αυτή αντιπροσωπεύει και εκμεταλλεύεται τα πλεονεκτήματα των ανθρώπινων πόρων της εταιρείας, και την αναβαθμίζει στις συνειδήσεις των εργαζομένων της και των

¹⁰ N. Slack, M. A. Lewis, H. Bates, 2004, *The two worlds of operations management research and practice: Can they meet, should they meet?*, International Journal of Operations & Production Management, 24(4):372-387

πελατών της. Χρησιμοποιείται στην Ιαπωνία κατά κύριο λόγο, αλλά τα τελευταία χρόνια υιοθετείται σε μεγάλο βαθμό και από ευρωπαϊκές και αμερικανικές εταιρείες, προσφέροντας μια πλούσια πηγή καινοτόμων λύσεων σε προβλήματα και μείωση κόστους, ενώ αναμένεται να αναπτυχθούν με αυτόν τον τρόπο και πολλές δημιουργίες οι οποίες θα κατοχυρωθούν με δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στο μέλλον.

Ένα άλλο σύστημα ελέγχου είναι η *διαχείριση της συνολικής ποιότητας* (Total Quality Management – TQM). Στοχεύει στην ενσωμάτωση της ανάπτυξης ποιότητας, της διατήρησης και βελτίωσης της από διάφορα τμήματα μέσα σε μια επιχείρηση, ώστε η παραγωγή και η εξυπηρέτηση να είναι δυνατή με τον πιο οικονομικό τρόπο, ικανοποιώντας παράλληλα πλήρως την πελατεία. Καλύπτει όλα τα τμήματα και όλα τα στελέχη μιας επιχείρησης, ερευνά κάθε κόστος (εσωτερικό ή εξωτερικό) που σχετίζεται με την ποιότητα, καθώς και να καλύπτονται οι απαιτήσεις και οι προσδοκίες των πελατών. Ο σχεδιασμός αφορά την ποιότητα, και τα συστήματα και οι διαδικασίες υποστηρίζουν διαρκείς ποιοτικές βελτιώσεις. Βέβαια, οι απαιτήσεις των πελατών είναι ένας παράγων που είναι πάντα σχετικός με το επίπεδο ποιότητας των προϊόντων. Για παράδειγμα, το 1970 ήταν αποδεκτό ένα αμάξι οικογενειακών διαστάσεων να χρειάζεται συντήρηση κάθε 5.000-10.000 χιλιόμετρα που διανύει και να διαρκεί για συνολικά 100.000-110.000 χιλιόμετρα. Πλέον, οι τεχνικές βελτιώσεις των αμαξιών έχουν ως συνέπεια ότι οι πελάτες απαιτούν αυτοκίνητα που χρειάζονται κατ' αρχήν συντήρηση κάθε 20.000 χιλιόμετρα και διαρκούν για συνολικά 160.000 χιλιόμετρα. Οι καινοτομίες μιας επιχείρησης στο να ικανοποιεί τις προσδοκίες των πελατών της από άποψη παροχής προϊόντος και υπηρεσίας, είναι ένας από τους τρόπους για να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Σε μια επιτυχημένη διαχείριση συνολικής ποιότητας, η ποιότητα είναι ευθύνη κάθε εργαζομένου και κάθε τμήματος μιας επιχείρησης. Δεν επιδιώκεται μια ρηξικέλευθη καινοτομία, αλλά διαρκείς μικρές βελτιώσεις, που μακροπρόθεσμα είναι πιο επωφελείς. Είναι μια νοοτροπία που ενσωματώνεται στην κουλτούρα όλης της επιχείρησης, ώστε να αντλείται το καλύτερο δυνατό από τις ικανότητες και τον ενθουσιασμό όλων των εργαζομένων. Η ραγδαία βελτίωση στην αξιοπιστία των αυτοκινήτων κατά την δεκαετία του 1990, ήταν αποτέλεσμα πολλών βελτιωτικών αλλαγών που επινόησαν χιλιάδες εργαζόμενοι των κατασκευαστών αυτοκινήτων.

Μια ακόμα τεχνική ανατροφοδότησης στην ανάπτυξη της καινοτομίας είναι η *ανάπτυξη ποιοτικών λειτουργιών* (Quality Function Deployment - QFD). Είναι μια δομική προσέγγιση που λαμβάνει τη γνώμη του πελάτη σε κάθε στάδιο σχεδιασμού και παραγωγής. Οι αποφάσεις λαμβάνονται ταυτόχρονα, αντί διαδοχικά, μέσω του συντονισμού όλων των εμπλεκόμενων μερών – μάρκετινγκ, μηχανικοί, διαχείριση και πελάτες. Όλα τα μέρη συνεισφέρουν, ώστε η δουλειά για ένα επιτυχές σχέδιο να λαμβάνει υπόψη τις απαιτήσεις του πελάτη.

Ακόμη, πολλές χώρες συνεργάστηκαν για να αναπτύξουν τα δικά τους πρότυπα ποιότητας και το 1994 ιδρύθηκε ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης ISO 9000, που αποτελεί ένα πρότυπο για την αξιολόγηση των προγραμμάτων ποιότητας που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις υπόκεινται σε έλεγχο από εξωτερικό πιστοποιημένο ελεγκτή, ο οποίος πιστοποιεί αν η εταιρεία συμμορφώνεται με όλες τις προϋποθέσεις και παρέχει ένα πιστοποιητικό. Οι εταιρείες που πληρούν τα πρότυπα, αναγράφονται σε ένα δημόσια προσβάσιμο ευρετήριο. Πολλές επιχειρήσεις αγοράζουν μόνο από προμηθευτές που είναι πιστοποιημένοι ως προς τα πρότυπα ISO, οπότε πολλές επιχειρήσεις προμηθευτών έχουν αφιερώσει πολύ χρόνο και πόρους για να εφεύρουν καινοτόμους τρόπους ώστε να ελέγχουν και να αναπτύσσουν διαδικασίες που τηρούν τα πρότυπα.

Επίσης, το 1988 ιδρύθηκε το *Ευρωπαϊκό Ίδρυμα για τη Διαχείριση της Ποιότητας* (European Foundation for Quality Management – EFQM, ήδη *EFQM Model*). Προσανατολίζεται στα αποτελέσματα που επιτυγχάνει μια εταιρεία, τα οποία έχουν επίδραση στο προσωπικό της, στην κοινωνία, στον πελάτη, και στην απόδοση της, ως αποτέλεσμα της διαχείρισης και ελέγχου των διαδικασιών μετατροπής των εισροών σε εκροές.

Βέβαια, προκειμένου το αποτέλεσμα που παραδίδεται στον τελικό χρήστη να είναι αντίστοιχο της ποιότητας που επιδιώκει μια επιχείρηση, θα πρέπει τα ίδια πρότυπα ποιότητας να εφαρμόζονται σε όλα τα κομμάτια της εφοδιαστικής αλυσίδας. Ένα καλό παράδειγμα δίνεται από την αλυσίδα εστιατορίων McDonald's. Όταν άνοιξαν για πρώτη φορά εστιατόριο στη Μόσχα, έχτισαν μαζί μια ολόκληρη αλυσίδα εφοδιασμού για την καλλιέργεια, εκτροφή, επεξεργασία και διανομή του φαγητού, ώστε να εξασφαλίσουν ότι επιτυγχάνεται το απαιτούμενο επίπεδο ποιότητας και υπηρεσίας. Έτσι, εξασφάλισαν ότι όλα τα μέρη της αλυσίδας εφοδιασμού συμμορφώνονταν και έλεγχαν τις απαιτήσεις ποιότητας. Σε μια περίοδο παγκόσμιου ανταγωνισμού, το κύριο ενδιαφέρον τίθεται στην αποδοτικότητα της αλυσίδας εφοδιασμού καθενός ανταγωνιστή. Η επιχείρηση που εφαρμόζει καινοτομίες στην αλυσίδα εφοδιασμού, όσον αφορά το προϊόν και την υπηρεσία της, είναι αυτή που θα επιβιώσει.

Υπάρχουν βέβαια και θεωρίες που υποστηρίζουν τον ανασχεδιασμό των επιχειρησιακών διαδικασιών (Business process re-engineering – BPR) με σκοπό την αλματώδη βελτίωση των μέσων μέτρησης της απόδοσης, όπως το κόστος, η ποιότητα, η υπηρεσία και η ταχύτητα. Η μέθοδος αυτή χρησιμοποιήθηκε εκτενώς την δεκαετία του 1980 από την βιομηχανία πληροφορικής, όταν ο φθηνός και με διαρκώς όλο και πιο ισχυρό δίκτυο προσωπικός υπολογιστής άρχισε να αντικαθιστά τους μεγάλους κεντρικούς υπολογιστές. Οι υποστηρικτές απορρίπτουν την προσέγγιση των μικρών και διαρκών αλλαγών, ως αντίπαλο της καινοτομίας, καθώς μόνο οι ριζοσπαστικοί νεωτερισμοί θα επιτρέψουν στις επιχειρήσεις να επιβιώσουν στην σύγχρονη εποχή.¹¹ Ωστόσο, όσοι αμφισβητούν αυτήν την προσέγγιση, ισχυρίζονται ότι με αυτόν τον τρόπο, συχνά αχρηστεύεται σχεδόν το σύνολο της E&A όπου έχει επενδύσει μια επιχείρηση, με σκοπό να κυκλοφορήσει κάτι το ρηξικέλευθο, που μόνο βραχυπρόθεσμα θα αποφέρει έσοδα.

11 T. Peters, 1997, *The Circle of Innovation: You Can't Shrink Your Way to Greatness*, Vintage Books

Οι ανωτέρω προσεγγίσεις εκφράζουν απόψεις, και έχουν όλες τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα τους. Πιθανώς να είναι απαραίτητο για όλες τις επιχειρήσεις, να εναλλάσσονται μεταξύ τους, αναλόγως των συνθηκών. Οι ριζοσπαστικές εφευρέσεις μπορούν να ακολουθούνται από σταδιακές και λιγότερο εκθαμβωτικές βελτιώσεις. Τα διοικητικά στελέχη και οι διευθυντές οφείλουν να αντιλαμβάνονται τα υπέρ και τα κατά αμφότερον των προσεγγίσεων.

1.4. Η οργανωτική γνώση της επιχείρησης ως κριτήριο της στρατηγικής

Οι καινοτόμες λύσεις που διαθέτει μια επιχείρηση σε σχέση με τους ανταγωνιστές, της προσδίδουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Ωστόσο, η καινοτομία πρέπει να συνοδεύεται από σωστή ανάγνωση της αγοράς - ώστε να εντοπίζονται έγκαιρα οι ευκαιρίες - και από τις απαραίτητες οργανωτικές ικανότητες για την κυκλοφορία του προϊόντος ή υπηρεσίας στην αγορά. Η επιχείρηση πρέπει να είναι σε θέση να μετατρέπει τους διανοητικούς, τους γνωστικούς και τους τεχνολογικούς της πόρους σε κάτι που ανταποκρίνεται στις επιθυμίες των πελατών. Σε αυτήν τη λειτουργία συνεισφέρουν συνδυασμοί πόρων όπως: *τεχνολογικά προϊόντα και διανομή· τεχνολογικά προϊόντα και επένδυση στον τομέα του μάρκετινγκ· διανομή και μάρκετινγκ*. Για την διοίκηση της εκάστοτε επιχείρησης, οι επιλογές σχετικά με την κατεύθυνση που θα ακολουθήσει η εταιρεία είναι θεωρητικά αμέτρητες, ιδίως όταν δραστηριοποιείται σε περισσότερες αγορές.

Στην πραγματικότητα όμως, μια επιχείρηση δεσμεύεται πολύ περισσότερο από την παρούσα θέση της στην αγορά και από το γνωστικό υπόβαθρο που έχει ως τώρα αναπτύξει. Ιδίως σε κλάδους εντάσεως-τεχνολογίας, αλλά και σε όλους σε έναν βαθμό, η ανάπτυξη γνωστικού υποβάθρου απαιτεί χρόνο, ανθρώπινο κεφάλαιο, πολλές δοκιμές και διαρκή μάθηση. Για αυτόν το λόγο, η κατεύθυνση που ακολουθεί μια επιχείρηση εξαρτάται από τις εδραιωμένες δυνατότητες της, δηλαδή την τεχνολογική βάση της, τις ικανότητες που έχουν αναπτυχθεί, την διανοητική της ιδιοκτησία, τις διαχειριστικές διαδικασίες που εφαρμόζει και τις ρουτίνες που τηρεί. Ακόμη, το περιβάλλον, μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται, αλλάζει διαρκώς, δηλαδή η διαθέσιμη τεχνολογία, οι συνθήκες της αγοράς, και η ζήτηση. Πρόκειται λοιπόν, για τις δυναμικές δυνατότητες μιας εταιρείας που καθορίζουν την επαφή της με την αγορά.

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας επιχείρησης πηγάζει από τους πόρους που διαθέτει από πλευράς γνώσης, ικανοτήτων, διαχειριστικών διαδικασιών και ρουτινών, εφόσον τα στοιχεία αυτά είναι δύσκολο να αντιγραφούν, δηλαδή διατηρήσιμα. Αντίστοιχα, η συσσώρευση γνώσης και η αποτελεσματική αφομοίωση και εφαρμογή της, διακρίνουν τις καινοτόμες επιχειρήσεις από τους λιγότερο καινοτόμους ανταγωνιστές. Το τελευταίο στοιχείο ονομάζεται, κοινώς, *οργανωτική μάθηση*.

Η συσσώρευση γνώσης από πολλές διαφορετικές εξωτερικές πηγές, δύναται να δημιουργήσει νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες συνδυάζοντας εμπορικές και τεχνικές ικανότητες της εταιρείας. Τα εμπορικά και τα τεχνικά τμήματα της εταιρείας ερευνούν τις πρακτικές της αγοράς, συγκεντρώνοντας πληροφορίες για τις εξελίξεις και αναλύοντας πώς αυτές εναρμονίζονται με τα δυνατά και αδύναμα σημεία της επιχείρησης. Αν προκύπτει μια επιχειρηματική ευκαιρία (π.χ. εντοπισμός μιας νέας αγοράς, στρατηγική συμμαχία που θα ενισχύσει το δίκτυο διανομής, αποτελεσματικές στρατηγικές τιμολόγησης), συγχρόνως με μια τεχνική ευκαιρία (π.χ. τεχνική γνώση όπως η βελτίωση της απόδοσης ενός νέου υλικού, μια ενδιαφέρουσα νέα

εφεύρεση, η ανάπτυξη μιας νέας διαδικασίας παρασκευής), και αμφότερες συμπίπτουν με τις ήδη υπάρχουσες εμπορικές και τεχνικές δυνατότητες της, η επιχείρηση μπορεί να μετατρέψει αυτές τις ευκαιρίες σε προϊόντα ή υπηρεσίες.

Συνεπώς, λαμβάνοντας υπόψη ότι οι εξελίξεις στο εξωτερικό περιβάλλον λαμβάνουν χώρα σε μεγάλο βαθμό ανεξάρτητα από κάθε επιχείρηση, οι ικανότητες μιας επιχείρησης να προσαρμόζεται θα καθορίσουν εάν θα επιβιώσει στην αγορά. Βεβαίως, είδαμε ότι οι διαθέσιμες επιλογές κάθε επιχείρησης καθορίζονται από τους πόρους της, την κληρονομιά της, τις ικανότητες και τις επιδιώξεις της. Αυτοί οι παράγοντες ορίζουν την στρατηγική καινοτομίας που θα ακολουθήσει η επιχείρηση, σύμφωνα με την οποία θα κατανεμηθούν οι πόροι της στις αντίστοιχες λειτουργίες της. Οι στρατηγικές καινοτομίας κατηγοριοποιούνται ως εξής:

- *Ηγέτης*. Στοχεύει να είναι πρωτοπόρος στην αγορά, ο πρώτος που θα κυκλοφορήσει καινοτόμα προϊόντα σε πολλές διαφορετικές αγορές. Συνήθως, στοχεύει σε πελάτες εύπορους που είναι διατεθειμένοι να αναλάβουν τους κινδύνους μιας μη δοκιμασμένης καινοτομίας. Οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι δημιουργικές, δηλαδή να εντοπίζουν και να υποστηρίζουν τις ιδέες που αναπτύσσονται εντός και εκτός της επιχείρησης. Κατά τη διάρκεια ανάπτυξης των προϊόντων, αναζητούν δοκιμαστές των προϊόντων για να ακούσουν τα σχόλια τους. Η διοικήσεις καλλιεργούν κουλτούρα ανταλλαγής απόψεων και διαφορετικότητας μέσα στην επιχείρηση. Αξιοποιούν δίκτυα, συνέργειες στην αλυσίδα παραγωγής και στρατηγικές συμμαχίες για να υποστηρίξουν την καινοτομία και να προωθήσουν τη γνώση. Δίνουν μεγάλη αξία στην γρήγορη εμπορευματοποίηση των ιδεών τους. Διαρκώς αναζητούν τρόπους για να αχρηστεύουν τα υφιστάμενα προϊόντα τους αναπτύσσοντας νέα. Μπαίνοντας πρώτες στην αγορά, δημιουργούν εμπόδια εισόδου στους ανταγωνιστές (οικονομίες κλίμακας, εμπειρία, φήμη, ηγεσία τεχνολογίας, κόστος αλλαγής των αγοραστών) και καθυστερούν την είσοδο τους. Έτσι, εκμεταλλεύονται τις τιμές μονοπωλίου στην αρχή και εδραιώνουν τη θέση τους στην αγορά και ένα μέρος της πελατείας. Πρόκειται για στρατηγική με μεγάλο ρίσκο, ιδίως σε αγορές με εξωτερικότητες δικτύου, τις οποίες μπορούν να εκμεταλλευτούν οι ανταγωνιστές που θα εισέλθουν αργότερα¹².
- *Γρήγορος ακόλουθος*. Κατά κανόνα μιμείται το επιτυχημένο προϊόν του Ηγέτη και τις προσπάθειες του για την ανάπτυξη της αγοράς, ώστε να προσφέρει μια βελτιωμένη πρόταση αξίας. Στοχεύει επίσης σε πελατεία διατεθειμένη να αναλάβει κινδύνους και τα πρώτα τμήματα της μαζικής πελατείας. Μπορεί να ξεπεράσει τον Ηγέτη, εφόσον εντοπίσει και καλύψει μια θέση στην αγορά από άποψη ανώτερης ποιότητας, χαμηλότερου κόστους, καλύτερης διαφήμισης ή διανομής και με νέες στρατηγικές που αλλάζουν τους όρους της αγοράς. Συνήθως, αναπτύσσεται γρηγορότερα και

12 J. Mohr, S. Sengupta, S. Slater, 2010, *Marketing of High Technology Products and Innovations*, 3rd Edition, Pearson Education Inc., pp 61-64

έχει μεγαλύτερες προοπτικές στην αγορά, σε σχέση με τον Ηγέτη, καθώς δύναται να μιμηθεί την εφεύρεση του και να την παράγει πιο φθηνά. Τόσο η στρατηγική ηγεσίας, όσο και η στρατηγική του γρήγορου ακόλουθου, συχνά υιοθετούνται εκ περιτροπής από επιχειρήσεις που ανταγωνίζονται μεταξύ τους για την ηγεσία της αγοράς. Η μία επιχείρηση θα είναι κατ' αρχήν πρώτη με ένα προϊόν, και θα βρεθεί να ακολουθεί την άλλη στην κυκλοφορία κάποιου επόμενου προϊόντος. Πρόκειται για τον υγιή ανταγωνισμό, τον οποίο υποστηρίζουν οι Κυβερνήσεις παγκοσμίως¹³.

- *Ελαχιστοποίηση κόστους.* Στοχεύει στα πρώιμα και τα ύστερα τμήματα της μαζικής πελατείας με ανώτερο συνδυασμό ποιότητας-τιμής-ευκολίας στην αγορά. Η επιτυχία εξαρτάται από το αν επιτυγχάνονται οικονομίες κλίμακας στην παραγωγή. Η στρατηγική απαιτεί εκπληκτικές δυνατότητες παραγωγής και κατάλληλες τεχνικές διαδικασίες, σε αντιστάθμισμα της χαμηλότερης τεχνολογικής βάσης. Εφόσον εδραιωθεί, προστατεύει τη θέση του στην αγορά από τους ανταγωνιστές με ηγεσία κόστους στην αλυσίδα αξίας. Επιδιώκει τεχνολογική, παραγωγική και διανεμητική αποδοτικότητα¹⁴.
- *Εξειδικευμένος σε τμήμα της αγοράς.* Ικανοποιεί τις απαιτήσεις συγκεκριμένων πελατών, όχι του συνόλου της αγοράς. Απευθύνεται σε εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς ή πελάτες. Καλλιεργεί σχέσεις διαρκείας με τους πελάτες. Ικανοποιεί ειδικές ανάγκες, που μόνο αυτός αναγνωρίζει, λόγω γνώσης του πελάτη. Κατά κανόνα, αντλεί από την πρώιμη και την ύστερη πελατεία¹⁵.

13 J. Mohr, S. Sengupta, S. Slater, 2010, *Marketing of High Technology Products and Innovations*, 3rd Edition, Pearson Education Inc., pp 64

14 J. Mohr, S. Sengupta, S. Slater, 2010, *Marketing of High Technology Products and Innovations*, 3rd Edition, Pearson Education Inc., pp 66

15 J. Mohr, S. Sengupta, S. Slater, 2010, *Marketing of High Technology Products and Innovations*, 3rd Edition, Pearson Education Inc., pp 65

1.5. Η στρατηγική της έρευνας και ανάπτυξης σε συνδυασμό με την επιχειρησιακή στρατηγική

Η έρευνα & ανάπτυξη είναι ένας όρος που έχει τη σημασία, που το πλαίσιο στο οποίο λειτουργεί κανείς του δίνει. Έρευνα για τους ακαδημαϊκούς σημαίνει την ανακάλυψη νέας γνώσης. Η βιομηχανία την ορίζει πιο γενικά, εντάσσοντας στην έννοια της τόσο τη δημιουργία νέας γνώσης, όσο και την εφαρμογή υφιστάμενης γνώσης για την ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος. Πρόκειται δηλαδή για μια αλληλουχία που αρχίζει από την επιστημονική γνώση και τις αρχές της, και καταλήγει στην παραγωγή ενός εμπορεύματος. Η E&A διαδραματίζει ρόλο σε κάθε σημείο αυτής της συνέχειας. Οι επιχειρήσεις συγκεντρώνουν επιστημονική γνώση από ποικίλες πηγές. Για παράδειγμα, στην κατασκευή ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή θα πρέπει να εφαρμοστεί τεχνογνωσία που αφορά στην τεχνολογία μικροεπεξεργαστών, οπτικής απεικόνισης και λογισμικών. Προκύπτει λοιπόν, ότι είναι σχεδόν αδύνατον μια εταιρεία να είναι ηγέτης σε όλους αυτούς του τομείς.

Η διαχείριση της E&A διαφέρει έντονα από κλάδο σε κλάδο και από επιχείρηση σε επιχείρηση. Ωστόσο, κάποιοι κανόνες ισχύουν ανεξαρτήτως τομέα δραστηριότητας. Όσον αφορά στο ποσό που είναι βιώσιμο να επενδύει μια εταιρεία σε E&A, έχει εκφραστεί ο εξής τύπος:

$$E\&A \text{ ως } \% \text{ των πωλήσεων} = (\text{ποσό επένδυσης σε E\&A} / \text{συνολικός τζίρος πωλήσεων} \times 100\%)$$

Είναι βέβαιο, ότι οι πόροι που μπορεί κάθε επιχείρηση να διαθέσει εξαρτώνται από το μέγεθός της. Βάσει του ανωτέρω τύπου, είναι δυνατό να εξακριβωθεί η ένταση της E&A εντός μιας επιχείρησης. Σε κάθε περίπτωση, η E&A δεν είναι είναι προτεραιότητα για κάθε κλάδο βιομηχανίας. Την δεκαετία του 1980, υπήρχε η τάση για μεταφορά τεχνολογίας, και οι επιχειρήσεις πίστευαν ότι μπορούσαν να αγοράσουν οποιαδήποτε τεχνολογική γνώση χρειαζόνταν. Η άποψη αυτή αμφισβητείται πλέον, και οι επιχειρήσεις θεωρούν κατά κανόνα τις επενδύσεις σε E&A ως επωφελείς. Η δυσκολία σχετίζεται με το πού να στρέψουν τους πόρους τους, και πότε να σταματήσουν να επενδύουν σε ένα έργο το οποίο, ενώ ιδανικά θα μπορούσε να επιφέρει τεράστια κέρδη, διαφαίνεται ότι θα αποτύχει. Σε κάθε περίπτωση, δεν υπάρχει κάποια σαφής αναλογία μεταξύ της επένδυσης σε E&A και της κερδοφορίας μιας επιχείρησης. Όμως, γίνεται δεκτό ότι υπάρχει σχέση μεταξύ E&A και μακροπρόθεσμης ανάπτυξης της επιχείρησης. Έτσι λοιπόν, πρόκειται για μακροπρόθεσμη επένδυση.

Τα στάδια της E&A σε κάθε επιχείρηση μπορούν να διακριθούν στα εξής:

- *Βασική έρευνα.* Εργασία γενικής φύσης που εφαρμόζει σε ποικίλες χρήσεις ή σε νέα γνώση γύρω από ένα ζήτημα. Συνήθως, λαμβάνει χώρα στα εργαστήρια πανεπιστημίων ή μεγάλων επιχειρήσεων. Το προϊόν αυτής της εργασίας θα πάρει τη μορφή επιστημονικών άρθρων, ενώ κάποια ευρήματα θα ερευνηθούν περαιτέρω για να αναπτύξουν νέες τεχνολογίες.

- *Εφαρμοσμένη έρευνα.* Χρήση υπαρκτών επιστημονικών αρχών για την επίλυση ενός συγκεκριμένου προβλήματος. Μπορεί να οδηγήσει σε νέες τεχνολογίες και σε διπλώματα ευρεσιτεχνίας. Σε αυτό το στάδιο συχνά προκύπτουν νέα εμπορεύσιμα προϊόντα. Συνήθως λαμβάνει χώρα σε μεγάλες εταιρείες και σε τμήματα πανεπιστημίων.
- *Ανάπτυξη.* Ομοιάζει με την εφαρμοσμένη έρευνα στο ότι χρησιμοποιούνται υπαρκτές επιστημονικές αρχές, αλλά η έμφαση δίνεται στο προϊόν, όπως η υπέρβαση ενός τεχνικού προβλήματος. Μπορεί να γίνεται έρευνα για την βελτίωση της απόδοσης ενός προϊόντος.
- *Τεχνική υπηρεσία.* Παρέχεται μια υπηρεσία σε υπαρκτά προϊόντα και διαδικασίες. Συχνά αφορά σε βελτιώσεις σε προϊόντα, διαδικασίες ή συστήματα από άποψη κόστους και απόδοσης

Η απόφαση ως προς το πού θα κατευθύνει την Ε&Α της μια επιχείρηση πρέπει να σταθμίσει διάφορους παράγοντες, όπως το εξωτερικό περιβάλλον της. Πρέπει να αποφασίσει ποιες τεχνολογίες έχουν ενδεχομένως κάνει τον κύκλο τους και δεν έχουν προοπτικές για περαιτέρω έρευνα, καθώς και πού της επιτρέπουν να κατευθυνθεί οι δυνατότητες της.

Η ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος βοηθά την επιχείρηση, να κατανοήσει την δομή του κλάδου της και να εντοπίσει την θέση στην αγορά, που θα είναι πιο προσοδοφόρα και λιγότερο ευάλωτη στον ανταγωνισμό, ώστε να προγραμματίσει τις καινοτομίες που θα της χρειαστούν και τις αγορές που θα εισέλθει στο μέλλον. Γίνεται μελετώντας τις πέντε δυνάμεις που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα κάθε αγοράς: ο αριθμός των *υφιστάμενων ανταγωνιστών* στον κλάδο της αγοράς· ο *κίνδυνος εισόδου νέων ανταγωνιστών*· η *διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών*· η *διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών*· ο κίνδυνος που συνιστούν τα *υποκατάστατα προϊόντα*¹⁶.

Καθεμία από τις αποφάσεις αυτές πρέπει να βρίσκεται σε αρμονία με το στρατηγικό μάνατζμεντ της επιχείρησης, ώστε να ενισχύσει τη λειτουργία των τμημάτων μάρκετινγκ και πωλήσεων. Η στρατηγική της Ε&Α κυμαίνεται μεταξύ διατήρησης και επέκτασης. Στόχος μπορεί να είναι απλά η επιβίωση της επιχείρησης, ιδίως όταν έχει ληφθεί απόφαση για έξοδο από την αγορά. Μπορεί να είναι η διατήρηση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης μέσω βελτιώσεων στα προϊόντα και στις διαδικασίες, για να μην υστερήσουν σε σχέση με εξελισσόμενους ανταγωνιστές. Η βελτίωση των προϊόντων και διαδικασιών ενδέχεται να έχει στόχο να αποκτηθεί άριστη κατανόηση της σχετικής τεχνολογίας, ώστε να διατηρηθεί ηγετική θέση στην αγορά. Τέλος, πιθανώς η επιχείρηση να θέλει να αναπτύξει μια ριζοσπαστική νέα τεχνολογία την οποία θα κατοχυρώσει με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, που θα της δώσει πλεονέκτημα σε σχέση με όλη την αγορά.

Συνήθως, οι διαθέσιμοι πόροι για Ε&Α είναι που καθοδηγούν την στρατηγική, καθώς όταν ένα έργο δεν παρουσιάζει προοπτικές κερδοφορίας με βάση την έως τότε έρευνα, τότε διακόπτεται η χρηματοδότηση.

16 M. E. Porter, January 2008, *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*, Harvard Business Review

Οπότε η κατεύθυνση της έρευνας από πλευράς εταιρικής στρατηγικής βρίσκεται σε συνάρτηση με το τι χρειάζεται η επιχείρηση, τι θα έπρεπε να κάνει το τμήμα E&A και τι μπορεί να κάνει. Αυτό βέβαια, έχει μεγάλη σχέση με τον κλάδο της επιχείρησης. Για παράδειγμα, η νέα τεχνολογία δεν έχει σε όλους τους κλάδους την ίδια επίδραση στην ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης.

Πόσο όμως από το εταιρικό κεφάλαιο ενδείκνυται να επενδύεται σε E&A; Όπως αναφέρθηκε, πρόκειται για μακροπρόθεσμη επένδυση, της οποίας το κόστος δεν μπορεί να υπολογίζεται με ακρίβεια σε κάθε ετήσιο προϋπολογισμό. Πότε ακριβώς θα χρειαστεί μια ακόμα μεγάλη επένδυση στην έρευνα, δεν είναι δυνατό να το γνωρίζει η διοίκηση της επιχείρησης, και, αν αυτό συμβεί, σίγουρα δυσχεραστεί άλλα τμήματα όπως το μάρκετινγκ και τις πωλήσεις, τα οποία μπορούν επίσης να αξιοποιήσουν αυτούς του πόρους, αν τους ανατεθούν.

Ο προϋπολογισμός για E&A επηρεάζεται από βραχυπρόθεσμες διακυμάνσεις στην απόδοση και την διαθεσιμότητα κεφαλαίου, τα οποία επίσης επηρεάζονται από τον ετήσιο προϋπολογισμό. Επίσης, επιρροή ασκούν και οι μακροπρόθεσμες τεχνολογικές ανάγκες της εταιρείας. Οι παράγοντες που πρέπει να λάβει υπόψη η διοίκηση σε σχέση με την επένδυση σε E&A είναι κυρίως, τα ποσά που επενδύουν οι ανταγωνιστές σε E&A, τους στόχους μακροπρόθεσμης μεγέθυνσης της επιχείρησης, την ανάγκη για σταθερότητα και τις παραμορφώσεις που επιφέρουν τα μεγάλα έργα.

Ανεξάρτητα από την βραχυπρόθεσμη απόδοση της E&A, υπάρχει και η μακροπρόθεσμη. Η τεχνολογική γνώση χτίζεται μέσα σε πολλά χρόνια δια πολλών συνεχόμενων βραχυπρόθεσμων έργων. Η επένδυση στη γνώση λοιπόν, σε πολλές περιπτώσεις δεν πάει χαμένη. Οι χρηματοοικονομικές προγνώσεις που γίνονται τον καιρό που επιλέγεται ένα έργο E&A συχνά διαψεύδονται, είτε γιατί το κόστος ανάπτυξης αποβαίνει πολύ μεγαλύτερο απ' ό,τι υπολογιζόταν, είτε τα οφέλη είναι πολύ μικρότερα ή μεγαλύτερα σε σχέση με τις προβλέψεις.

1.6. Η έρευνα και ανάπτυξη στην παραγωγή νέων προϊόντων

Όταν μια επιχείρηση αναπτύσσει μια καινοτομία, είναι άσκοπο να προκαθορίζει αν η δημιουργία της θα την καταστήσει ηγέτη ή ακόλουθο στην αγορά, καθώς και αν θα καταλήξει στην ανάπτυξη ενός καινοτόμου προϊόντος ή μιας καινοτόμου διεργασίας. Ο λόγος για αυτό είναι ότι η καινοτομία της επιχείρησης δεν πληροί από μόνη της τις προϋποθέσεις, που χρειάζονται για να επιτύχει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Η καινοτόμος ιδέα πρέπει να συμπληρώνεται από άλλα στοιχεία, όπως το μάρκετινγκ και δίκτυα διανομής, προκειμένου να είναι εμπορικά επιτυχής. Όπως και η ανάπτυξη της καινοτομίας, η ανάπτυξη αυτών των στοιχείων που θα καταστήσουν δυνατή την επιτυχή εκμετάλλευση, απαιτεί χρόνο και εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το μέγεθος της επιχείρησης, την έως τώρα εμπειρία της και τις συσσωρευμένες δυνατότητες της.

Οι δύο βασικοί κίνδυνοι που πρέπει να σταθμίσει είναι: ο *κίνδυνος καταλληλότητας*, που αντιπροσωπεύει την ευκολία των ανταγωνιστών να μιμηθούν την καινοτομία. Η καλύτερη προστασία εναντίον αυτού του κινδύνου είναι η κατοχύρωση της καινοτομίας με δικαίωμα διανοητικής ιδιοκτησίας, καθώς και μέσω του ελέγχου συμπληρωματικών πόρων (όπως η δημιουργία και καθιέρωση εμπορικού σήματος, η διανομή, οι εξειδικευμένες υπηρεσίες κτλ)· και ο *κίνδυνος της αχρήστευσης των ήδη εδραιωμένων ικανοτήτων*, που σημαίνει την μεταβλητότητα και την αβεβαιότητα από άποψη κατεύθυνσης και αποδοχής από την αγορά, τις οποίες συνεπάγεται η ανάπτυξη καινοτομίας. Δηλαδή, αν μια επιχείρηση αναπτύσσει μια ρηξικέλευθη τεχνολογία, πρέπει να στελεχώνεται με έμπειρο και εξειδικευμένο προσωπικό, ώστε να είναι προετοιμασμένη να διαχειριστεί πολλά απρόβλεπτα αποτελέσματα.

Αυτοί οι δύο κίνδυνοι είναι συνήθως αντιστρόφως ανάλογοι. Επομένως, οι επιχειρήσεις αναπτύσσουν καινοτομίες που είναι ιδιαίτερα ριζοσπαστικές και αβέβαιες ως προς το αποτέλεσμα τους, όταν ο κίνδυνος καταλληλότητας είναι χαμηλός (π.χ. είναι δυνατή η προστασία της διανοητικής τους ιδιοκτησίας από τους ανταγωνιστές, όπως συμβαίνει με τις φαρμακευτικές εταιρείες και τους παραγωγούς λογισμικού). Αντίστοιχα, οι επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν μεγαλύτερο κίνδυνο καταλληλότητας, εστιάζουν σε βελτιωτικές και πιο προβλέψιμες τεχνολογίες (π.χ. ο κλάδος τροφίμων και άλλων προϊόντων ευρείας κατανάλωσης). Οι επιχειρήσεις που αναπτύσσουν πιο ριζοσπαστικές καινοτομίες πρέπει να είναι ευέλικτες στη χρήση των βασικών πόρων τους, όπως το εξειδικευμένο προσωπικό τους, και στην αλλαγή της κατεύθυνσης τους. Οι επιχειρήσεις που αναπτύσσουν τεχνολογίες που μπορούν πιο εύκολα να αντιγραφούν, πρέπει να αναπτύσσουν συμπληρωματικούς πόρους, όπως ισχυρό σήμα και διανομή, και να τους ενσωματώνουν στην λειτουργία τους. Με αυτόν τον τρόπο προσαρμόζονται οργανωτικά περισσότερο στον πελάτη, και έτσι είναι πιο δύσκολο να τις μιμηθούν οι ανταγωνιστές.

Δεν υπάρχει λοιπόν, μια κοινώς αποδεκτή και εφαρμόσιμη συνταγή της επιτυχίας. Εντούτοις, οι ειδικοί στη διαχείριση της καινοτομίας συμφωνούν στα εξής απαραίτητα στοιχεία:

- ικανότητα να συντονίζονται και να ενσωματώνονται λειτουργικές και εξειδικευμένες ομάδες για την εφαρμογή της καινοτομίας·
- διαρκής ανατροφοδότηση σχετικά με την καταλληλότητα των τμημάτων αγοράς, της αποστολής και των ικανοτήτων που χρειάζονται για την εκμετάλλευση ευκαιριών·
- μακροπρόθεσμος σχεδιασμός για την συσσώρευση τεχνολογικής γνώσης από την επιχείρηση.

Όμως, στην σύγχρονη εποχή, οι επιχειρήσεις που ασχολούνται παράλληλα με πολλούς τομείς καινοτομίας, συνηθίζουν να αποκτούν από εξωτερικές πηγές την γνώση και την τεχνολογία που χρειάζονται. Αντιμετωπίζουν το τεχνολογικό τους υπόβαθρο ως περιουσιακό στοιχείο. Η διατήρηση σχέσεων με άλλες επιχειρήσεις, τις βοηθά στο να αποκτούν τεχνολογία και να ενημερώνονται για τις εξελίξεις. Συνεπώς, οι επιχειρήσεις πρέπει να διατηρούν ανοικτούς διαύλους επικοινωνίας με ερευνητικά τμήματα πανεπιστημίων, να συνάπτουν συμβάσεις τεχνολογικής συνεργασίας με ανταγωνιστές και να λαμβάνουν και να παρέχουν άδειες χρήσης της διανοητικής ιδιοκτησίας τους, όπως και να δέχονται και να δίνουν συμβουλευτικές υπηρεσίες. Το προσωπικό ενός τμήματος E&A πρέπει να βρίσκεται σε επαφή με τους πελάτες και τους προμηθευτές για την επίλυση τυχόν προβλημάτων και την βελτίωση των προϊόντων. Συμπερασματικά, το προφίλ του προσωπικού ενός τμήματος E&A δεν είναι μόνο αυτό το εξειδικευμένου επιστήμονα, αλλά και του ερευνητή που έρχεται σε επαφή με το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, ώστε να κατανοήσει τις ανάγκες των πελατών, τις αλλαγές στην αγορά και την δραστηριότητα των ανταγωνιστών. Έτσι, γίνεται κατανοητό ότι η E&A διακρίνεται σε εσωτερική και εξωτερική.

Η *εσωτερική* λαμβάνει χώρα είτε σε κεντρικά εργαστήρια μιας επιχείρησης, στα οποία επιστήμονες από διαφορετικά τμήματα E&A της επιχείρησης εργάζονται μαζί, όπου είναι δυνατόν να προκύψουν επωφελείς συνέργειες μεταξύ τεχνολογιών με εφαρμογή σε διαφορετικές αγορές· είτε σε αποκεντρωμένα εργαστήρια των επιχειρηματικών μονάδων μιας επιχείρησης, όπου θεωρείται ότι ο σύνδεσμος της E&A με την αγορά είναι αμεσότερος, λόγω της έμφασης σε ένα συγκεκριμένο τμήμα· είτε σε εξωτερικά εργαστήρια, τα οποία η επιχείρηση πληρώνει για να της παρέχουν υπηρεσίες E&A.

Η *εξωτερική* E&A διαφέρει από την απόκτηση τεχνολογίας που έχει αναπτυχθεί από κάποιον τρίτο. Η διαφορά έγκειται στον βαθμό κατανόησης της σχετικής τεχνολογίας, με την έννοια του γνωστικού υποβάθρου. Η θέσπιση μιας στρατηγικής συμμαχίας επικεντρωμένης στην E&A ή η σύναψη ενός συμβολαίου με κάποιον τρίτο για εξωτερική E&A, απαιτεί υψηλό επίπεδο κατανόησης της τεχνολογίας από την επιχείρηση που αποκτά.

Η εξωτερική E&A μπορεί να πάρει τις εξής μορφές: *συμβόλαιο με τρίτο μέρος*, όπου η επιχείρηση έχει χαμηλό επίπεδο κατανόησης της τεχνολογίας. Συνήθως, η έρευνα διενεργείται από τμήματα πανεπιστημίων ή από οργανισμούς που ασχολούνται με εμπορική έρευνα σε επείγουσες περιστάσεις, όταν η επιχείρηση αδυνατεί να στελεχώσει εσωτερικά τμήματα E&A· *στρατηγικές συμμαχίες με σύσταση κοινής επιχείρησης*, όπου οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις μοιράζονται τους κινδύνους και τα οφέλη του έργου, μαζί με την τεχνογνωσία τους. Συνήθως, θεσπίζονται για ένα συγκεκριμένο έργο και μετά την αποπεράτωση διαλύονται. Αποφεύγονται από πολλές επιχειρήσεις, καθώς συνεπάγονται μεταφορά τεχνογνωσίας, δίχως απαραίτητα να καταλήγουν σε οφέλη· *κοινοπραξίες έρευνας & ανάπτυξης*, όπου επιχειρήσεις ανταλλάσσουν τεχνογνωσία και έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν τα πρότυπα του κλάδου τους με την ανάπτυξη μιας νέας τεχνολογίας, μειώνοντας παράλληλα το κόστος και τους κινδύνους για καθεμία. Βέβαια, όπως με τη σύσταση κοινής επιχείρησης, είναι πιθανό να μην λάβουν αντίστοιχα οφέλη σε σχέση με την τεχνογνωσία που παραχώρησαν, ενώ μπορεί να παρουσιάζουν κίνδυνο να διαλυθούν από τις αρχές ενός κράτους, λόγω τυχόν συμπράξεων (cartel) που ενδέχεται να προκύψουν μεταξύ των κοινοπρακτούντων επιχειρήσεων.

Οι διαχειριστές της E&A πρέπει να αναπτύσσουν συστήματα και διαδικασίες, που ενισχύουν τις πιθανότητες επιτυχίας. Έρευνες έχουν δείξει, ότι τα οργανωτικά χαρακτηριστικά μιας επιχείρησης που υποστηρίζουν την διαδικασία της καινοτομίας και την διαχείριση της E&A, είναι:¹⁷

- Προσανατολισμός στη μακροπρόθεσμη μεγέθυνση της επιχείρησης, σε αντίθεση με τα βραχυπρόθεσμα κέρδη·
- Διαρκής έρευνα του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης, για τον εντοπισμό απειλών και ευκαιριών·
- Μακροπρόθεσμη επένδυση στην ανάπτυξη τεχνολογίας·
- Αποδοχή κινδύνων, ως μέρος ενός ισορροπημένου (από άποψη συνολικού κινδύνου) επενδυτικού χαρτοφυλακίου·
- Διαλειτουργική συνεργασία, μεταξύ του προσωπικού των διαφορετικών τμημάτων της επιχείρησης·
- Δεκτικότητα για την εκμετάλλευση τεχνολογίας που έχει αναπτυχθεί από τρίτους·
- Χαλαρότητα, ώστε να αφήνεται χώρος στη δημιουργικότητα σε σχέση με την αποδοτικότητα·
- Επίγνωση των επιχειρηματικών στόχων·
- Διαχείριση του έργου από τους κατάλληλους ανθρώπους, και με βάση σύστημα·

17 E. B. Roberts and A. R. Fushfield, 1981, *Staffing the innovative technology-based organisation*, Sloan Management Review, Spring, pp 19-34

- Επίγνωση των αλλαγών στις ανάγκες και στη φύση της αγοράς.
- Ποικιλία και διαφορετικότητα στις εξειδικευμένες γνώσεις και ικανότητες που αποτελούν την ομάδα.

Για την επιτυχή ανάπτυξη νέων προϊόντων, μια επιχείρηση επιδιώκει 3 στόχους: να ταιριάζει κατά το μέγιστον το προϊόν με τις απαιτήσεις των πελατών· να ελαχιστοποιήσει τον χρόνο του κύκλου παραγωγής· και να ελέγξει το κόστος ανάπτυξης. Για να πετύχει στην αγορά ένα προϊόν, πρέπει να προσφέρει πιο συναρπαστικά χαρακτηριστικά, καλύτερη ποιότητα, ή πιο ελκυστική τιμή από τους ανταγωνιστές. Η επιχείρηση πρέπει να γνωρίζει σαφώς τα χαρακτηριστικά στα οποία δίνουν μεγαλύτερη αξία οι πελάτες, αλλιώς κατευθύνει τις επενδύσεις της σε λανθασμένα στοιχεία. Επίσης, το κόστος ανάπτυξης ενός προϊόντος αυξάνει όσο επιμηκύνεται ο χρόνος παραγωγής (π.χ. μισθοί εργαζομένων, κόστος κεφαλαίου κτλ). Ακόμη, ένα σύντομος κύκλος ανάπτυξης επιτρέπει στην επιχείρηση να εντοπίσει ελαττώματα και να αναθεωρήσει τα προϊόντα της.¹⁸

Το τμήμα E&A μιας επιχείρησης είναι άμεσα συνδεδεμένο με την διαδικασία ανάπτυξης νέων προϊόντων. Κατ' αρχήν, προτού κάποιο προϊόν κυκλοφορήσει στην αγορά, έχουν προηγηθεί πολλά χρόνια συσσώρευσης γνώσης και ερευνητικού έργου. Επιπλέον, μετά την κυκλοφορία του προϊόντος το τμήμα E&A θα επιβλέπει και θα αξιολογεί κάθε στοιχείο του προϊόντος, όπως το σχέδιο του, την κατασκευή του, τα υλικά από τα οποία αποτελείται, τη διάρκεια που μπορεί να διατίθεται για πώληση, την επίδραση που θα έχει πάνω του η μεταφορά στον τελικό χρήστη, τη συσκευασία του, την ασφάλεια του και τη σχετική διανοητική ιδιοκτησία. Για αυτόν το λόγο, οι επιχειρήσεις επενδύουν σε E&A, με γνώμονα τα εξής:

- Την περαιτέρω ανάπτυξη των υφιστάμενων προϊόντων. Σε προϊόντα των οποίων ο κύκλος ζωής έχει μεγάλη διάρκεια πρόκειται για χρήσιμη τακτική (π.χ. βιομηχανία τροφίμων). Η E&A επεκτείνει τον κύκλο ζωής του προϊόντος, μέσω συνεχών βελτιώσεων. Όταν μια εταιρεία επιτυγχάνει μεγάλο μερίδιο αγοράς, πιθανώς θα επιδιώξει να συνεχίσει να κυκλοφορεί το προϊόν της μειώνοντας το κόστος παραγωγής, και αντίστοιχα την τιμή του.
- Γρήγορη κυκλοφορία ενός νέου προϊόντος. Αφορά κυρίως σε εταιρείες που αποσκοπούν να είναι τεχνολογικοί ηγέτες στον κλάδο τους, κυκλοφορώντας καινοτόμα προϊόντα στην αγορά πριν από τους ανταγωνιστές. Η τακτική αυτή είναι πολύ επιτυχής στην φαρμακοβιομηχανία, αλλά όχι απαραίτητα σε κάθε κλάδο.
- Καθυστερημένη κυκλοφορία νέου προϊόντος. Η επιχείρηση αργοπορεί να κυκλοφορήσει το προϊόν συνήθως για να δει την απόδοση που θα έχουν οι ανταγωνιστές, και να μειώσει τον κίνδυνο και το κόστος της. Οι εταιρείες ανάπτυξης λογισμικού κυκλοφορούν επιτυχημένα βελτιωμένες εκδόσεις και αναβαθμίσεις των προϊόντων τους κάθε 6 με 9 μήνες.

18 M. A. Schilling, 2013, *Strategic Management of Technological Innovation*, 4th Edition, McGraw-Hill, pp 233-235

- Μακροπρόθεσμα έργα. Πρόκειται για τομείς έρευνας σχετικά με προϊόντα τα οποία δεν βρίσκονται ακόμα στην αντίληψη του κοινού. Επιχειρήσεις εντάσεως-τεχνολογίας δουλεύουν πάνω σε προϊόντα με ορίζοντα κυκλοφορίας 10 χρόνων και περισσότερο.

Κάθε επιχείρηση αξιολογεί τα έργα E&A της με βάση κάποια κριτήρια:

- Τεχνικό. Έχει η επιχείρηση αρκετή εμπειρία από τη συγκεκριμένη τεχνολογία; Έχει τις απαραίτητες ικανότητες και υποδομές; Πόσες είναι οι πιθανότητες να πετύχει η E&A;
- Κατεύθυνση και ισορροπία της έρευνας. Είναι το έργο συμβατό με τους ερευνητικούς στόχους; Πώς επηρεάζει την ισορροπία κινδύνου στο χαρτοφυλάκιο των έργων της επιχείρησης;
- Ανταγωνισμός. Πού στέκεται αυτό το έργο σε σχέση με τον ανταγωνισμό; Πόσο πιθανό είναι να είναι το προϊόν μας ανώτερο;
- Διανοητική ιδιοκτησία. Είναι δυνατή η προστασία με κάποιο δικαίωμα διανοητικής ιδιοκτησίας; Ποιες θα είναι οι συνέπειες νομικής υπεράσπισης του δικαιώματος;
- Σταθερότητα της αγοράς. Πόσο σταθερή είναι η τεχνολογία; Έχει αναπτυχθεί αρκετά η σχετική αγορά; Υπάρχει κάποιο σχετικό βιομηχανικό πρότυπο;
- Ενσωμάτωση και συνέργεια. Πόσο ταιριάζει το έργο με τα άλλα προϊόντα και τους πόρους της επιχείρησης; Μπορεί να σταθεί μόνο του στην αγορά;
- Αγορά. Ποιο είναι το μέγεθος της αγοράς; Αναπτύσσεται η αγορά; Υπάρχει εγκατεστημένη πελατεία; Οι προοπτικές του έργου αντισταθμίζουν τα έξοδα που θα χρειαστούν;
- Εταιρική πελατεία. Η εγκατεστημένη πελατεία που έχει ήδη η εταιρεία εκδηλώνει ενδιαφέρον; Ή θα πρέπει να βρεθεί νέα πελατεία;
- Κατασκευή. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν υπαρκτοί πόροι; Θα χρειαστεί νέος εξοπλισμός, ικανότητες κτλ;
- Χρηματοοικονομικά. Απαιτούμενο ποσό επένδυσης και ποσοστό απόδοσης κεφαλαίων.
- Στρατηγική εφαρμογή. Το έργο υποστηρίζει τα βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα επιχειρηματικά σχέδια μας;

1.7. Μεταφορά τεχνολογίας

Κατά την δεκαετία του 1980, οι κυβερνήσεις του κόσμου συνειδητοποίησαν ότι η μεταφορά τεχνολογίας μπορούσε να δημιουργήσει πολλές ευκαιρίες, με τη λογική ότι η τεχνολογία που έχει ήδη παραχθεί και πληρωθεί από κάποιον άλλο, θα μπορούσε να αξιοποιηθεί από άλλες επιχειρήσεις και να παράγει κέρδη για τον εφευρέτη, συνεπώς και ανάπτυξη της οικονομίας. Τότε οι επιχειρήσεις άρχισαν να στελεχώνουν τμήματα μεταφοράς τεχνολογίας, τα οποία ερευνούσαν σε πανεπιστημιακά εργαστήρια και κρατικά ερευνητικά προγράμματα, ώστε να βρουν χρήσιμη τεχνολογία. Βεβαίως, ένα από τα πλεονεκτήματα αυτής της νέας τάσης ήταν ότι οι επιχειρήσεις άρχισαν να συνειδητοποιούν πως, κατά κάποιον τρόπο, οι ανταγωνιστές τους μπορούσαν να μετατραπούν σε επωφελείς συμμάχους.

Η μεταφορά βιομηχανικής τεχνολογίας ορίζεται ως: *“Η διαδικασία κατά την οποία προωθείται η τεχνική καινοτομία μέσω της μεταφοράς ιδεών, γνώσης, συσκευών και τεχνουργημάτων από πρωτοπόρες επιχειρήσεις, εργαστήρια έρευνας και ανάπτυξης και ακαδημαϊκούς φορείς σε πιο γενική και αποτελεσματική εφαρμογή στην βιομηχανία και το εμπόριο”*.¹⁹ Δεν ταυτίζεται με τη μεταφορά πληροφορίας, αλλά με τη μεταφορά γνώσης και τεχνογνωσίας.

Ωστόσο, η μεταφορά τεχνολογίας δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται από μια επιχείρηση ως απλώς πρόσβαση σε νέα τεχνολογία, αλλά ως μια ακόμη διαδικασία. Πρέπει να καλλιεργείται ένα δεκτικό περιβάλλον, ικανό να απορροφήσει και να αφομοιώσει τη νέα γνώση. Ως αναφέρθηκε, η ικανότητα μιας επιχείρησης να αξιολογήσει και να αξιοποιήσει γνώση που προέρχεται από έξω, σχετίζεται με το γνωστικό της υπόβαθρο και την εμπειρία της, ως αποτέλεσμα δικής της E&A. Οι επιχειρήσεις δράττουν τις τεχνολογικές ευκαιρίες, σύμφωνα με την αντίληψη που έχουν για τα οφέλη και το κόστος που συνεπάγονται σε σχέση με τις ανάγκες τους και τους τεχνικούς, οργανωτικούς και ανθρώπινους πόρους τους. Σύμφωνα με τα ανωτέρω, η διαδικασία της μεταφοράς τεχνολογίας έχει τα εξής στάδια:

- *Ενημέρωση.* Η επιχείρηση ερευνά το περιβάλλον της και βρίσκει τις διαθέσιμες τεχνολογίες. Η έρευνα γίνεται στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, σε επιστημονικές και εμπορικές εφημερίδες, σε βάσεις δεδομένων, στα κατοχυρωμένα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας κτλ.
- *Συσχετισμός.* Η επιχείρηση αναγνωρίζει την αξία που έχει η τεχνολογία για την ίδια, σύμφωνα με τις δυνατότητες και τις ανάγκες της. Αποφασίζεται πώς θα κατανεμηθούν οι πόροι της επιχείρησης, για να εφαρμοστεί η νέα τεχνολογία.
- *Αφομοίωση.* Η επιχείρηση διεχέει τις νέες ιδέες στις τάξεις της και, σύμφωνα με τον συσχετισμό που έχει κάνει, ανακαλύπτει επιχειρηματικές ευκαιρίες. Σε αυτό το στάδιο, η επιχείρηση

¹⁹ R.A.F. Seaton, M. Cordey-Hayes, January 1993, *The development and application of interactive models of industrial technology transfer*, Technovation, v. 13, pp. 45-53

“μαθαίνει” τη νέα τεχνολογία, δηλαδή δημιουργείται μια συνεχής ροή γνώσης από τους εργαζόμενους, που την εφαρμόζουν, προς τις ομάδες, που συμμετέχουν, και δημιουργούνται ρουτίνες, για να καταλήξει η νέα τεχνολογία να ενσωματωθεί στις δυνατότητες της επιχείρησης.

- *Εφαρμογή.* Η επιχείρηση εφαρμόζει την τεχνολογία για να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

1.8. Στρατηγική μάρκετινγκ του προϊόντος

Κάθε επιχείρηση έχει κάποια σημεία υπεροχής βάσει των ικανοτήτων της, τα οποία της προσδίδουν *συγκριτικό πλεονέκτημα* σε σχέση με τους ανταγωνιστές. Το συγκριτικό πλεονέκτημα σημαίνει ότι η επιχείρηση, στην παρούσα στιγμή, κάνει κάτι καλύτερα από τους ανταγωνιστές της. Ωστόσο, ένα πλεονέκτημα συνήθως αντιγράφεται εύκολα, συνεπώς πρέπει διαρκώς να αναζωογονείται. Αν η επιχείρηση επιτυγχάνει να διατηρήσει το συγκριτικό της πλεονέκτημα, τότε από σημείο υπεροχής, γίνεται *διακριτή υπεροχή* που της προσδίδει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Οι διακριτές υπεροχές είναι στοιχεία που αφορούν στην “*αρχιτεκτονική*” της επιχείρησης, και περιλαμβάνουν, εκτός του γνωστικού υποβάθρου της, δίκτυα σχέσεων που διατηρεί με πελάτες, προμηθευτές, διανομείς ή επιχειρήσεις με σχετικό τομέα δραστηριότητας. Για αυτόν το λόγο, η ανάπτυξη ενός προϊόντος κατά κανόνα γίνεται από *δίκτυα* εταιρικών σχέσεων και συμμαχιών, αντί από μεμονωμένους παραγωγούς. Τα δίκτυα μπορεί να είναι *οριζόντια*, δηλαδή μεταξύ ανταγωνιστών και με σκοπό την έρευνα και ανάπτυξη μιας τεχνολογίας, ή *κάθετα*, δηλαδή μεταξύ προμηθευτών, κατασκευαστών, διανομέων και πελατών

Προτού η διοίκηση οποιασδήποτε επιχείρησης διαθέσει τους - εξ αντικειμένου σπανίζοντες - πόρους της για την ανάπτυξη ενός προϊόντος, διενεργεί τον *προγραμματισμό προϊόντων*. Σε αυτό το στάδιο, επιλέγει την ποικιλία έργων στα οποία θα εργαστεί, καθώς και το χρονοδιάγραμμα ανάπτυξης τους. Ο σχεδιασμός γίνεται βάσει πληροφοριών που λαμβάνει από διάφορες πηγές, όπως το τμήμα μάρκετινγκ, το τμήμα Ε&Α, τους πελάτες, τις ομάδες που εργάζονται στα τρέχοντα έργα και τις ενέργειες των ανταγωνιστών. Ανατροφοδοτείται και δύναται να αλλάζει διαρκώς, βάσει των αλλαγών στο ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Πολλές επιχειρήσεις (με μεγάλο παράδειγμα την αυτοκινητοβιομηχανία) δεν αναπτύσσουν μόνο ένα προϊόν, αλλά δέσμες προϊόντων, οι οποίες απευθύνονται σε διαφορετικές ομάδες-στόχους της αγοράς. Οι διαφορετικές δέσμες προϊόντων, αντιμετωπίζονται ως ένα χαρτοφυλάκιο επενδύσεων σε διαφορετικά τμήματα της αγοράς. Έτσι, σε μια κλίμακα κατάταξης των προϊόντων της επιχείρησης με συντελεστές την στρατηγική ανταγωνισμού που ακολουθείται για καθένα (ηγεσία κόστους ή ηγεσία διαφοροποίησης), και την τιμή πώλησης, οι επιχειρήσεις θα ανταγωνίζονται στην αγορά με πολλές διαφορετικές δέσμες προϊόντων, που εναλλάσσονται ως προς την τιμή και την ποιότητα που παρέχουν στον πελάτη.

Οι διαθέσιμες επιλογές για την ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος κατηγοριοποιούνται κατά κανόνα ως εξής:

- *Δέσμες νέων προϊόντων*. Ανάπτυξη μιας νέας υπερέχουσας τεχνολογίας για την παραγωγή μιας νέας δέσμης προϊόντων

- *Παράγωγα υφιστάμενων προϊόντων.* Ανανέωση μιας υφιστάμενης δέσμης προϊόντων, ώστε να παραμείνουν ανταγωνιστικά
- *Σταδιακή βελτίωση υφιστάμενων προϊόντων.* Προσθήκη ή τροποποίηση χαρακτηριστικών στα υφιστάμενα προϊόντα, ώστε να παραμείνουν επίκαιρα και ανταγωνιστικά. Αφορά σε αλλαγές όπως βελτίωση της συσκευασίας, μείωση του κόστους κατασκευής ή αλλαγή του σχεδίου του.
- *Θεμελιωδώς νέα προϊόντα.* Ριζοσπαστικά προϊόντα ή τεχνολογίες παραγωγής, που συχνά τοποθετούν την επιχείρηση σε νέες αγορές. Περιλαμβάνουν μεγαλύτερο κίνδυνο, αλλά διασφαλίζουν την μακροπρόθεσμη επιβίωση της επιχείρησης.

Η *στρατηγική προϊόντος* αναπτύσσεται εντός ενός πλαισίου άλλων στρατηγικών, όπως η στρατηγική του μάρκετινγκ, της τεχνολογίας και η επιχειρησιακή στρατηγική της επιχείρησης. Ο λόγος ανάπτυξης νέων προϊόντων είναι για να εξυπηρετηθεί μια ανάγκη του πελάτη και μια ανάγκη της επιχείρησης. Κάποιες επιχειρήσεις είναι τεχνολογικοί ηγέτες, ενώ κάποιες άλλες είναι ακόλουθοι.

Η στρατηγική ανταγωνισμού της επιχείρησης επηρεάζει τον προγραμματισμό νέων προϊόντων τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα. Βραχυπρόθεσμα, μπορεί να υιοθετεί αμυντική στρατηγική για να μετριάσει την πτώση στο μερίδιο αγοράς, οπότε ενδείκνυται η ανάπτυξη παραλλαγών των προϊόντων. Μπορεί να αντιδρά εμπλουτίζοντας όσο το δυνατό περισσότερο τα υφιστάμενα προϊόντα με νέα μεγέθη ή χαρακτηριστικά, ώστε να καλύψει πολλά μικρά τμήματα της αγοράς και να αποτρέψει την είσοδο νέων ανταγωνιστών. Μπορεί επίσης να θέλει να διασφαλίσει την αφοσίωση των διανομέων της, παρέχοντας πλεονάζουσα ποσότητα στις αποθήκες τους για να μην έχουν κίνητρο να αποθηκεύουν προϊόντα ανταγωνιστών. Όταν το νέο προϊόν είναι απλώς μια τροποποίηση κάποιου άλλου, τα έξοδα της επιχείρησης μειώνονται, καθώς δεν χρειάζεται ιδιαίτερη έρευνα, ούτε διαφημιστικές εκστρατείες.

Μακροπρόθεσμα, μπορεί να αναπτύσσει νέες κατηγορίες προϊόντων, με παρόμοια τεχνολογία, ή κάποια εντελώς νέα, προκειμένου να απευθυνθεί στην παραδοσιακή πελατεία της ή νέες ομάδες πελατών. Τα έξοδα για την επιχείρηση σε αυτήν την περίπτωση, θα είναι πολύ αυξημένα στον τομέα του μάρκετινγκ, στην E&A και στον έλεγχο του προϊόντος. Τέλος, η ανάπτυξη μιας πρωτοπόρου δέσμης προϊόντων μπορεί να γίνεται δοκιμαστικά, ώστε η επιχείρηση να βγάλει συμπεράσματα για άλλες δέσμες προϊόντων που σκοπεύει να κυκλοφορήσει στο μέλλον. Η επιχείρηση θα αναπτύξει νέες γνώσεις και νέες ικανότητες σε ζητήματα τεχνικά και μάρκετινγκ.

Όλος ο σχεδιασμός γίνεται λαμβάνοντας υπόψη την παρούσα κατάσταση στο ανταγωνιστικό περιβάλλον, καθώς και προβλέψεις για την πορεία, που θα πάρει στο μέλλον. Σε κάποιες βιομηχανίες, όπως η αεροπορία και η φαρμακευτική, η πρόβλεψη για το μέλλον είναι πολύ μακροπρόθεσμη. Βάσει των συμπερασμάτων, η επιχείρηση ετοιμάζει εναλλακτικά σενάρια για το μέλλον, όπου αναγνωρίζει τα καίρια

σημεία ενδιαφέροντος. Παραδείγματος χάρη, οι προβλέψεις αφορούν στην εξέλιξη της τεχνολογίας, τη μελλοντική σύνθεση των ανταγωνιστών, τις νομοθετικές πρωτοβουλίες και τις ανάγκες των πελατών.

Η στρατηγική προϊόντος έχει σκοπό να εκφράσει πού θα τοποθετηθεί η επιχείρηση στην αγορά και πώς θα διαφοροποιηθεί από τους ανταγωνιστές. Θέλει δηλαδή να τονίσει το πλεονέκτημα που θα προσφέρει στους πελάτες της, το οποίο πρέπει να είναι διακριτό και ελκυστικό. Για να είναι αποτελεσματική η διαφοροποίηση του προϊόντος πρέπει να υποστηρίζεται από τις δυνατότητες της επιχείρησης, ή του δικτύου της. Αντίστοιχα, η τοποθέτηση του προϊόντος στην αγορά πρέπει να βρίσκεται σε αρμονία με την στρατηγική διαφοροποίησης.

Η διαφοροποίηση γίνεται είτε στη βάση του κόστους (στρατηγική ηγεσίας κόστους), δηλαδή καλή σχέση ποιότητας και τιμής, είτε στη βάση της ανώτερης ποιότητας (στρατηγική ηγεσίας διαφοροποίησης), δηλαδή καλύτερη πρώτη ύλη, καλύτερη απόδοση, νέα χαρακτηριστικά, καλύτερη εξυπηρέτηση ή μικρή διαθεσιμότητα. Η διαφοροποίηση μπορεί να επιτευχθεί σε 4 επίπεδα του προϊόντος: στον *πυρήνα* του, δηλαδή τα απολύτως βασικά στοιχεία του· στα *προσδοκώμενα χαρακτηριστικά* του, δηλαδή τι κατά κανόνα προσδοκούν οι πελάτες να αποκτήσουν σύμφωνα με τον κανόνα της αγοράς· στο *επαυξημένο προϊόν*, δηλαδή χαρακτηριστικά, υπηρεσίες ή οφέλη που ξεπερνούν τις συνήθεις προσδοκίες· και στο *δυνητικό προϊόν*, δηλαδή όλα τα χαρακτηριστικά και τις υπηρεσίες που μπορούν να θεωρηθούν επωφελή για τους πελάτες.

Η *τοποθέτηση* του προϊόντος στην αγορά αναφέρεται στην αντίληψη που δημιουργείται στους πελάτες για τη θέση του προϊόντος σε σχέση με τα ανταγωνιστικά. Η στρατηγική τοποθέτησης βασίζεται στην κατανόηση των κριτηρίων με τα οποία οι καταναλωτές ξεχωρίζουν τα προϊόντα στην αγορά και εναλλάσσονται μεταξύ τους. Μπορεί να είναι η εξωτερική εμφάνιση, η πεποίθηση για το κοινωνικό στάτους το οποίο προσδίδει το προϊόν, καθώς και η φήμη του σήματος (καινοτόμος κατασκευή, λειτουργικό, παλαιομοδίτικο κτλ).

Το προϊόν αντιπαραβάλλεται με μια ομάδα σχετικών ανταγωνιστικών προϊόντων, δηλαδή τις εναλλακτικές επιλογές του πελάτη. Στη συνέχεια, καθορίζονται τα βασικά κριτήρια, βάσει των χαρακτηριστικών των προϊόντων, που οδηγούν τους καταναλωτές στο να επιλέγουν το ένα ή το άλλο. Με τον τρόπο αυτό σχηματίζεται εικόνα για τις προσδοκίες και τις προτιμήσεις των πελατών. Συχνά, χρησιμοποιούνται ερωτηματολόγια και γίνεται έρευνα στους πελάτες, όπου ερωτώνται για το πώς αξιολογούν το προϊόν, σύμφωνα με καθένα κριτήριο. Επίσης, συχνά ερωτώνται, ποιο είναι κατά τη γνώμη τους το ιδανικό με βάση κάθε κριτήριο. Για παράδειγμα, ένα προϊόν τροφίμου θα αξιολογηθεί με βάση την θρεπτική του αξία και τις θερμίδες του, και οι καταναλωτές θα αξιολογήσουν όλα τα σχετικά προϊόντα που γνωρίζουν σύμφωνα με αυτά τα δύο κριτήρια.

Βεβαίως, οι γνώμες δεν είναι όλες ίδιες, για αυτό θα πρέπει η έρευνα να γίνει σε όσο το δυνατόν περισσότερους. Τα κριτήρια της έρευνας πρέπει να είναι σχετικά και πράγματι σημαντικά για τον τρόπο που κάνουν τις επιλογές τους οι πελάτες. Συνήθως, τα κριτήρια είναι: τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, τα οφέλη, συχνότητα χρήσης, κατηγορία χρηστών, σύγκριση με άλλα προϊόντα, η ταυτότητα του παραγωγού, και πόσοι άνθρωποι του χώρου το προτείνουν. Όταν η επιχείρηση σχηματίζει εικόνα για το πού βρίσκονται οι ανταγωνιστές της στην κλίμακα, καθώς και τις ομάδες πελατών σύμφωνα με τις προτιμήσεις τους, θα τοποθετήσει το προϊόν της σε κάποιο κομμάτι της κλίμακας που βλέπει ότι δεν εξυπηρετείται από τις υφιστάμενες επιλογές. Αναλόγως των εξελίξεων στην αγορά, οι επιχειρήσεις ενδέχεται να χρειάζεται να αλλάζουν θέση, αλλά μπορούν και να λαμβάνουν πολλές θέσεις. Η Vespa της Piaggio για παράδειγμα, απευθύνεται σε νέους αναβάτες και, πιο πρόσφατα, σε γυναίκες. Η Suzuki απευθύνεται διαφορετικά στις γυναίκες απ' ότι στους άνδρες.

Ο ανταγωνισμός μεταξύ προϊόντων οδηγεί αναγκαστικά σε σύγκριση μεταξύ τους. Η σύγκριση γίνεται σύμφωνα με κάποια κριτήρια επιλογής που σχετίζονται με τη συμπεριφορά των καταναλωτών. Υπάρχουν *αντικειμενικά κριτήρια*, τα οποία μπορούν να μετρηθούν και να ποσοτικοποιηθούν. Τα *υποκειμενικά κριτήρια* εξαρτώνται από τη διάθεση, τις πεποιθήσεις, την εμπειρία και τους συσχετισμούς που έχει ο αγοραστής απέναντι στο προϊόν. Τα υποκειμενικά κριτήρια είναι περισσότερο αντικείμενο της ψυχολογίας, ενώ τα αντικειμενικά μπορούν να χαρακτηριστούν ως *κριτήρια απόδοσης*. Συνήθως, τα κριτήρια απόδοσης που χρησιμοποιούν οι αγοραστές είναι τα εξής: απόδοση στη λειτουργία του προϊόντος· αξιοπιστία· τιμή πώλησης· εύκολη παράδοση· τεχνικός χαρακτήρας· ποιότητα της υπηρεσίας μετά την αγορά· διάρκεια· ευκολία στη χρήση· ασφάλεια στη χρήση· ευκολία στη συντήρηση· διαθεσιμότητα και κόστος ανταλλακτικών· ελκυστική εμφάνιση/σχήμα· ευελιξία και προσαρμοστικότητα στη χρήση· διαφήμιση και προώθηση· άνεση στη χρήση· και σχέδιο.

Σε πολλές περιπτώσεις, τα ανταγωνιστικά προϊόντα μπορεί να φαίνονται όμοια από άποψη κριτηρίων απόδοσης, με λίγες διαφορές μεταξύ τους. Όταν όλες οι επιχειρήσεις φτιάχνουν ικανοποιητικής ποιότητας προϊόντα, που διατίθενται σε ελκυστικές τιμές, οι πελάτες τα ξεχωρίζουν κατά κανόνα βάσει υποκειμενικών κριτηρίων, τα οποία καθορίζονται σε μεγάλο βαθμό από το *εμπορικό σήμα* που φέρει το προϊόν. Το εμπορικό σήμα περιγράφεται από ειδικούς ως μια πολυεπίπεδη πυραμίδα, με τα κύρια εξωτερικά χαρακτηριστικά του προϊόντος να είναι η βάση, πιο πάνω τα απτά οφέλη, μετά τα ψυχολογικά οφέλη, και στην κορυφή βρίσκεται ο πυρήνας του σήματος. Ένα επιτυχημένο σήμα συνδυάζει, στη συνείδηση του πελάτη, αποτελεσματικότητα, διακριτή ταυτότητα και πρόσθετη αξία. Είναι άξιο παρατήρησης, ότι συχνά καταναλωτές που δεν γνωρίζουν εκ των προτέρων το σήμα του προϊόντος που δοκιμάζουν, δεν μπορούν να ξεχωρίσουν τα προϊόντα μόνο από τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους (π.χ. τσιγάρα, φυσικοβούτυρο, αναψυκτικά τύπου κόλα, μπύρα). Συμπερασματικά, κατανοούμε ότι συχνά ο πελάτης επιλέγει να αγοράζει ένα προϊόν ανεξαρτήτως της αναλογίας τιμής και ποιότητας, λόγω της

αντίληψης που έχει δημιουργήσει για τα χαρακτηριστικά του προϊόντος. Αυτό είναι αποτέλεσμα ενός επιτυχημένου μείγματος μάρκετινγκ.

Συνεπώς, το μείγμα μάρκετινγκ μπορεί να διαμορφώσει τα υποκειμενικά κριτήρια που χρησιμοποιούν οι πελάτες. Πρόκειται για 4 κατά κανόνα μεταβλητές (4P's), που αποτελούνται από το *Προϊόν*, την *Τοποθεσία*, την *Προώθηση* και την *Τιμή*, και μπορούν να αξιοποιηθούν από την επιχείρηση για να επηρεάσουν τη ζήτηση και να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Όταν πρόκειται για προσφερόμενη υπηρεσία, συντρέχουν επιπλέον οι μεταβλητές *Άνθρωποι*, *Διαδικασία* και *Φυσικά αποδεικτικά στοιχεία* (7P's). Η μεταβλητή Προϊόν κρίνεται με βάση την ποιότητα, τα χαρακτηριστικά, τις διαθέσιμες επιλογές, το στυλ, το σήμα της επιχείρησης, την συσκευασία, τα μεγέθη, τις υπηρεσίες, τις εγγυήσεις και την ανταποδοτικότητα. Η Τοποθεσία κρίνεται από τα δίκτυα, την χωρική κάλυψη της επιχείρησης, τους καταλόγους και τις υπηρεσίες μεταφοράς. Η Προώθηση βασίζεται στη διαφήμιση, στις προσωπικές πωλήσεις, στην προώθηση των πωλήσεων και στην γενικότερη δημοσιότητα. Τέλος, η Τιμή επηρεάζεται από τις τιμές πώλησης, τις εκπτώσεις, τις αποζημιώσεις, τις περιόδους πληρωμής και τις πιστώσεις²⁰.

Η *στρατηγική του σήματος* είναι η επιτομή της ανταγωνιστικής πρότασης της επιχείρησης. Εισάγει την επιχείρηση και το όνομα της στην αγορά, και δείχνει πού τοποθετείται μεταξύ των ανταγωνιστών. Ένα επιτυχημένο σήμα μπορεί να πωληθεί σε κάποιον τρίτο για να το εκμεταλλευθεί, ή να προσδώσει αξία σε κάποιο τρίτο προϊόν που θα αγοράσει η επιχείρηση. Η επιχείρηση μπορεί να προσδώσει το ίδιο σήμα σε όλα τα προϊόντα της, ή πολλά διαφορετικά σήματα για τα διαφορετικά προϊόντα της. Ακόμη, μπορεί να θεσπίσει ένα *σήμα-ομπρέλα* για όλα και στη συνέχεια άλλα διαφορετικά σήματα για κάθε κατηγορία προϊόντων, ή να υιοθετήσει μεικτή στρατηγική που να συνδυάζει όλα τα ανωτέρω.

Η ισχυρή επιρροή που μπορεί να έχει ένα σήμα, είναι ο λόγος που πολλές φορές οι επιχειρήσεις επεκτείνουν τη χρήση του σήματος σε νέα προϊόντα της ίδιας ή όμοιας, ακόμη και διαφορετικής κατηγορίας προϊόντων. Για την προσέλκυση κάποιου νέου τμήματος αγοράς για την ίδια κατηγορία προϊόντων, μπορεί να αλλάξει το σχέδιο και να προστεθούν λέξεις, για να δείξει ότι το προϊόν απευθύνεται σε άλλες ομάδες ανθρώπων (π.χ. νέο προϊόν γιγαντιαίου μεγέθους, μόνο για άνδρες κτλ). Ένα παράδειγμα χρήσης επιτυχημένου σήματος σε διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων είναι το σήμα της Virgin, που χρησιμοποιείται για αερομεταφορές, σιδηροδρομικές γραμμές, αναψυκτικά, καταστήματα λιανικής και ασφαλιστικές υπηρεσίες.

Η *επέκταση σήματος* έχει στόχο να εκμεταλλευθεί την υπεραξία που προσδίδει σε ένα επιτυχημένο σήμα η πελατεία και τα δίκτυα διανομής του, επιδιώκοντας να μεταφέρει στο νέο εγχείρημα: την τεχνογνωσία για υψηλή ποιότητα που οι πελάτες θεωρούν ότι έχει· το κύρος και τον συμβολισμό που του έχει προσδώσει ο

20 T. L. Wheelen, J. D. Hunger, A. N. Hoffman, and C. E. Bamford, 2018, *Concepts in Strategic Management and Business Policy: GLOBALIZATION, INNOVATION, AND SUSTAINABILITY*, Pearson Education Limited, p. 178

συσχετισμός του με κάποιες κοινωνικές περιστάσεις· και την καλύτερη πρόσβαση που θεωρείται ότι έχει σε δίκτυα προμηθευτών και διανομέων.

Όταν ένα προϊόν είναι πλέον έτοιμο, η βασικές στρατηγικές αποφάσεις που έχει να λάβει η επιχείρηση σχετικά με την κυκλοφορία του στην αγορά είναι ο χρόνος εισόδου, η τοποθέτηση του στην αγορά, και το μέγεθος της έκθεσης. Ο χρόνος εισόδου μπορεί να αναδείξει ή να καταστρέψει μια εφεύρεση. Θεωρείται από πολλούς ότι το να είναι κανείς πρωτοπόρος, του επιτρέπει να επηρεάσει τις προσδοκίες των πελατών και τα πρότυπα με βάση τα οποία αξιολογούν τη νέα τεχνολογία, και να αποκτήσει ηγετική θέση στην αγορά και στην ανάπτυξη της τεχνολογίας, λόγω της εμπειρίας του στην κατασκευή και διανομή. Ωστόσο, για να αδράξει τους καρπούς αυτούς, ο πρωτοπόρος πρέπει είναι διατεθειμένος να κάνει μια δυναμική είσοδο που θα μεγεθύνει την αγορά, αλλιώς απλώς την δοκιμάζει και υφίσταται χρόνιες ζημιές για να εισέλθει αργότερα ένας πιο αποφασισμένος ακόλουθος. Ενώ σε πολλές περιπτώσεις, ιδίως σε ώριμες αγορές, ο πρωτοπόρος παραμένει ο ηγέτης, σε πολλές άλλες αυτό δεν ισχύει (π.χ. Procter & Gamble, Ampex).

Το προϊόν πρέπει να τεθεί στη σωστή θέση στην αγορά, και η επιχείρηση θα πρέπει να είναι προετοιμασμένη να αφιερώσει πολύ προσπάθεια και πολλούς πόρους, για να τονώσει την ανάπτυξη της αγοράς. Χρειάζεται έντονη διαφήμιση, δημοσιεύσεις στον τύπο, συμμετοχή σε εκθέσεις και παρουσία στα κανάλια διανομής, προκειμένου το προϊόν να αρχίσει να συζητιέται μεταξύ υποψήφιων πελατών.

Μετά την κυκλοφορία του προϊόντος, η επιχείρηση οφείλει να ερευνά διαρκώς τις αντιδράσεις της αγοράς από πελάτες, διανομείς και ανταγωνιστές, ώστε να σχηματίσει την στρατηγική της στη συνέχεια. Η επίδοση του προϊόντος στην αγορά θα επιβεβαιώσει ή θα απορρίψει διάφορες προγνώσεις για την συμπεριφορά των πελατών που έγιναν κατά την διαδικασία ανάπτυξης του, και από τα τμήματα μάρκετινγκ. Μπορεί να προκύψουν απροσδόκητα προβλήματα ή ευκαιρίες. Εκλαμβάνουν οι πελάτες το προϊόν όπως είχε υπολογιστεί; Το χρησιμοποιούν για τη λειτουργία που προβλεπόταν; Έχουν βρεθεί προβλήματα στη χρήση του; Αντιλαμβάνονται τα οφέλη που ήθελε η επιχείρηση να παρατηρήσουν, και τους δίνουν την αναμενόμενη σημασία; Ήταν σωστή η τοποθέτηση του προϊόντος; Έγινε σωστή ενημέρωση στους διανομείς και στους πελάτες; Ήταν σωστή η τιμολόγηση του προϊόντος;

Οι απαντήσεις σε όλες αυτές τις ερωτήσεις βοηθούν την επιχείρηση να μάθει, να αντιδράσει και να βελτιωθεί. Θα πρέπει επίσης να αναλογιστεί πώς θα εξελιχθεί το προϊόν και η αγορά του ύστερα από την κυκλοφορία του. Πώς μπορεί να ενισχυθεί η συγκεκριμένη δέσμη προϊόντων, και μήπως θα μπορούσε να υπάρξει επέκταση του σήματος; Πώς θα εξελιχθεί η αγορά ως προς την υιοθέτηση της τεχνολογίας, τα τμήματα που θα προκύψουν και την γεωγραφική της εμβέλεια; Πόσο σύντομα θα εισέλθουν ανταγωνιστές; Σε ποια θέση και με τι βαθμό έκθεσης θα εισέλθουν;

Οι χαμηλές πωλήσεις για μεγάλο διάστημα συχνά δείχνουν ότι το προϊόν πρέπει να αποσυρθεί. Προηγείται της απόσυρσης μια ανάλυση των λόγων της κακής επίδοσης, των πιθανών μελλοντικών τάσεων και του κόστους και των ωφελειών που θα έχει η συνέχεια κυκλοφορίας ή η απόσυρση. Αν υπήρχε ένα διαρκές μερίδιο αγοράς, αλλά οι πωλήσεις ακολουθούσαν διαρκώς πτωτική πορεία, τότε πιθανώς ο κλάδος ή η συγκεκριμένη σειρά προϊόντων έχει ωριμάσει και σταδιακά θα εξαφανιστεί. Αυτό μπορεί να σημαίνει, ότι αξίζει η επιχείρηση να προσπαθήσει να διατηρήσει θέση σε μια μελλοντικά μικρότερη αγορά.

Η συμμετοχή των πελατών στην πολιτική καινοτομίας μιας επιχείρησης συνιστά μεγάλη αλλαγή κατεύθυνσης για επιχειρήσεις εντάσεως-τεχνολογίας, που παραδοσιακά κατευθύνονταν από την εργαστηριακή E&A.²¹ Παρόλο που η αλληλεπίδραση με τους πελάτες ήταν πάντοτε σημαντική για την ανάπτυξη νέων προϊόντων, η διάδοση της τεχνολογίας έχει ενισχύσει τις ικανότητες των εταιρειών να επικοινωνούν μαζί τους κατά τη διαδικασία της καινοτομίας, μέσω συνεχούς διαλόγου. Μέσω της δημιουργίας διαδικτυακών κοινοτήτων μεταξύ των πελατών της επιχείρησης, ή και των ανταγωνιστών, οι επιχειρήσεις μπορούν να ερευνήσουν τις κοινότητες πελατών με κοινά ενδιαφέροντα και τα στοιχεία που διαμοιράζονται.

Μέσω του διαδικτύου, είναι δυνατό στους πελάτες να τμηματοποιήσουν οι ίδιοι την αγορά, μέσω των ιστοσελίδων που επισκέπτονται. Μπορούν να ορίσουν τα στοιχεία που δίνουν αξία στο σήμα και την εξέλιξη της εταιρείας.²² Η ανάπτυξη σήματος μιας επιχείρησης είναι πλέον ζήτημα επικοινωνίας μεταξύ παραγωγού και πελάτη στο ψηφιακό περιβάλλον, αντί της δημιουργίας του από τον παραγωγό και της προώθησης του στον πελάτη.²³ Δύνανται ακόμη, να συμβάλλουν στην παραγωγή νέων ιδεών για προτάσεις αξίας. Αναζητώντας νέες ιδέες μια επιχείρηση προσπαθεί να κατανοήσει τις προτιμήσεις των πελατών μέσω της αλληλεπίδρασης. Για παράδειγμα, ο παραγωγός μοτοσυκλετών Aprilia, ενθαρρύνει την συμμετοχή των πελατών προσφέροντας ως ανταμοιβή ανταλλακτικά για τα οχήματά τους. Τέλος, δύνανται να διαδραματίσουν ρόλο στην επιλογή της πιο πειστικής ιδέας, μέσω σύγκρισης των χαρακτηριστικών τους.

Το βασικό ζήτημα από άποψη ανταγωνισμού για κάθε επιχείρηση, βασίζεται στην καλύτερη κατανόηση των πελατών, ώστε να δημιουργηθεί μια ανώτερη πρόταση αξίας για αυτούς.²⁴ Σε έναν ευρέως διασυνδεδεμένο κόσμο, το συνεργατικό μάρκετινγκ (δηλ. σε συνεργασία με τον τελικό χρήστη) αποτελεί στόχο. Οι επιχειρήσεις πρέπει να “ακούν” τους πελάτες τους αναπτύσσοντας κατεύθυνση στην αγορά, καθώς η γνώση της αγοράς είναι καθοριστική για τη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και την

21 C. M. Christensen, 1997, *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*, Harvard Business School Press, Boston, MA

22 P. Barwise, 1997, *Brands in a digital world*, Journal of Brand Management, 4, 220–223

23 K. Tollin and A. Caru, 2008, *Strategic Market Creation: a new perspective on marketing and innovation management*, John Wiley & Sons, Ltd p. 374

24 K. Tollin and A. Caru, 2008, *Strategic Market Creation: a new perspective on marketing and innovation management*, John Wiley & Sons, Ltd p. 371

βελτίωση της διαδικασίας ανάπτυξης νέων προϊόντων.²⁵ Έτσι, η πρόταση αξίας που τους γίνεται δημιουργείται από κοινού με αυτούς. Η αντίληψη της αγοράς και η εσωτερική οργάνωση είναι καταλύτες για την επιτυχία της καινοτομίας,²⁶ μαζί με την αποτελεσματική Ε&Α και ρουτίνες στην κατασκευή.²⁷

Μελέτη περίπτωσης²⁸

Στον κλάδο παραγωγών μοτοσυκλετών, οι επιχειρήσεις δημιουργούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα όχι μόνο μέσω τεχνικής υπεροχής, αλλά και μέσω της ικανότητας τους να αλληλεπιδρούν με τους πελάτες τους. Οι μοτοσυκλέτες είναι προϊόντα που συνιστούν μια πρόταση τρόπου ζωής. Διό, και οι παραγωγοί πρέπει να καλλιεργούν μια αίσθηση κοινότητας μεταξύ των πελατών τους, εκτός από τα καινοτόμα χαρακτηριστικά που προσφέρουν.

Η ιταλική εταιρεία Ducati Motor γρήγορα αντιλήφθηκε τις δυνατότητες του διαδικτύου, ώστε να εντάξει τους πελάτες της στην ανάπτυξη νέων προϊόντων. Έφτιαξε μια ιστοσελίδα στις αρχές τις δεκαετίας 2000, εμπνευσμένη από τις διαδικτυακές πωλήσεις του μοντέλου MH900evolution, μια μηχανή περιορισμένη παραγωγής. Μέσα σε 30 λεπτά είχε πραγματοποιήσει όγκους πωλήσεων, ίσους με την ετήσια παραγωγή της. Έκτοτε, έχει εξελίξει την ιστοσελίδα της και δημιούργησε μια εύρωστη κοινότητα πελατών με 200.000 εγγεγραμμένα μέλη στο τέλος του 2006. Η εταιρεία θεωρεί την κοινότητα των οπαδών της βασικό περιουσιακό της στοιχείο, και χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για να ενισχύει την “εμπειρία του οπαδού”. Ένα τμήμα της κοινότητας αντικατέστησε το παραδοσιακό τμήμα μάρκετινγκ της εταιρείας, έχει ενεργή συμμετοχή στην ανάπτυξη των προϊόντων, και επηρεάζει τις καινοτόμες δραστηριότητες της.

Τα διαδικτυακά φόρουμ και οι συζητήσεις της κοινότητας επικουρούν την καλύτερη κατανόηση των αναγκών των πελατών, και προσφέρουν ιδέες για νέα προϊόντα και υπηρεσίες. Επιπλέον, πολλοί από τους χρήστες αφιερώνουν πολύ χρόνο στη διατήρηση και προσαρμογή των οχημάτων τους, κατέχοντας με αυτόν τον τρόπο, τεχνικές γνώσεις που μοιράζονται με τους υπόλοιπους. Κάνουν προτάσεις για νέα προϊόντα, μηχανικά και τεχνικά σχέδια, με προτάσεις για αισθητικές και μηχανικές βελτιώσεις. Η εταιρεία κερδίζει στον τομέα του μάρκετινγκ, τεχνικής και στην εξυπηρέτηση πελατών.

25 D. Dougherty, 1992, *A practice-centered model of organizational renewal through product innovation*, Strategic Management Journal, v. 13, pp. 77-92

26 G. Verona, 1999, *A Resource-Based View of Product Development*, The Academy of Management Review, v. 24, pp. 132-142

27 R. H. Hayes, S. C. Wheelright, K. B. Clark, 1988, *Dynamic manufacturing: Creating the learning organization*, New York: The Free Press

28 K. Tollin and A. Caru, 2008, *Strategic Market Creation: a new perspective on marketing and innovation management*, John Wiley & Sons, Ltd pp 379-383

Ποσοτικοποιεί τις προτιμήσεις των πελατών με ερωτηματολόγια σχετικά με τις νέες ιδέες. Το 2003, μετά την παρουσίαση 3 νέων προτάσεων για το μοντέλο Ducati SportClassic σε έκθεση στο Τόκιο, διενέργησε έρευνα, ώστε να επιλέξει ποιο από τα μοντέλα άξιζε να παραχθεί. 5 μέρες μετά, το 96% από τις 15.000 απαντήσεις συνιστούσαν να προχωρήσει η παραγωγή και των 3. Συνεπώς, η εταιρεία κυκλοφόρησε με τη σειρά το μοντέλο Paul Smart 1000 τον Νοέμβριο 2005, το Limited Edition Sport 1000 το Μάρτιο 2006 και το GT10000 τον Σεπτέμβριο 2006.

Όλα τα νέα σχέδια προϊόντων αξιολογούνται από μεγάλο δείγμα των πελατών. Τα φόρουμ ενισχύουν την αφοσίωση των πελατών, καθώς έχουν μεγαλύτερο κίνητρο να αγοράσουν προϊόντα, στην δημιουργία των οποίων βοήθησαν. Η Διοίκηση της εταιρείας αναθέτει σε όλους τους μηχανικούς προϊόντων, να αναπτύσσουν σχέσεις με πελάτες. Διενεργούν τακτικά ερωτηματολόγια στους εγγεγραμμένους ιδιοκτήτες μοτοσυκλετών. Οι διαχειριστές της κοινότητας εκ μέρους της εταιρείας, παρακολουθούν τα φόρουμ συζητήσεων σε άλλες σχετικές ιστοσελίδες, ώστε να διευρύνουν την εικόνα της αγοράς πέραν των πελατών τους.

1.9. Η έννοια του νέου προϊόντος

Η διαχείριση της καινοτομίας μέσα σε μια επιχείρηση αφορά στις συνθήκες που πρέπει να υπάρχουν στο περιβάλλον της, ώστε να εξασφαλίζεται ότι η επιχείρηση ως σύνολο βρίσκεται σε θέση να αναπτύσσει νέα προϊόντα. Η ανάπτυξη νέων προϊόντων είναι η διαδικασία με την οποία μια επιχειρηματική ευκαιρία μετατρέπεται σε απτό προϊόν.

Απαιτείται διαχείριση των διαφορετικών οπτικών των πολλών συντελεστών που συμμετέχουν στην ανάπτυξη νέων προϊόντων. Η διοίκηση παραγωγής εστιάζει στην κατά το δυνατό πιο αποδοτική κατασκευή του προϊόντος. Το μάρκετινγκ ασχολείται με τις ανάγκες των πελατών, προσπαθώντας να τις κατανοήσει, ώστε η επιχείρηση να τις καλύψει με τον καλύτερο τρόπο. Αντίστοιχα, διαφορετικές οπτικές μπορεί να έχουν άλλα τμήματα, όπως οι σχεδιαστές και μηχανικοί, ή οικονομολόγοι. Καθώς στην εποχή μας ο κύκλος ζωής των προϊόντων συρρικνώνεται διαρκώς, η πληθώρα αυτή απόψεων είναι πλούτος. Κατά κανόνα, τον μεγαλύτερο όγκο πωλήσεων για μια επιχείρηση επιτυγχάνουν τα νέα προϊόντα, δηλαδή αυτά που δεν έχουν κυκλοφορήσει στην αγορά για πάνω από 5 έτη. Οι επιχειρήσεις που δεν αναπτύσσουν τα προϊόντα τους με κανέναν τρόπο, μόνο κατ' εξαίρεση θα μπορέσουν να επιβιώσουν στην αγορά.

Η *στρατηγική για την ανάπτυξη νέου προϊόντος* πρέπει να βασίζεται στην επιχειρησιακή στρατηγική, ιδίως σε περιπτώσεις εισόδου ή εξόδου από μια αγορά· στον σχεδιασμό του μάρκετινγκ, που θα ερευνά τις κινήσεις των ανταγωνιστών· και, ιδίως σε επιχειρήσεις εντάσεως-τεχνολογίας ή επιστήμης όπως η φαρμακοβιομηχανία και ο κλάδος λογισμικού ηλεκτρονικών υπολογιστών, στη διαχείριση της τεχνολογίας και των διανοητικών πόρων της επιχείρησης. Βεβαίως, πρέπει να βασίζεται και στις ευκαιρίες που παρουσιάζονται, ακόμα και λόγω ευτυχούς συγκυρίας.

Ο ορισμός του τι ακριβώς συνιστά νέο προϊόν είναι πιο περίπλοκος, απ' ότι εξ αρχής φαίνεται. Το προϊόν είναι μια πολυδιάστατη έννοια, με πολλούς ορισμούς και πολλές μορφές. Οι διαστάσεις που το συναποτελούν, θεωρείται ότι είναι 7:²⁹ το *σήμα* του, τα *ποιοτικά χαρακτηριστικά* του, η *τιμή*, η *συσκευασία*, η *εμφάνιση* του, η *τεχνολογία* που εφαρμόζει, και το *επίπεδο υπηρεσίας* που προσφέρει. Συνεπώς, αν δεχθούμε την πολυδιάστατη φύση του, ένα προϊόν μπορεί να χαρακτηριστεί και να πωληθεί ως νέο, εφόσον παρουσιάζει κάποια αλλαγή σε μία από αυτές τις διαστάσεις.

29 P. Trott, 2005, *Innovation Management and New Product Development*, 3rd Edition, Pearson Education Limited, p. 393

Μελέτη περίπτωσης

Ένα πολύ καλό παράδειγμα πώς ένα προϊόν μπορεί να διαφημίζεται ως νέο, αλλάζοντας κάποια από τις ανωτέρω διαστάσεις είναι το αναψυκτικό *Lucozade*. Πρόκειται για ένα ανθρακούχο ρόφημα με υψηλά επίπεδα γλυκόζης. Κυκλοφόρησε το 1927 στο Ηνωμένο Βασίλειο ως βοήθημα στην ανάρρωση από αρρώστιες. Το 20% των πωλήσεων του προέρχονταν από φαρμακεία. Η προώθηση του εστίαζε στο να παρουσιάζει το ποτό ως μια πηγή ενέργειας κατά την ανάρρωση των μελών μιας οικογένειας, ιδίως των παιδιών. Ως αποτέλεσμα, λίγοι ανταγωνιστές μπορούσαν να ισχυριστούν ότι έχουν τόσο ισχυρό δεσμό με την αρρώστια.

Η επιχείρηση *SmithKline Beecham* (σήμερα *GlaxoSmithKline*) αντιλήφθηκε ότι αρκετοί πελάτες αγόραζαν το προϊόν ως ένα τονωτικό, όχι μόνο κατά της αρρώστιας. Έτσι, η εταιρεία αποφάσισε να επανατοποθετήσει το προϊόν στην αγορά κατά την δεκαετία 1970, διαφημίζοντας το ως ένα ποτό που προσφέρει τόνωση κατά τις στιγμές κούρασης μέσα στην ημέρα. Οι πωλήσεις της αυξήθηκαν κατά 13% τον πρώτο χρόνο.

Επιπλέον, η εταιρεία άλλαξε και πάλι την αγορά στόχο της κατά της δεκαετία 1980, διαφημίζοντας το αναψυκτικό ως αθλητικό ποτό. Αστέρες του αθλητισμού διαφήμισαν το ποτό ως ενεργειακό ποτό, κατάλληλο για να καταναλωθεί μετά από κουραστικές προπονήσεις.

Προκύπτει, λοιπόν, ότι ο όρος “νέο προϊόν” είναι σχετικός με το τι έχει προηγηθεί αυτού. Μπορεί κανείς να ισχυριστεί ότι αν ο κόσμος το αντιλαμβάνεται ως νέο, τότε είναι νέο. Ένας υπεύθυνος μάρκετινγκ θα χαρακτήριζε νέο προϊόν, οποιοδήποτε προϊόν δεν υφίστατο πριν. Υπό αυτήν την οπτική, η κάλυψη των αναγκών και επιθυμιών των πελατών είναι σημαντικότερη από το να πηγαίνει μπροστά η επιστήμη. Η πλειονότητα των αποκαλούμενων νέων προϊόντων στην αγορά είναι παραλλαγές ήδη υφιστάμενων. Σπάνια ένα προϊόν είναι πραγματικά καινοτόμο, δηλαδή νέο τόσο για την εταιρεία, όσο και για την αγορά. *Νέο για την εταιρεία* σημαίνει, ότι η εταιρεία δεν έχει διαθέσει στο παρελθόν αυτόν τον τύπο προϊόντων, όμως άλλες εταιρείες μπορεί να το έχουν κάνει. *Νέο στην αγορά* σημαίνει ότι προϊόν αυτού το είδους δεν έχει κυκλοφορήσει ξανά στην αγορά.

Υπάρχουν ορισμένες κοινώς αποδεκτές κατηγορίες ανάπτυξης νέων προϊόντων:³⁰

- *Πρωτοεμφανιζόμενα στον κόσμο.* Μικρή μερίδα του συνολικού αριθμού νέων προϊόντων που πωλούνται. Είναι πρώτα του είδους τους και δημιουργούν μια νέα αγορά. Συνήθως, αφορούν σε

30 P. Trott, 2005, *Innovation Management and New Product Development*, 3rd Edition, Pearson Education Limited, pp. 395 - 396

εφευρέσεις που εφαρμόζουν μια εξέλιξη της τεχνολογίας, όπως μια νέα ανακάλυψη, ή χειρίζονται την υφιστάμενη τεχνολογία με πολύ διαφορετικό τρόπο καταλήγοντας σε νέα σχέδια.

- *Νέες δέσμες προϊόντων.* Δεν είναι νέα στην αγορά, αλλά είναι νέα για τη συγκεκριμένη επιχείρηση. Με αυτόν τον τρόπο κάνει την είσοδο της σε μια ήδη εδραιωμένη αγορά.
- *Βελτιώσεις και παραλλαγές υφιστάμενων προϊόντων.* Το μεγαλύτερο ποσοστό νέων προϊόντων που κυκλοφορούν. Αντικαθιστούν τα υφιστάμενα προϊόντα μιας δέσμης προϊόντων της επιχείρησης. Μπορεί επιπλέον να επιτυγχάνουν μείωση του κόστους παραγωγής, οδηγώντας σε αυξημένη προστιθέμενη αξία.
- *Μείωση κόστους.* Δεν παρέχουν κανένα νέο όφελος στον πελάτη, πέρα από μειωμένη τιμή. Εφαρμόζονται βελτιωμένες διαδικασίες παρασκευής και συχνά χρησιμοποιούνται διαφορετικά υλικά. Δεν θεωρούνται απαραίτητα νέα από άποψη μάρκετινγκ. Αλλά μπορούν να αποφέρουν μεγάλα κέρδη στις επιχειρήσεις, καθώς παρέχουν όμοια απόδοση με μειωμένη τιμή, δημιουργώντας προστιθέμενη αξία.
- *Επανατοποθετήσεις.* Δεν πρόκειται για τεχνικής φύσης αλλαγές, αλλά ευρίσκονται νέοι τρόποι εφαρμογής υφιστάμενων προϊόντων. Με τη χρήση του σήματος και την προώθηση, η επιχείρηση επιδρά στην αντίληψη του πελάτη.

1.10. Ο ρόλος της συσκευασίας του προϊόντος

Κάθε προϊόν που παράγεται πρέπει να έχει μια *συσκευασία*. Η συσκευασία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με όλους τους κλάδους βιομηχανίας. Η βιομηχανία συσκευασιών είναι ένας από τους μεγαλύτερους κλάδους της παγκόσμιας οικονομίας. Στη σημερινή αγορά, η συσκευασία είναι συνήθως το πρώτο σημείο επαφής του πελάτη με το προϊόν, συνεπώς είναι σημαντικό να είναι ελκυστική και κατάλληλη για τις ανάγκες του προϊόντος και του πελάτη. Η πρώτη πρόκληση που έχει να αντιμετωπίσει ο διευθυντής που είναι υπεύθυνος για το προϊόν, είναι να εξασφαλίσει, ότι η συσκευασία του προϊόντος εξυπηρετεί τον λειτουργικό σκοπό του και εκπέμπει πληροφορίες για το προϊόν και το διακριτικό χαρακτήρα του σήματος. Γνωστές επιχειρήσεις όπως η Kellogg's Cornflakes, Heinz Soup, Schweppes Mixers, Kodak Film έχουν καταφέρει στο παρελθόν να διατηρήσουν το σήμα τους πρώτο στην αγορά, δίχως να αλλάξουν το προϊόν αλλά τη συσκευασία.

Η συσκευασία είναι συχνά ένας παράγων που υποτιμάται κατά τη διαχείριση προϊόντων. Έχει όμως μεγάλη αξία για αυτούς που ασχολούνται με τις καθημερινές παραγγελίες, τη μεταφορά, την αποθήκευση και την επίδειξη των προϊόντων. Τα χαραγμένα δοχεία, τα σκισμένα κουτιά και τα μπουκάλια που στάζουν υπολογίζεται ότι κοστίζουν στην Procter & Gamble, τον μεγαλύτερο διεθνώς παραγωγό προϊόντων ευρείας κατανάλωσης, πάνω από 50.000.000 ευρώ το χρόνο. Για πολλούς η συσκευασία έχει τόση σημασία, ώστε πολλοί διευθυντές μάρκετινγκ να την αποκαλούν το 5ο "P" του μείγματος μάρκετινγκ, μαζί με το τετράπτυχο Product, Price, Place και Promotion (Προϊόν, Τιμή, Τοποθεσία, Προώθηση).

Οι βασικές αρχές που πρέπει να πληροί η συσκευασία του προϊόντος είναι:³¹

- *Προστασία*. Να εμποδίζει οποιαδήποτε αλλοίωση που οφείλεται σε κλιματικές ή βακτηριακές συνθήκες, καθώς και οποιοδήποτε εμπόδιο στο οποίο μπορεί να εκτεθεί το προϊόν κατά τη διαδρομή από τον παραγωγό στον τελικό του χρήστη.
- *Συγκράτηση του προϊόντος*. Η συσκευασία πρέπει να μπορεί επαρκώς να επανασφραγιστεί μετά το άνοιγμα και να συγκρατεί το περιεχόμενο, όπως για παράδειγμα η συσκευασία του γάλατος ή του χυμού πορτοκάλι.
- *Ταυτοποίηση*. Περιέχει πληροφορίες για τον τρόπο χρήσης του προϊόντος, εδραιώνει το σήμα του και προωθεί την πώληση. Ενημερώνει για την προέλευση, το περιεχόμενο, τους κινδύνους, τις πιστοποιήσεις, θρεπτικά στοιχεία κτλ. Επιτυγχάνεται με τα γραφικά χαρακτηριστικά και το σχήμα του προϊόντος, ώστε να ξεχωρίζει από τα άλλα.

31 P. Trott, 2005, *Innovation Management and New Product Development*, 3rd Edition, Pearson Education Limited, pp. 418 - 422

Οποιοδήποτε προϊόν προορίζεται να μπει σε συσκευασία, πρέπει να συσκευάζεται με μια οικονομικά αποδοτική διαδικασία, αλλιώς η συσκευασία του θα επιφέρει υπολογίσιμο κόστος. Αντίστοιχα, αν το σχέδιο προκαλεί δυσκολίες στην αποθήκευση, θα αυξήσει το κόστος. Άρα, οι 3 ανωτέρω αρχές πρέπει να εφαρμόζονται με το βέλτιστο συνολικό κόστος, αλλιώς δεν θα είναι επωφελείς.

Τα χαρακτηριστικά της συσκευασίας, που επηρεάζουν την επιλογή των πελατών, είναι τα εξής:³²

- *Κατανομή του περιεχομένου.* Ο πελάτης χρειάζεται μια κατεύθυνση για την ιδανική ποσότητα του προϊόντος που ενδείκνυται να χρησιμοποιεί. Για παράδειγμα, οι περισσότερες συσκευασίες αλεσμένου καφέ περιέχουν μια μεζούρα, η οποία δείχνει την ποσότητα που ενδείκνυται για κάθε φλιτζάνι καφέ.
- *Αποθήκευση.* Εξυπηρετεί η συσκευασία την αποθήκευση του προϊόντος κατά την κατά προορισμό χρήση του; Για παράδειγμα, μια γυάλινη συσκευασία δεν θα είναι συνήθως κατάλληλη για προϊόντα που χρησιμοποιούνται στο μπάνιο, λόγω του κινδύνου να σπάσει.
- *Συντήρηση.* Η συσκευασία πρέπει όσο το δυνατό να επιμηκύνει την διάρκεια ζωής του προϊόντος μετά το άνοιγμα, όπως η σηπτική συσκευασία του γάλακτος και του χυμού πορτοκάλι.
- *Χειρισμός.* Ο εύκολος χειρισμός της συσκευασίας προσδίδει αξία στο προϊόν, όπως η λαβή που έχουν οι οικογενειακού μεγέθους συσκευασίες για τη μεταφορά τους (εξασφαλίζει ότι ακόμη και πελάτες που θα πρέπει να περπατήσουν σπίτι τους, μπορούν να την κουβαλήσουν).
- *Άνοιγμα/σφράγιση.* Οι μηχανικοί και σχεδιαστές πρέπει να λάβουν υπόψη τη χρήση του προϊόντος από την οπτική του καταναλωτή, και να σχεδιάσουν το κατάλληλο σφράγιστρο για τη συσκευασία, καθώς πολλά προϊόντα μετά το άνοιγμα σφραγίζονται και φυλάσσονται για επόμενη χρήση.
- *Δεύτερη χρήση.* Πολλές συσκευασίες χρησιμοποιούνται και ως δοχεία αποθήκευσης. Οι καταναλωτές προσδίδουν αξία σε ένα προϊόν, το οποίο όταν τελειώσει, η συσκευασία του μπορεί να χρησιμοποιηθεί για άλλη χρήση.
- *Απόρριψη.* Οι συσκευασίες που μετά τη χρήση δεν καταλαμβάνουν πολύ χώρο στα απορρίμματα, προσδίδουν αξία στην αντίληψη του καταναλωτή.

Είναι πραγματικά εντυπωσιακό, πόσες δυνατότητες προσφέρει η συσκευασία στις επιχειρήσεις. Μια ανανεωμένη συσκευασία δύναται να αναζωογονήσει ένα προϊόν που έχει φτάσει σε φάση ωρίμανσης, με σχετικά χαμηλό κόστος. Μια αλλαγή στα υλικά, στο χρώμα και στην εκτύπωση πάνω στο υλικό, μπορεί να αποφέρει πολύ θετικά αποτελέσματα. Οι βελτιώσεις στη συσκευασία είναι σχεδόν πάντοτε μια επιλογή για τους διαχειριστές προϊόντων, όπως ο τρόπος που φαίνεται στο ράφι ή το άνοιγμα και η σφράγιση του.

32 P. Trott, 2005, *Innovation Management and New Product Development*, 3rd Edition, Pearson Education Limited, pp. 423 - 426

Είναι ακόμη δυνατό, μια αλλαγή στη συσκευασία να ανοίξει νέες αγορές για το προϊόν. Για παράδειγμα, τα αναψυκτικά που διατίθενται σε μικρά πλαστικά μπουκάλια και αλουμινένια κουτιά θεωρείται ότι απευθύνονται σε παιδιά, ενώ το γυάλινο μπουκάλι συνεπάγεται υψηλή ποιότητα. Τα μεγάλα πλαστικά μπουκάλια προορίζονται για οικογένειες, οι οποίες μπορούν να τα μεταφέρουν σπίτι.

Ωστόσο, οι παραγωγοί των προϊόντων πρέπει να λαμβάνουν από νωρίς υπόψη τις γνώμες των μελών του καναλιού διανομής, όσον αφορά στη συσκευασία. Οι χονδρέμποροι και οι μεταπωλητές είναι που θα παραλάβουν, θα αποθηκεύσουν και τέλος θα παραδώσουν το προϊόν στο λιανοπωλητή. Ο παραγωγός πρέπει να ασχοληθεί με το χώρο για αποθήκευση, που αφήνει η συσκευασία, την ευκολία στη στοίβαξη και στο χειρισμό. Οι τελικοί χρήστες δίνουν προτεραιότητα στην απόδοση του προϊόντος κατά τη χρήση του, ενώ τα μέλη του καναλιού διανομής νοιάζονται για το πώς θα πωλήσει, αν θα είναι εύκολο στη διάθεση και στην παρουσίαση του, και, κυρίως, αν θα είναι προσοδοφόρο.

Κατανοώντας ο παραγωγός τα ζητήματα που αντιμετωπίζει ένας λιανοπωλητής, θα προσαρμόσει αντίστοιχα την προσφορά του. Για παράδειγμα, ενώ ο παραγωγός μπορεί να θεωρεί καλή ιδέα να διαθέτει 10 διαφορετικές γεύσεις παγωτού, ο λιανοπωλητής θα προτιμούσε λιγότερες γεύσεις, γιατί πολλές διαφορετικές θα ανταγωνίζονται μεταξύ τους δίχως να αποδίδουν έσοδα. Ο λιανοπωλητής θέλει να διαθέτει δέσμες προϊόντων που πωλούν, να μειώσει την ποσότητα που αγοράζει και να διαθέτει αγαθά που παράγουν υψηλά κέρδη.

Μελέτη περίπτωσης³³

Η καθιέρωση της εικονικής πραγματικότητας έχει καθυστερήσει πολύ, σε σχέση με τις προσδοκίες των τεχνολόγων, για διάφορους λόγους. Ένας από τους βασικότερους παράγοντες, είναι το μεγάλο και δύσκολο στο χειρισμό σχέδιο των συσκευών, οι οποίες έχουν τη μορφή μεγάλων γυαλιών που εφαρμόζουν στο κεφάλι. Το σχέδιο αυτό δεν είναι κάτι που θέλει να φορά συχνά ο μέσος χρήστης. Οι καινοτόμοι της εικονικής πραγματικότητας θα μπορούσαν να δώσουν μεγαλύτερη έμφαση στην εμπορευσιμότητα των προϊόντων, αντί για τις τεχνικές δυνατότητες και το περιεχόμενο τους, ώστε να εντοπίσουν βελτιώσεις που θα τα κάνουν πιο ελκυστικά.

33 D. Lee Yohn, 20.02.2019, *Why Great Innovation Needs Great Marketing*, Harvard Business Review (<https://hbr.org/2019/02/why-great-innovation-needs-great-marketing>)

1.11. Η επιρροή της έρευνας αγοράς στην ανάπτυξη καινοτομίας

Τα συμπεράσματα που βγαίνουν από μια έρευνα αγοράς επηρεάζουν όλες τις φάσεις ανάπτυξης ενός προϊόντος. Η αρχική ιδέα εξετάζεται και προσαρμόζεται σύμφωνα με τις εισηγήσεις αυτής της έρευνας. Το πρωτότυπο προϊόν αλλάζει διαρκώς, κατά τις τεχνικές εισηγήσεις των τμημάτων παραγωγής και Ε&Α. Το προϊόν που τελικά θα κυκλοφορήσει, θα υποστεί πολλαπλές τροποποιήσεις στο στάδιο δοκιμής του, κατά τις εισηγήσεις των φορέων της αγοράς και του δικτύου διανομής.

Η επιχείρηση κατά το στάδιο δοκιμής του προϊόντος, προσπαθεί να κατανοήσει τις αγοραστικές συνήθειες, τα υφιστάμενα τμήματα της αγοράς και τις απόψεις των πελατών για τα διαθέσιμα προϊόντα· την πρόθεση για δοκιμαστικές ή επαναλαμβανόμενες αγορές, σύμφωνα με τα εμπόδια στην αλλαγή μάρκας και το πιθανό κόστος αλλαγής· και τυχόν βελτιώσεις που μπορεί να κάνει στο νέο προϊόν, σύμφωνα με την αρχική του σύλληψη και τα χαρακτηριστικά της ιδέας. Όλα τα ανωτέρω ονομάζονται συνοπτικά *ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών*. Βέβαια, σε ποιες ανάγκες δίνεται προτεραιότητα, εξαρτάται από τον τύπο του προϊόντος και τον πελάτη. Γίνεται δεκτό ότι οι ανάγκες μπορούν να διακριθούν σε 3 κατηγορίες:³⁴

- *Βασικές ανάγκες*. Αυτές που αναμένει ο πελάτης (π.χ. από ένα αυτοκίνητο αναμένει να ξεκινά κάθε φορά που το βάζει μπρος).
- *Εκφρασμένες ανάγκες*. Αυτές που ο πελάτης είναι πάντα έτοιμος να εκφράσει (π.χ. μπορεί να επιθυμεί επιπλέον χαρακτηριστικά στη μηχανή του αυτοκινήτου).
- *Συναρπαστικές ανάγκες*. Αυτές που εκπλήσσουν τους πελάτες και δεν καλύπτονται από κανέναν ανταγωνιστή (π.χ. τρόποι χρηματοδότησης που επιτρέπουν εύκολη και γρήγορη αγορά του αυτοκινήτου). Όλοι οι παραγωγοί θέλουν να μάθουν αυτές τις ανάγκες και να τις καλύψουν με τις νέες γενιές προϊόντων τους.

Η δοκιμή νέων προϊόντων στην αγορά γίνεται με διάφορους τρόπους, όπως με ερωτηματολόγια κατά την σύλληψη του προϊόντος, κέντρα δοκιμών, κινητά καταστήματα, δοκιμαστική χρήση (ιδίως στις αγορές μεταξύ επιχειρήσεων), εκθέσεις, κατά αντιπαραβολή συγκρίσεις, και δοκιμαστικές ομάδες.

Γίνεται κοινώς αποδεκτό ότι τα περισσότερα νέα προϊόντα αποτυγχάνουν στην αγορά, επειδή οι ανάγκες και οι επιθυμίες των πελατών δεν ικανοποιούνται. Οι πλειονότητα των φορέων του μάρκετινγκ εργάζονται λαμβάνοντας υπόψη την αγορά, για την οποία σχηματίζουν εικόνα μέσω εκτενούς έρευνας. Πρόκειται για την market-pull προσέγγιση της καινοτομίας, όπου ανακαλύπτονται οι επιθυμίες των αγοραστών και μετά η επιχείρηση παράγει κάτι που τις ικανοποιεί. Η απλότητα αυτής της οπτικής διευκολύνει πολύ την

34 P. Trott, 2005, *Innovation Management and New Product Development*, 3rd Edition, Pearson Education Limited, p. 449

διοίκηση της επιχείρησης, ωστόσο σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα να απορρίπτονται μεγάλες ή ριζοσπαστικές καινοτομίες, σε σύγκριση με τα άλλα προϊόντα της επιχείρησης, επειδή δεν συνάδουν με τα αποτελέσματα της έρευνας που γίνεται στους καταναλωτές. Καμία επιχείρηση δεν επιθυμεί να αναλάβει τον κίνδυνο να διαθέσει πόρους στην ανάπτυξη ενός προϊόντος, δίχως να έχει κάποια εικόνα της αγοράς.

Πολλές ρηξικέλευθες και επιτυχημένες καινοτομίες της αγοράς βρήκαν θέση στην αγορά από την ανάπτυξη τεχνολογίας που αναζητούσε εφαρμογή (technology-push προσέγγιση της αγοράς), αντί για το αντίστροφο. Η χρησιμότητα μιας έρευνας αγοράς αμφισβητείται έντονα, όταν πρόκειται για ριζοσπαστικές καινοτομίες για τις οποίες η αγορά ακόμη δεν υφίσταται. Κατ' αρχάς, οι εν δυνάμει πελάτες δεν κατανοούν επαρκώς το προϊόν και μπορεί να νιώθουν ότι απειλεί τον τρόπο ζωής τους, οπότε σίγουρα θα είναι αρνητικοί. Επιπλέον, συχνά δυσκολεύονται να εκφράσουν τις ανάγκες τους. Είναι χαρακτηριστική η ρήση του Akio Morita, συνιδρυτή της Sony: *“Στόχος μας είναι να κατευθύνουμε το κοινό σε νέα προϊόντα, αντί να τους ρωτάμε τι θέλουν. Το κοινό δεν γνωρίζει τι μπορούμε να πετύχουμε, εμείς όμως το γνωρίζουμε”*. Συνεπώς, σε αυτόν τον τύπο προϊόντων, η έρευνα αγοράς είναι καλό να περιορίζεται σε ανθρώπους με γνώση του αντικειμένου, που μπορούν να κατανοήσουν τα πιθανά οφέλη του. Μια άλλη τεχνική που χρησιμοποιείται είναι έρευνα και εκμάθηση καθ' όλα τα στάδια ανάπτυξης, σύμφωνα με την οποία γίνονται οι κατάλληλες τροποποιήσεις στο προϊόν και στην προσέγγιση της αγοράς. Πρόκειται για πειραματικό σχεδιασμό και διερεύνηση της αγοράς, χρησιμοποιώντας συχνά την κληρονομιά της επιχείρησης. Σε κάθε περίπτωση, δεν πρέπει να παραβλέπεται ότι όλα τα μέρη ενός καναλιού διανομής του προϊόντος - από τον παραγωγό μέχρι τον τελικό χρήστη - έχουν διαφορετικές προτεραιότητες όσον αφορά το προϊόν, οι οποίες θα επηρεάσουν την τελική επιτυχία ή αποτυχία του.

Τα προϊόντα εντάσεως-τεχνολογίας είναι ένα καλό παράδειγμα, όπου συνήθως η ανάπτυξη καινοτομίας δεν γίνεται τόσο με βάση την έρευνα αγοράς. Οι επιχειρήσεις του κλάδου συνήθως στοχεύουν τμήματα της αγοράς με υψηλό εισόδημα, να εδραιώσουν την τεχνολογία τους ως το πρότυπο του κλάδου, να χτίσουν καλή φήμη και να καθορίσουν τη μελλοντική εξέλιξη του κλάδου. Ωστόσο, τέτοιες φιλοδοξίες είναι σίγουρο ότι κοστίζουν και συνεπάγονται μεγάλο κίνδυνο. Για να επιτύχει η επιχείρηση, πρέπει η τεχνολογία να είναι το επίκεντρο της ανταγωνιστικής της στρατηγικής. Οι ριζοσπαστικές καινοτομίες αλλάζουν τη δομή της αγοράς, απαιτούν εκμάθηση από τους καταναλωτές και αλλαγές στη συμπεριφορά τους, οπότε είναι δυσκολότερο να πετύχουν στην μαζική καταναλωτική αγορά απ' ό,τι στη βιομηχανική (κυρίως λόγω του ότι δεν υπάρχει η πρότερη γνώση για την κατανόηση του προϊόντος). Οι καταναλωτές έχουν να υπερνικήσουν μια εδραιωμένη τεχνολογική βάση, το κόστος μεταστροφής και την πληροφοριακή ασυμμετρία μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή, που λειτουργούν ως αντικίνητρα στην αγορά μιας ριζοσπαστικής καινοτομίας.

Συχνά, οι άνθρωποι δεν γνωρίζουν ότι χρειάζονται μια ρηξικέλευθη καινοτομία, όπως επίσης μπορεί να έχουν συνηθίσει τόσο πολύ μια κακή υποκατάστατη λύση στο πρόβλημα τους, που δεν κατανοούν ότι υπάρχει διαθέσιμη μια εναλλακτική. Για παράδειγμα, πριν κυκλοφορήσουν τα πρώτα “έξυπνα τηλέφωνα” (smartphones), κανένας δεν ενοχλούσε η αναμονή μέχρι να χρησιμοποιήσει τον υπολογιστή του για να αποκτήσει πρόσβαση στο διαδίκτυο και να ελέγξει την αλληλογραφία του. Οι αρχές του μάρκετινγκ σχετικά με την έρευνα βασισμένη στην ανθρωπολογία, και στην τμηματοποίηση σύμφωνα με τις ανάγκες αποκαλύπτουν τα πιο σημαντικά κενά στις ζωές των ανθρώπων, που μπορούν να γεμίσουν με νέα προϊόντα. Επομένως, αντί των υποθέσεων για τους πιθανούς πελάτες και τις ανάγκες τους, το μάρκετινγκ μπορεί να εντοπίσει εντελώς νέους ή διαφορετικούς πελάτες και να τους θέσει υπόψη στα τμήματα Ε&Α³⁵.

Εντούτοις, πολλές επιχειρήσεις που έχουν εδραιωθεί στο χώρο τους και σημειώνουν επιτυχία για πολλά χρόνια, αναπτύσσουν βολικές ρουτίνες που οδηγούν σε αυταρέσκεια. Οι ιεραρχίες, τα συστήματα, τα εγχειρίδια κανόνων και οι φόρμουλες είναι αποτελεσματικά στο να ελέγχουν και να βελτιώνουν την αποδοτικότητα επαναλαμβανόμενων πράξεων. Ωστόσο, οι πελάτες του σήμερα, δεν θα είναι απαραίτητα και πελάτες του αύριο. Οι επιτυχημένες επιχειρήσεις του μέλλοντος θα είναι αυτές που συνεισφέρουν στη δημιουργία του. Δηλαδή, πρέπει να θέτουν διαρκώς προκλήσεις στα υφιστάμενα προϊόντα και αγορές, ώστε να αναπτύσσουν τα προϊόντα που θα χρησιμοποιούνται στο μέλλον.

Συμπερασματικά, σύμφωνα με μια έρευνα για τα επιτυχημένα αμερικανικά καινοτόμα προϊόντα,³⁶ μπορούμε να ισχυριστούμε ότι η επιτυχία σημειώνεται με έναν συνδυασμό ριζοσπαστικά καινοτόμων προϊόντων και βελτιωτικών αλλαγών στα υφιστάμενα. Ιδίως στους κλάδους εντάσεως-τεχνολογίας, ο ηγέτης θα είναι ο ριζοσπαστικά καινοτόμος, ενώ οι βελτιωτικές αλλαγές και οι επεκτάσεις στα προϊόντα του εξασφαλίζουν ότι παραμένει ηγέτης. Το δίλημμα μεταξύ των προσεγγίσεων market-pull και technology-push είναι πλέον παρωχημένο. Σε κάποιους κλάδους ο ρόλος της επιστήμης και της τεχνολογίας είναι πολύ σημαντικότερος από την έρευνα της αγοράς. Ωστόσο, η επιτυχημένη διαχείριση της καινοτομίας χρειάζεται ποικίλες εισηγήσεις. Χρειάζεται κατανόηση της ίδιας της καινοτομίας από όλα τα μέρη.

Σε πολλές περιπτώσεις, επιχειρήσεις υποτιμούν το ρόλο του μάρκετινγκ και περιορίζονται σε τεχνικούς αλγορίθμους και προγνωστικές αναλύσεις, που αντιστοιχούν πληροφορίες, αγαθά και υπηρεσίες με τους πελάτες. Ωστόσο, σκοπός του μάρκετινγκ δεν είναι μόνο η προσέλκυση και διατήρηση πελατών μέσω έρευνας, πληροφόρησης και δημιουργίας πιστών σχέσεων, όπως συχνά παρατηρείται. Αυτές οι λειτουργίες είναι απαραίτητες για τη μελέτη εδραιωμένων αγορών. Σκοπός του μάρκετινγκ είναι και να δημιουργήσει αγορές, εντοπίζοντας τις ανεκπλήρωτες, ή και τις άγνωστες ακόμα, ανάγκες των πελατών,

35 D. Lee Yohn, 20.02.2019, *Why Great Innovation Needs Great Marketing*, Harvard Business Review (<https://hbr.org/2019/02/why-great-innovation-needs-great-marketing>)

36 J. G. Morone, 1993, *Technology and Competitive Advantage—the Role of General Management*, Research-Technology Management, Vol. 36, No. 2

κατανοώντας τα κύρια αντιληπτικά και συμπεριφορικά κίνητρα που κάνουν ελκυστικό ένα προϊόν, επικοινωνώντας με πελάτες για να βρεθούν οι ιδανικές χρήσεις και τα πλεονεκτήματα και αναπτύσσοντας την αγορά και το “οικοσύστημα χρήσης” της ριζοσπαστικής καινοτομίας. Για αυτόν το λόγο, οι υπεύθυνοι μάρκετινγκ μιας επιχείρησης πρέπει να συμμετέχουν από την αρχή στην ανάπτυξη καινοτομίας, ώστε να συνεισφέρουν εισηγήσεις σχετικά με κάθε κίνδυνο που μπορεί να συναντήσει το καινοτόμο προϊόν στην αγορά³⁷.

Μελέτη περίπτωσης³⁸

Χαρακτηριστικό της ανάγκης αποτελεσματικού μάρκετινγκ στην κυκλοφορία ενός ριζοσπαστικά καινοτόμου προϊόντος είναι η πρώτη έκδοση του Google Glass, που κυκλοφόρησε στη μαζική αγορά το 2014. Πρόκειται για “έξυπνα γυαλιά”, με σχήμα ενός συνηθισμένου ζευγαριού γυαλιών, που συνδέονταν στο διαδίκτυο και ο χρήστης τα χειριζόταν με φωνητικές εντολές. Ήταν μια εκπληκτική τεχνολογική καινοτομία, αλλά τελικά απέτυχαν. Μεταξύ άλλων, η Google δεν εντόπισε τις καίριες καταναλωτικές ανάγκες που θα υποστήριζαν την ευρεία υιοθέτηση του προϊόντος από το κοινό. Ποιες ήταν δηλαδή οι περιπτώσεις, όπου η χρήση του προϊόντος θα ήταν πραγματικά απαραίτητη και έδιναν κίνητρο στο κοινό να παραβλέψει ή να ανεχθεί ορισμένα από τα πρώιμα ελαττώματα του. Ακόμη, το προϊόν διατέθηκε δοκιμαστικά το 2013 μόνο στους Glass Explorers, μια ομάδα που αποτελείτο κυρίως από φανατικούς οπαδούς της τεχνολογίας και δημοσιογράφους που ήταν σημαντικοί για τον κλάδο, αλλά όχι σε κατηγορίες ανθρώπων που λειτουργούν ως πρότυπα για τον μέσο καταναλωτή και θέλει να τους μιμηθεί. Η εταιρεία δεν κατάφερε να δημιουργήσει μια εύρωστη και διαρκή αγορά για το προϊόν, και το απέσυρε λιγότερο από 2 έτη μετά την κυκλοφορία.

37 D. Lee Yohn, 20.02.2019, *Why Great Innovation Needs Great Marketing*, Harvard Business Review (<https://hbr.org/2019/02/why-great-innovation-needs-great-marketing>)

38 D. Lee Yohn, 20.02.2019, *Why Great Innovation Needs Great Marketing*, Harvard Business Review (<https://hbr.org/2019/02/why-great-innovation-needs-great-marketing>)

1.12. Επίλογος 1^{ου} Κεφαλαίου

Οι λειτουργίες της στρατηγικής, του μάρκετινγκ και της E&A πρέπει να συντονίζονται και να τελούν υπό αποτελεσματική διαχείριση. Στην πράξη, αυτό σημαίνει ενδοεπικοινωνία, διαδικασίες και συστήματα. Η επιτυχής ανάπτυξη νέων προϊόντων δεν τελείται από ένα μόνο τμήμα της επιχείρησης. Από την αρχική του σύλληψη έως την τελική του κυκλοφορία, ένα προϊόν αμφιταλαντεύεται μεταξύ τμήματος μάρκετινγκ, τεχνικού τμήματος και των ομάδων παραγωγής και εμπειρογνομόνων. Μια ομάδα ανθρώπων με μέλη από κάθε τμήμα συνεργάζεται για να μετουσιώσει την ιδέα σε εμπορικά εκμεταλλεύσιμο τελικό προϊόν, προβαίνοντας σε μια σειρά συνδεδεμένων δραστηριοτήτων. Δεν υπάρχει κάποια σταθερή σειρά με την οποία πρέπει να διεκπεραιώνονται οι διαδικασίες, και πολλές μπορούν να λαμβάνουν χώρα και παράλληλα. Πρόκειται για μια ρευστή αλληλουχία, που συνεπάγεται εκτενή αλληλεπίδραση και ανατροφοδότηση.

Η δημιουργικότητα και οι καινοτόμες ιδέες ξεπηδούν από το γνωστικό υπόβαθρο μιας επιχείρησης. Συνεπώς, η δραστηριότητα που προηγείται κατά κανόνα στην ανάπτυξη οτιδήποτε καινοτόμου είναι η συγκέντρωση πληροφοριών. Δίχως την διαρκή συγκέντρωση πληροφορίας από όλες τις δυνατές πηγές του κλάδου, η επιχείρηση θα στερείται τη δυνατότητα να παράγει νέες ιδέες.

Ακολουθεί η ανίχνευση πιθανών επιχειρηματικών ευκαιριών, τις οποίες η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να μετατρέψει σε επιτυχημένα προϊόντα. Οι ευκαιρίες μπορεί να πηγάζουν, μεταξύ άλλων, από τα ήδη υφιστάμενα προϊόντα της επιχείρησης, την διαθέσιμη τεχνολογία, τις ανεκμετάλλευτες ίδιες ή ξένες ευρεσιτεχνίες, τους πελάτες και προμηθευτές, την ανώτερη διοίκηση, τις δημιουργικές συζητήσεις (brainstorming και synectics), ακόμη και από τρίτους με καμία σχέση με την επιχείρηση.

Οι ιδέες στη συνέχεια μετατρέπονται σε εν δυνάμει προϊόντα. Μια ιδέα είναι απλά μια ιδέα, ενώ η σύλληψη του προϊόντος είναι η σύνδεση όλων των βασικών στοιχείων της ιδέας, δηλαδή: η μορφή (το απτό αντικείμενο που θα δημιουργηθεί, ή - σε περίπτωση υπηρεσίας - η αλληλουχία βημάτων με την οποία θα δημιουργηθεί η υπηρεσία)· η τεχνολογία (στις περισσότερες περιπτώσεις, υπάρχει μια σαφής τεχνολογία όπου θα βασιστεί η καινοτομία)· η ανάγκη (τα οφέλη που δίνει στον πελάτη η αξία του προϊόντος). Κάθε επιχειρηματική ευκαιρία και εν δυνάμει προϊόν πρέπει να αξιολογούνται καθ' όλη τη διαδικασία ανάπτυξης νέου προϊόντος. Οι επιχειρήσεις πρέπει να ερευνούν κατά πόσο έχουν τις γνώσεις και την τεχνογνωσία για να το φέρουν εις πέρας, καθώς και αν αυτό ταιριάζει με τη συνολική τους δραστηριότητα και την πιθανή ζήτηση. Έχουν τους απαραίτητους πόρους για την μαζική παραγωγή του; Πρέπει να βρίσκονται σε επικοινωνία με τους πελάτες και τεχνικούς ειδήμονες, ώστε να ακούν τις απόψεις τους σχετικά με τυχόν πρωτότυπα που θα αναπτυχθούν.

Ακολουθώντας, το αντικείμενο λαμβάνει την τελική του μορφή σε ένα πρωτότυπο. Οι σχεδιαστές του προϊόντος μπορεί να αναπτύξουν πολλά όμοια πρωτότυπα και θα συζητηθούν θέματα κατασκευής, όπως η διαδικασία που θα χρησιμοποιείται. Σε αυτό το στάδιο δοκιμάζονται όλα τα τεχνικά ζητήματα, όπως επιστημονική E&A, μηχανική ανάπτυξη και σχέδιο, πιθανή μεταφορά τεχνολογίας, ανάλυση διαθέσιμων δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας και προγνώσεις για το κόστος. Παράλληλα, γίνεται η δοκιμή της αγοράς και λαμβάνονται οι απόψεις των πελατών. Οι εισηγήσεις που λαμβάνει η επιχείρηση για την καινοτομία της, δεν επηρεάζουν την ανάπτυξη του έργου εξίσου σε κάθε κλάδο. Ο βιομηχανικός κλάδος είναι εξ ορισμού προορισμένος να παράγει το μέλλον, και σε παρόμοιο βαθμό η φαρμακοβιομηχανία πρέπει να λαμβάνει καινοτόμες πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη των προϊόντων της. Αντίθετα τα προϊόντα ευρείας κατανάλωσης, όπως τα τρόφιμα και ποτά, δεν μπορούν να εμπορευματοποιηθούν ανεξάρτητα από τις εκφρασμένες ανάγκες και επιθυμίες των καταναλωτών. Τέλος, γίνεται η κυκλοφορία του προϊόντος, και οι πόροι της επιχείρησης κατευθύνονται στη διαφήμιση του.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 1^{ΟΥ} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Βιβλιογραφία

- C. M. Christensen, 1997, *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*, Harvard Business School Press, Boston, MA
- R. H. Hayes, S. C. Wheelright, K. B. Clark, 1988, *Dynamic manufacturing: Creating the learning organization*, New York: The Free Press
- J. Mohr, S. Sengupta, S. Slater, 2010, *Marketing of High Technology Products and Innovations*, 3rd Edition, Pearson Education Inc
- E. B. Roberts, A. R. Fushfield, 1981, *Staffing the innovative technology-based organisation*, Sloan Management Review, Spring
- M. A. Schilling, 2013, *Strategic Management of Technological Innovation*, 4th Edition, McGraw-Hill
- K. Tollin, A. Caru, 2008, *Strategic Market Creation: a new perspective on marketing and innovation management*, John Wiley & Sons
- P. Trott, 2005, *Innovation Management and New Product Development*, 3rd Edition, Pearson Education Limited
- T. L. Wheelen, J. D. Hunger, A. N. Hoffman, C. E. Bamford, 2018, *Concepts in Strategic Management and Business Policy: GLOBALIZATION, INNOVATION, AND SUSTAINABILITY*, Pearson Education Limited

Διαδικτυακές πηγές - Αρθρογραφία – Έρευνες

- P. Barwise, 1997, *Brands in a digital world*, Journal of Brand Management, 4
- D. Dougherty, 1992, *A practice-centered model of organizational renewal through product innovation*, Strategic Management Journal, v. 13
- R. H. Hayes, S. C. Wheelright, K. B. Clark, 1988, *Dynamic manufacturing: Creating the learning organization*, New York: The Free Press
- E. Hunsaker, 10.12.2018, *Mechanistic vs. Organic Organizational Structure*, Bizfluent (<https://bizfluent.com/facts-7642894-mechanistic-vs-organic-organizational-structure.html>)
- J. G. Morone, 1993, *Technology and Competitive Advantage—the Role of General Management*, Research-Technology Management, Vol. 36, No. 2
- Nonaka I., Kenney M., 1991, *Towards a new theory of innovation management: A case study comparing Canon, Inc. and Apple Computer, Inc.*, Journal of Engineering and Technology Management, 8, Elsevier (<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.489.3492&rep=rep1&type=pdf>)
- Eduardo de Oliveira Teixeira, W. B. Werther Jr., 2013, *Resilience: Continuous renewal of competitive advantages*, Business Horizons, 56
- T. Peters, 1997, *The Circle of Innovation: You Can't Shrink Your Way to Greatness*, Vintage Books
- M. E. Porter, 1985, *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, NY: Free Press
- M. E. Porter, 2008, *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*, Harvard Business Review
- A. H. Rubenstein, A. K. Chakrabarti, R. D. O'Keefe, W. E. Souder & H. C. Young, 1976, *Factors Influencing Innovation Success at the Project Level*, Research Management, 19:3
- J. A. Schumpeter, 1934, *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*, Harvard Economic Studies, Vol. 46, Harvard College, Cambridge, MA
- R.A.F. Seaton, M. Cordey-Hayes, January 1993, *The development and application of interactive models of industrial technology transfer*, Technovation, v. 13
- N. Slack, M. A. Lewis, H. Bates, 2004, *The two worlds of operations management research and practice: Can they meet, should they meet?*, International Journal of Operations & Production Management, 24(4)
- G. Verona, 1999, *A Resource-Based View of Product Development*, The Academy of Management Review, v. 24
- D. Lee Yohn, 20.02.2019, *Why Great Innovation Needs Great Marketing*, Harvard Business Review (<https://hbr.org/2019/02/why-great-innovation-needs-great-marketing>)

Εισαγωγή 2ου Κεφαλαίου

Στο προηγούμενο μέρος έγινε μια ανάλυση της ανάπτυξης της καινοτομίας, όπως αυτή ξεκινά ως μια νέα ιδέα, που προκύπτει από τα ερείσματα που λαμβάνει από το εξωτερικό περιβάλλον της μια επιχείρηση, και καταλήγει σε ένα νέο εμπορεύσιμο προϊόν. Όλη αυτή η διαδικασία παράγει πλούτο, καθώς η γνώση που συγκεντρώνεται και αποτυπώνεται σε κάτι οικονομικά εκμεταλλεύσιμο, κατ' αρχήν συνιστά διανοητική ιδιοκτησία της επιχείρησης. Η διανοητική ιδιοκτησία, εφόσον δεν αντιγράφεται από τον ανταγωνισμό, προσδίδει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Το παρόν κεφάλαιο σκοπεί να αναλύσει τα μέσα προστασίας που παρέχει το ευρωπαϊκό δίκαιο διανοητικής ιδιοκτησίας σε έναν δικαιούχο, ώστε να κατοχυρώσει κάθε δικαίωμα διανοητικής ιδιοκτησίας. Η μελέτη εστιάζει κυρίως στις ρυθμίσεις και στα δικαιώματα με άμεση εφαρμογή σε ολόκληρη την Ε.Ε., καθώς και στις προσπάθειες εναρμονισμού των εθνικών νομοθεσιών των κρατών-μελών.

Πριν από την ανάλυση των ευρωπαϊκών ρυθμίσεων για κάθε δικαίωμα, πρέπει να γίνει μια ανασκόπηση των σημαντικότερων διεθνών συνθηκών για κάθε τύπο δικαιώματος, οι οποίες έχουν επηρεάσει τις ευρωπαϊκές διατάξεις. Η μελέτη αφορά στις διεθνείς συνθήκες, εκ των οποίων η Ε.Ε. ως ένωση αντλεί δικαιώματα και υποχρεώσεις ως ένωση. Οι εκ των διεθνών συμβάσεων απορρέουσες δεσμεύσεις των κρατών-μελών διέπονται από τις ρυθμίσεις του άρθρου 234 της Συνθήκης ΕΟΚ (ήδη άρθρο 351 ΣΛΕΕ), για τη σχέση της Ευρωπαϊκής Συνθήκης με διεθνείς συμβάσεις των κρατών-μελών. Τα δικαιώματα και υποχρεώσεις που απορρέουν από συμβάσεις που συνήφθησαν προ της 1ης Ιανουαρίου 1958 ή, για κράτη που προσχώρησαν αργότερα στην Ε.Ε., προ της ημερομηνίας της προσχώρησής τους, δεν θίγονται από τη Συνθήκη ΕΟΚ. Εντούτοις, κατά το μέτρο που οι συμβάσεις αυτές δεν συμβιβάζονται με τη Συνθήκη, το ενδιαφερόμενο ή τα ενδιαφερόμενα κράτη πρέπει να προσφύγουν σε όλα τα πρόσφορα μέσα για να άρουν τα ασυμβίβαστα που τυχόν διαπιστώνονται. Συνεπώς, η Ευρωπαϊκή Συνθήκη έχει προβάδισμα σε σχέση με τις διεθνείς συμβάσεις, το οποίο έχει αποδειχθεί από την απόφαση του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην υπόθεση GEMA³⁹. Σύμφωνα με άλλη απόφαση του Δικαστηρίου⁴⁰, το άρθρο 234 της Συνθήκης ΕΟΚ (351 ΣΛΕΕ) δεν αναγνωρίζει την υπεροχή των διεθνών συμβάσεων που είχαν συναφθεί πριν από την ισχύ της Συνθήκης ή την προσχώρηση κάθε κράτους-μέλους όσον αφορά στις σχέσεις μεταξύ κρατών-μελών. Αφορά μόνο στις σχέσεις κρατών-μελών και μη μελών.

39 ΔΕΚ, απόφαση της 20.1.1981, υποθ. 55 και 57/80, Musik-Vertrieb Mebran GmbH και K-tel International κατά GEMA, Συλλ. 1981, σ. 147, σκέψεις 20, 24

40 ΔΕΚ, απόφαση της 11.3.1986, υπόθ. 121/85, Conegate κατά H.M. Customs and Excise. Συλλ. 1986, ζ. 1007, σκέψη 24

Στη συνέχεια, γίνεται μελέτη των ενωσιακών νομοθετημάτων, με επίκεντρο τα δικαιώματα που απονέμουν στους δημιουργούς, ώστε να κριθεί ο σκοπός και η αποτελεσματικότητα τους για την ενιαία αγορά. Αντικείμενο είναι τα δικαιώματα, τα οποία οι δικαιούχοι δύνανται να κατοχυρώσουν με άμεση ενέργεια σε όλη την Ε.Ε., καθώς και οι κοινοί κανόνες που ισχύουν για τα δικαιώματα αυτά σε όλα τα κράτη-μέλη.

Νομική ορολογία

Διανοητική ιδιοκτησία: Το σύνολο των αποκλειστικών δικαιωμάτων επί πνευματικών δημιουργημάτων. Χωρίζεται σε δύο σκέλη: αφενός στη βιομηχανική ιδιοκτησία, η οποία περιλαμβάνει τις εφευρέσεις (διπλώματα ευρεσιτεχνίας), τα σήματα, τα βιομηχανικά σχέδια και υποδείγματα και τις γεωγραφικές ενδείξεις, και αφετέρου στην πνευματική ιδιοκτησία, η οποία καλύπτει τα καλλιτεχνικά και λογοτεχνικά έργα.⁴¹

Κανονισμοί (Ε.Ε.): Οι κανονισμοί είναι δεσμευτικές νομοθετικές πράξεις. Η εφαρμογή τους σε όλες τις χώρες της Ε.Ε. είναι υποχρεωτική.⁴²

Οδηγίες (Ε.Ε.): Οι οδηγίες είναι νομοθετικές πράξεις που ορίζουν έναν στόχο τον οποίο πρέπει να επιτύχουν όλες οι χώρες της Ε.Ε. Ωστόσο, εναπόκειται σε κάθε χώρα να θεσπίσει τους δικούς της νόμους για την επίτευξη των στόχων αυτών.⁴³

41 Επίσημη Ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου (<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/36/intellectual-industrial-and-commercial-property>)

42 Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts_el)

43 Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts_el)

2.1. ΔΙΠΛΩΜΑΤΑ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ

Δίπλωμα ευρεσιτεχνίας: Η καταχώριση ενός διπλώματος ευρεσιτεχνίας παρέχει στον εφευρέτη αποκλειστικά δικαιώματα επί της εφεύρεσής για ένα περιορισμένο χρονικό διάστημα, συνήθως 20 ετών. Αλλά άτομα δεν μπορούν να παράγουν, να χρησιμοποιούν, να πωλούν ή να εισάγουν ένα εμπόρευμα ή μια μέθοδο που βασίζεται στην κατοχυρωμένη με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας εφεύρεσή.⁴⁴

Υπόδειγμα χρησιμότητας: Το υπόδειγμα χρησιμότητας παρέχει στον κάτοχό του αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης μιας καινοτομίας. Παρουσιάζει ομοιότητες με το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας και συχνά αναφέρεται ως δευτερεύον δίπλωμα ευρεσιτεχνίας («petty patent») ή ως δίπλωμα ευρεσιτεχνίας καινοτομίας («innovation patent»). Χορηγείται σε οιονδήποτε εφευρίσκει ή ανακαλύπτει μία νέα και χρήσιμη μηχανή, κατασκευή, ουσία ή κάποια χρήσιμη βελτίωση. Τα υποδείγματα χρησιμότητας δεν κατοχυρώνονται σε όλα τα κράτη μέλη της Ε.Ε. και η προστασία τους δεν είναι δυνατή σε επίπεδο Ε.Ε.⁴⁵ Ο όρος θα συναντηθεί μέσα στο κείμενο, ωστόσο, καθώς δεν είναι δυνατή η κατοχύρωση του στο σύνολο της Ε.Ε. και επειδή δεν προβλέπεται από όλες τις εθνικές νομοθεσίες των κρατών-μελών, δεν θα μελετηθεί περισσότερο.

2.1.1. Σύμβαση των Παρισίων για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (1883)

Αποτελεί την παλαιότερη και σημαντικότερη διεθνώς, προσπάθεια για την εξασφάλιση διεθνούς προστασίας της βιομηχανικής ιδιοκτησίας. Δεν δημιούργησε δίκαιο, αλλά σύστησε μια Ένωση μεταξύ των συμβαλλομένων κρατών (“Ένωση των Παρισίων”). Αναθεωρήθηκε το 1900 στις Βρυξέλλες, το 1911 στην Ουάσινγκτον, το 1925 στη Χάγη, το 1934 στο Λονδίνο, το 1958 στη Λισσαβόνα και το 1967 στην Στοκχόλμη, ενώ τροποποιήθηκε το 1979.⁴⁶ Η Ευρωπαϊκή Ένωση δεν είναι συμβαλλόμενο μέρος στη Σύμβαση των Παρισίων. Στο άρθρο 2 της Συμφωνίας TRIPS, στην οποία η Ε.Ε. είναι μέρος, προβλέπεται ότι τα συμβαλλόμενα μέρη της Συμφωνίας TRIPS δεσμεύονται από τα άρθρα 1 – 12 του Πρωτοκόλλου της Στοκχόλμης στη Σύμβαση των Παρισίων (1883), καθώς και ότι οι διατάξεις της σε καμία περίπτωση δεν επηρεάζουν τις υποχρεώσεις που έχουν αναλάβει τα μέρη δυνάμει της Σύμβασης των Παρισίων 1883. Με

44 Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/patents/index_el.htm)

45 Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (<https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/cd-general-questions>)

46 Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883) (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/summary_paris.html)

αυτόν τον τρόπο, η Σύμβαση των Παρισίων δεσμεύει και την Ε.Ε. ως ένωση, καθώς η Ε.Ε. είναι μέρος της Συμφωνίας TRIPS και όλα τα κράτη-μέλη της είναι μέρη στη Σύμβαση των Παρισίων.

Το αντικείμενο προστασίας είναι οι ευρεσιτεχνίες, τα βιομηχανικά σχέδια, τα υποδείγματα χρησιμότητας, τα σήματα, η εμπορική επωνυμία, οι ενδείξεις γεωγραφικής προέλευσης και η καταστολή του αθέμιτου ανταγωνισμού.

Κάθε μέλος της Ένωσης των Παρισίων υποχρεούται να παρέχει σε πολίτες άλλων κρατών της Ένωσης την ίδια προστασία της βιομηχανικής τους ιδιοκτησίας σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο κάθε χώρας, βάσει της αρχής εθνικής μεταχείρισης.⁴⁷ Οι πολίτες οποιασδήποτε χώρας της Ένωσης, δικαιούνται σε όλες τις υπόλοιπες συμβαλλόμενες χώρες όμοια προστασία της βιομηχανικής ιδιοκτησίας τους, με αυτήν που αναγνωρίζει κάθε χώρα της Ένωσης στους πολίτες της (άρθρο 2). Είναι επίσης χαρακτηριστικό του διεθνούς χαρακτήρα της Σύμβασης, ότι η προστασία και εξομοίωση δεν περιορίζεται μόνο στους πολίτες των χωρών της ένωσης, αλλά παρέχεται και σε όσους έχουν πραγματικές ή βιομηχανικές και εμπορικές εγκαταστάσεις στο έδαφος ενός κράτους της Ένωσης (άρθρο 3).

Απονέμεται δικαίωμα προτεραιότητας για κατοχύρωση του δικαιώματος στις άλλες χώρες της Ένωσης, σε κάθε πρόσωπο που έχει κανονικά καταθέσει προηγούμενως, σε κάποια από τις χώρες της Ένωσης, αίτηση για δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, καταχώριση υποδείγματος χρησιμότητας, σήματος ή βιομηχανικού σχεδίου (άρθρο 4). Τουτέστιν μεθερμηνευόμενον, ότι η κατοχύρωση προστασίας σε μια χώρα της Ένωσης, παρέχει στο δικαιούχο προστασία στις άλλες χώρες από την ημερομηνία που κατέθεσε την πρώτη αίτηση, εφόσον εντός 12 μηνών καταθέσει σε άλλη χώρα της Ένωσης αίτηση για προστασία του ίδιου διπλώματος ευρεσιτεχνίας ή υποδείγματος χρησιμότητας. Η πρόβλεψη αυτή παρέχει στους αιτούντες μια περίοδο να αποφασίσουν σε ποιες χώρες επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν και να οργανώσουν τις επιχειρηματικές τους κινήσεις αντίστοιχα.⁴⁸ Το όφελος που αποκομίζει ο δικαιούχος, είναι ότι η προστασία της εφεύρεσης του θα ισχύει σε όποια χώρα επιλέξει από την ημερομηνία που κατέθεσε την πρώτη αίτηση, και όχι από την ημερομηνία κατάθεσης της κάθε επόμενης αίτησης.

Είναι σημαντικό να τονίσουμε, πως τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας τα οποία θα χορηγηθούν σε έναν δικαιούχο σε διάφορες χώρες της ένωσης θα είναι ανεξάρτητα από τα άλλα διπλώματα που απονεμήθηκαν για την ίδια εφεύρεση στις υπόλοιπες χώρες, τόσο ως προς την κανονική διάρκεια, όσο και ως προς του λόγους ακυρότητας και έκπτωσης των δικαιούχων (άρθρο 4δς). Αυτό σημαίνει ότι καμία χώρα δεν δεσμεύεται να δεχθεί την αίτηση επειδή κάποια άλλη χώρα χορήγησε το δικαίωμα, ούτε να απορρίψει μια αίτηση επειδή δεν έγινε δεκτή σε κάποια άλλη χώρα. Τα διπλώματα θα έχουν σε κάθε χώρα την ίδια διάρκεια με τα εθνικά διπλώματα αυτής της χώρας.

47 Ν. Ρόκας, 2011, *Βιομηχανική Ιδιοκτησία*, 2η Έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη

48 *Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883)*
(https://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/summary_paris.html)

Υποχρέωση εκμετάλλευσης του δικαιώματος

Επιτρέπεται στον δικαιούχο η εισαγωγή στη χώρα, όπου έχει χορηγηθεί το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας/υπόδειγμα χρησιμότητας, αντικειμένων κατασκευασμένων σε άλλη χώρα της Ένωσης. Η εκμετάλλευση της ευρεσιτεχνίας/υποδείγματος χρησιμότητας είναι απαραίτητη προϋπόθεση για να απολαύει ο δικαιούχος του δικαιώματος του, και η παράλειψη της ή ανεπαρκής άσκηση της μπορεί να οδηγήσουν σε έκπτωση από το δικαίωμα ως έσχατο μέσο (άρθρο 5 παρ. Α). Η απόφαση περί εκμετάλλευσης είναι αποκλειστικό δικαίωμα του δικαιούχου, και η παράλειψή της επιτρέπεται εφόσον οφείλεται σε νόμιμους λόγους. Ειδάλλως, η παράλειψη είναι καταχρηστική και η Σύμβαση παρέχει στα κράτη τη δυνατότητα να νομοθετήσουν την χορήγηση υποχρεωτικών αδειών εκμετάλλευσης (δηλαδή άδειες για χρήση της κατοχυρωμένης εφεύρεσης δίχως την συναίνεση του δικαιούχου). Ο δικαιούχος εκπίπτει εν τέλει του δικαιώματος του, μόνον εφόσον 2 έτη μετά την πρώτη χορήγηση, οι υποχρεωτικές άδειες δεν επαρκούν για την πρόληψη της καταχρηστικής μη εκμετάλλευσης του δικαιώματος.

2.1.2. Σύμβαση του Μονάχου (EPO) για τη χορήγηση ευρωπαϊκών διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας (1973)

Θεσπίστηκε μεταξύ των ευρωπαϊκών κρατών, εκτός του πλαισίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αν και όλα τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. είναι μέλη στη Σύμβαση. Αποτελεί την ευρωπαϊκή συνέχεια της *Διεθνούς Συνθήκης Συνεργασίας για τα δικαιώματα ευρεσιτεχνίας του 1970 (PCT)*, η οποία επιτρέπει την ταυτόχρονη προστασία μιας εφεύρεσης σε διεθνές επίπεδο με την κατάθεση μίας μόνο αίτησης. Η Ε.Ε. δεν δεσμεύεται από την Συνθήκη PCT ως ένωση, για τον λόγο αυτό προτιμάται η ανάλυση μόνο της ευρωπαϊκής συνθήκης, η οποία έχει οδηγήσει και σε θέσπιση κοινοτικού πλαισίου για ενιαία προστασία.

Η Σύμβαση EPO αποσκοπεί στην ενίσχυση της συνεργασίας των συμβαλλομένων κρατών, όσον αφορά την προστασία της καινοτομίας και στην καθιέρωση μιας ενιαίας διαδικασίας για την χορήγηση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, η οποία υπάγεται σε ένα κοινό νομικό πλαίσιο και μια ενιαία διαδικασία.⁴⁹

Η θεσμοθέτηση του ευρωπαϊκού διπλώματος έγινε, για να παρέχει λύση στο έως τότε ισχύον καθεστώς διεθνούς προστασίας, που απαιτούσε ο εφευρέτης να κάνει τόσες αιτήσεις για να προστατέψει την δημιουργία του, σε όσες χώρες ήθελε να εξασφαλίσει τέτοια προστασία. Παρέχει συνεπώς ευκολία, καθώς το ευρωπαϊκό δίπλωμα χαίρει αυτοδικαίως της ίδιας προστασίας που απονέμει το εθνικό δίπλωμα σε κάθε

49 Προοίμιο της Σύμβασης για τη χορήγηση ευρωπαϊκών διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας

συμβαλλόμενο κράτος της Σύμβασης, και με τον τρόπο αυτό ο εφευρέτης μειώνει το κόστος προστασίας, το οποίο θα ήταν απαγορευτικό, αν επιθυμούσε να καταθέσει αιτήσεις σε παραπάνω από τρεις χώρες.⁵⁰

Το ευρωπαϊκό δίπλωμα έχει ισχύ σε όσα συμβαλλόμενα κράτη ορίσει ο εφευρέτης με την αίτηση του (άρθρο 3), παρέχει το ίδιο επίπεδο προστασίας και υπάγεται στους ίδιους όρους με τα εθνικά διπλώματα ευρεσιτεχνίας κάθε κράτους (άρθρο 2). Τα διπλώματα χορηγούνται από τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας, που ιδρύθηκε με τη Σύμβαση (άρθρο 4). Ωστόσο, η κατοχύρωση του δεν έχει ενιαίο χαρακτήρα. Δηλαδή, το ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας που χορηγείται σε ένα κράτος είναι ανεξάρτητο, από ένα δίπλωμα που χορηγείται σε ένα άλλο κράτος για την ίδια εφεύρεση. Η εκτέλεση του διπλώματος γίνεται σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο κάθε κράτους, και η ανάκληση του σε ένα κράτος δεν έχει απαραίτητα ισχύ σε άλλο συμβαλλόμενο κράτος.⁵¹

Προϋποθέσεις χορήγησης του διπλώματος είναι η εφεύρεση, σε οποιονδήποτε κλάδο της τεχνικής, να είναι νέα, να εμπεριέχει εφευρετική δραστηριότητα και να είναι επιδεκτική βιομηχανικής εφαρμογής (άρθρο 52). Δεν θεωρούνται εφευρέσεις με την έννοια της Σύμβασης (εφόσον επιδιώκεται για αυτά αποκλειστικά η προστασία), οι ανακαλύψεις, επιστημονικές θεωρίες και μαθηματικές μέθοδοι· αισθητικές δημιουργίες· τα σχέδια, οι κανόνες και οι μέθοδοι εκτέλεσης διανοητικών πράξεων, παιχνίματος παιχνιδιών ή επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, και τα προγράμματα για υπολογιστές· οι παρουσιάσεις πληροφοριών.

Δεν παρέχεται δυνατότητα κατοχύρωσης με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας σε εφευρέσεις των οποίων η εμπορική εκμετάλλευση αντισταθεί στη δημόσια τάξη ή στα χρηστά ήθη· σε φυτικές ή ζωικές ποικιλίες ή βιολογικές διεργασίες για την παραγωγή φυτών ή ζώων· σε μεθόδους για τη θεραπεία του ανθρώπινου ή του ζωικού σώματος με χειρουργική επέμβαση ή με θεραπεία και σε διαγνωστικές μεθόδους που εφαρμόζονται στο ανθρώπινο ή ζωικό σώμα (άρθρο 53).

Η εφεύρεση είναι νέα, όταν δεν ανήκει στη στάθμη της τεχνικής. Στη στάθμη της τεχνικής ανήκουν όλες οι γνώσεις, στις οποίες - πριν από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης - υπάρχει δυνατότητα πρόσβασης του κοινού μέσω γραπτής ή προφορικής περιγραφής, είτε λόγω χρήσης ή με οποιονδήποτε άλλο τρόπο. Το περιεχόμενο των ήδη κατατεθειμένων αιτήσεων για χορήγηση διπλώματος, που όμως έχουν δημοσιευθεί σε μεταγενέστερη ημερομηνία, θεωρείται ως τμήμα της στάθμης της τεχνικής (άρθρο 54).

Εφευρετική δραστηριότητα εμπεριέχεται σε μια εφεύρεση, όταν, κατά την κρίση τεχνικού, δεν προκύπτει με προφανή τρόπο από την στάθμη της τεχνικής (άρθρο 56). Πρέπει, δηλαδή, να αποτελεί πρόοδο σε σχέση με τη μέχρι σήμερα υφιστάμενη γνώση.⁵²

50 European Patents - The Basics (<https://www.mewburn.com/law-practice-library/european-patents-the-basics>)

51 Unitary patent (https://en.wikipedia.org/wiki/Unitary_patent)

52 Ν. Ρόκας, 2011, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, 2η Έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη

Τέλος, η εφεύρεση είναι *επιδεκτική βιομηχανικής εφαρμογής*, αν το αντικείμενό της *μπορεί να παραχθεί ή να χρησιμοποιηθεί σε οποιονδήποτε τομέα της παραγωγικής δραστηριότητας, συμπεριλαμβανομένης της γεωργίας* (άρθρο 57).

Η αίτηση μπορεί να υποβληθεί από *οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο ή από οποιαδήποτε οντότητα ισοδύναμη με νομικό πρόσωπο, δυνάμει της νομοθεσίας που την διέπει* (άρθρο 58). Την αίτηση μπορούν να υποβάλουν περισσότεροι του ενός από κοινού, ή ζητώντας προστασία για την ίδια εφεύρεση σε διαφορετικά συμβαλλόμενα κράτη (άρθρο 59). Μπορεί να κατατεθεί είτε στην κεντρική έδρα του Ευρωπαϊκού Γραφείου Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας στο Μόναχο, ή στο υποκατάστημά της Χάγης. Εάν η νομοθεσία ενός συμβαλλόμενου κράτους το επιτρέπει, κατατίθεται και στην κεντρική υπηρεσία βιομηχανικής ιδιοκτησίας ή άλλες αρμόδιες υπηρεσίες του κράτους αυτού, με τα ίδια αποτελέσματα (άρθρο 75).

Δικαίωμα για απόκτηση διπλώματος έχει *ο πραγματικός εφευρέτης και ο διάδοχός του* (άρθρο 60). Αν ο εφευρέτης είναι υπάλληλος, το δικαίωμα στο δίπλωμα καθορίζεται *με βάση το δικαίωμα του κράτους, στο οποίο κυρίως εργάζεται ο ο εφευρέτης*. Αν δύο ή περισσότεροι έχουν κάνει την ίδια εφεύρεση ανεξάρτητα ο ένας από τον άλλον, το δικαίωμα στο δίπλωμα θα ανήκει σε εκείνον, *η αίτηση του οποίου έχει την προγενέστερη ημερομηνία κατάθεσης, εφόσον έχει δημοσιευθεί*. Σε περίπτωση που κριθεί τελεσίδικα ότι πρόσωπο άλλο από τον αιτούντα έχει δικαίωμα στη χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας, το δικαιούμενο πρόσωπο μπορεί να προσφύγει κατά της αίτησης ευρωπαϊκού διπλώματος, ώστε να θεωρηθεί δική του αίτηση αντί του αιτούντος· να καταθέσει νέα αίτηση για χορήγηση διπλώματος επί της ίδιας εφεύρεσης· να ζητήσει την απόρριψη της αίτησης χορήγησης διπλώματος (άρθρο 61). Σε κάθε περίπτωση, ο εφευρέτης δύναται να αξιώσει από τον αιτούντα ή τον κάτοχο του διπλώματος, να αναφέρεται ως τέτοιος ενώπιον του Ευρωπαϊκού Γραφείου Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας (άρθρο 62).

Η διάρκεια του ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας είναι 20ετής και *υπολογίζεται από την ημέρα κατάθεσης της αίτησης* (άρθρο 63). Ωστόσο, κάθε συμβαλλόμενο κράτος δικαιούται να παρατείνει την διάρκεια του ευρωπαϊκού διπλώματος με τις ίδιες προϋποθέσεις που ισχύουν για τα εθνικά διπλώματα: *με σκοπό να αντιμετωπίσει μια εμπόλεμη κατάσταση ή κάποια παρόμοια κρίσιμη κατάσταση που πλήττει το κράτος αυτό· αν το αντικείμενο του διπλώματος είναι ένα προϊόν ή μια διαδικασία παραγωγής ή η χρήση ενός προϊόντος, που χρειάζεται διοικητική διαδικασία αδειοδότησης, προτού τεθεί σε κυκλοφορία στην αγορά του κράτους αυτού*.

Ο δικαιούχος του ευρωπαϊκού διπλώματος, από την ημέρα που δημοσιεύεται η χορήγησή του, και στην επικράτεια κάθε συμβαλλόμενου κράτους για το οποίο απονεμήθηκε, έχει τα ίδια δικαιώματα με εκείνα που παρέχει ένα εθνικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας που χορηγείται σε καθένα από τα συμβαλλόμενα κράτη (άρθρο 64). Αν αντικείμενο του διπλώματος είναι μια μέθοδος, τα δικαιώματα αφορούν και στα προϊόντα

που παράγονται άμεσα με αυτήν τη μέθοδο. Κάθε παραβίαση του ευρωπαϊκού διπλώματος κρίνεται σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο κάθε συμβαλλόμενου κράτους.

Η αίτηση του ευρωπαϊκού διπλώματος η οποία έχει λάβει ημερομηνία κατάθεσης, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την υποστήριξη δικαιώματος προτεραιότητας σε καθένα από τα οριζόμενα συμβαλλόμενα κράτη (άρθρο 66).

Από την δημοσίευση της, η αίτηση για χορήγηση ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας παρέχει προσωρινά στον αιτούντα την προστασία που προβλέπεται για το απονεμηθέν δίπλωμα, στα κράτη που ορίζονται στην αίτηση (άρθρο 67). Τα συμβαλλόμενα κράτη δύνανται να προβλέπουν στο δίκαιο τους διαφορετική προσωρινή προστασία σε σχέση με το απονεμηθέν δίπλωμα, εφόσον όμως ο αιτών μπορεί τουλάχιστον να διεκδικήσει εύλογη αποζημίωση από οποιονδήποτε έχει χρησιμοποιήσει την εφεύρεση του σε αυτό το κράτος, υπό τις ίδιες προϋποθέσεις που θα μπορούσε να ζητήσει αποζημίωση για παραβίαση εθνικού διπλώματος.

Σε περίπτωση ακύρωσης, ανάκλησης ή περιορισμού της έκτασης προστασίας της αίτησης ή του διπλώματος, τα δικαιώματα που αυτό παρείχε θα θεωρηθούν ως μη υπάρχοντα από την αρχή (άρθρο 68).

Η έκταση της προστασίας, που το δίπλωμα ή η αίτηση απονέμουν στο δικαιούχο, καθορίζεται από τις αξιώσεις του, όπως αυτές περιέχονται στην αίτηση του (άρθρα 69, 84). Εφόσον η αίτηση δεν εξειδικεύει, θεωρείται ότι αναζητεί προστασία σε όλα τα συμβαλλόμενα κράτη (άρθρο 79). Για κάθε οριζόμενο κράτος καταβάλλεται ένα τέλος. Η αίτηση μπορεί να αφορά σε μία μόνο εφεύρεση ή πολλές εφευρέσεις συνδεδεμένες μεταξύ τους με τρόπο που να συνιστούν μία ενιαία εφευρετική σύλληψη (άρθρο 82). Η εφεύρεση περιγράφεται στην αίτηση σαφώς και με όλες τις λεπτομέρειες, ώστε να είναι δυνατή η εφαρμογή της από έναν ειδικό (άρθρο 83).

Η αίτηση για χορήγηση ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας είναι μεταβιβαστή και δύναται να παράγει δικαιώματα για ένα ή περισσότερα συμβαλλόμενα κράτη που ορίζονται σε αυτήν. Η εκχώρηση της αίτησης γίνεται εγγράφως και με την υπογραφή των συμβαλλομένων μερών (άρθρα 71 και 72). Η αίτηση σαν αντικείμενο ιδιοκτησίας υπόκειται στη νομοθεσία που εφαρμόζεται σε κάθε συμβαλλόμενο κράτος για τις αιτήσεις εθνικών διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας.

Το σύνολο ή μέρη της αίτησης μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο συμβατικών αδειών εκμετάλλευσης για όλο ή για μέρος μόνον του εδάφους των συμβαλλομένων κρατών που ορίζονται σε αυτήν (άρθρο 73).

Ο καταθέτης, ή ο νόμιμος διάδοχός του, που προέβη σε κανονική κατάθεση αίτησης για χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας, βιομηχανικού υποδείγματος, πιστοποιητικού υποδείγματος ή πιστοποιητικού εφευρέτου σε ένα ή για ένα από τα κράτη που είναι μέλη της Σύμβασης των Παρισίων για την προστασία της βιομηχανικής ιδιοκτησίας, ή μέλη του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου, απολαμβάνει δικαίωμα προτεραιότητας για την χορήγηση ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας, όσον αφορά στην ίδια

εφεύρεση. Το δικαίωμα προτεραιότητας έχει 12μηνη ισχύ από την ημερομηνία κατάθεσης της πρώτης αίτησης. Η κατάθεση θεωρείται κανονική όταν έγινε σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο του εκάστοτε κράτους για τη χορήγηση εθνικού διπλώματος σε εφεύρεση (άρθρο 87). Το δικαίωμα προτεραιότητας απονέμει στον δικαιούχο προστασία με το ευρωπαϊκό δίπλωμα, η οποία ανατρέχει στην ημερομηνία κατάθεσης της πρώτης αίτησης (άρθρο 89).

Το Ευρωπαϊκό Γραφείο Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας δημοσιεύει την αίτηση χορήγησης διπλώματος, το συντομότερο δυνατό, μετά το πέρας 18 μηνών από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης, ή από την ημερομηνία προτεραιότητας, εφόσον ο δικαιούχος διεκδικεί προτεραιότητα· κατόπιν αίτησης του αιτούντος, πριν από το πέρας αυτής της περιόδου (άρθρο 93).

Η αίτηση ή το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας θεωρούνται ενιαία, ανεξαρτήτως του αν υπάρχουν περισσότεροι αιτούντες ή δικαιούχοι, και με δικαιώματα ο καθένας σε διαφορετικά οριζόμενα συμβαλλόμενα κράτη (άρθρο 118). Το κείμενο που περιλαμβάνουν πρέπει να είναι το ίδιο για όλα τα οριζόμενα κράτη.

Τα ίδια εφαρμόζονται και στα υποδείγματα χρησιμότητας και στα πιστοποιητικά χρησιμότητας (άρθρο 140).

Κατόπιν ειδικής συμφωνίας μεταξύ τους, τα συμβαλλόμενα κράτη δύνανται να συμφωνούν ότι τα ευρωπαϊκά διπλώματα ευρεσιτεχνίας που χορηγούνται για ένα από αυτά τα κράτη, θα έχουν ενιαία ισχύ στην επικράτεια όλων, καθώς και ότι η χορήγηση των διπλωμάτων θα γίνεται μόνο από κοινού για το σύνολο των κρατών αυτών (άρθρα 142, 149). Μπορούν επιπλέον να ορίσουν στη μεταξύ τους συμφωνία, ότι αίτηση για χορήγηση ευρωπαϊκού διπλώματος, μπορεί να μεταβιβασθεί, να ενεχυρασθεί ή να αποτελέσει αντικείμενο αναγκαστικής εκτέλεσης, μόνο για το σύνολο των κρατών και σύμφωνα με τη διαδικασία που προβλέπει η μεταξύ τους συμφωνία (άρθρο 148). Έως σήμερα, τέτοιες συμφωνίες μεταξύ συμβαλλομένων κρατών έχουν συναφθεί μόνο μεταξύ της Ελβετίας και του Λίχτενσταϊν.⁵³

Κοινοτικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας

Η κατάθεση μιας μοναδικής αίτησης, για την κατοχύρωση προστασίας σε περισσότερα κράτη-μέλη της Ε.Ε. πρόκειται για ξεκάθαρο πλεονέκτημα του ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας. Ωστόσο, το σύστημα αυτό θεωρείται κατά κανόνα περίπλοκο και ακριβό, ιδίως σε σχέση με τις Η.Π.Α και την Κίνα. Σύμφωνα με έρευνα του 2008, το κόστος κατοχύρωσης ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας μπορεί να φτάσει έως και 35.000\$, ενώ στις Η.Π.Α και στην Κίνα το κόστος είναι περίπου 5.000\$. Χρειάζεται σύνταξη του διπλώματος σε πολλές διαφορετικές γλώσσες, επικύρωση κάθε ξεχωριστού εθνικού διπλώματος που

⁵³ Επίσημη Ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Γραφείου Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας (http://archive.epo.org/epo/pubs/oj1980/p393_440.pdf)

δημιουργείται δυνάμει του ευρωπαϊκού διπλώματος και δικαστικές ενέργειες σε διαφορετικά εθνικά δικαστήρια για την προστασία του. Το γεγονός αυτό εξηγεί γιατί, κατά κανόνα, η προστασία μέσω ευρωπαϊκού διπλώματος επιδιώκεται σε 5 το πολύ, και όχι σε όλες τις χώρες της Ε.Ε.⁵⁴

Η Σύμβαση για το κοινοτικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας που συνήφθη στο Λουξεμβούργο το 1975, προέβλεπε για ένα ενιαίο και αυτόνομο δίπλωμα με ισχύ σε όλη την Κοινότητα, αλλά δεν τέθηκε ποτέ σε ισχύ. Πρόσφατα, κατατέθηκε νέα πρόταση Κανονισμού για κοινοτικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας σύμφωνα με την απόφαση του Συμβουλίου 2011/167/ΕΕ της 10ης Μαρτίου 2011.⁵⁵ Κατόπιν, ψηφίστηκαν οι Κανονισμοί (ΕΕ) 1257/2012 και 1260/2012 για την εξασφάλιση ενιαίας προστασίας της ευρεσιτεχνίας στα κράτη-μέλη και την εξάλειψη του κόστους και της πολυπλοκότητας για τους δικαιούχους ευρωπαϊκών διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, με την καταβολή ενός μόνο τέλους, αντί για τόσα τέλη, όσα και τα κράτη στα οποία ζητείται προστασία.⁵⁶ Αυτή η απλοποιημένη διαδικασία συνεπάγεται σημαντική μείωση του κόστους κατοχύρωσης μιας εφεύρεσης, ιδίως όσον αφορά στη μετάφραση των αιτήσεων, στην κατάθεση, στην ενιαία διαδικασία, με την οποία παρέχεται προστασία των εφευρέσεων σε ολόκληρη την ευρωπαϊκή επικράτεια, και στην καθιέρωση ενιαίου και κεντρικού συστήματος για την επίλυση των διαφορών.⁵⁷ Οι ανωτέρω κανονισμοί αποτελούν ειδική συμφωνία μεταξύ κρατών κατά την έννοια του άρθρου 142 της Σύμβασης του Μονάχου (1973). Παρέχουν στα ευρωπαϊκά διπλώματα ευρεσιτεχνίας, που χορηγήθηκαν για όλα τα συμβαλλόμενα κράτη στη Σύμβαση του Μονάχου, ενιαία ισχύ και παράγει τα ίδια αποτελέσματα σε όλα τα συμμετέχοντα κράτη-μέλη. Καθώς δεν θα χρειάζεται επικύρωση στην αρμόδια εθνική υπηρεσία κάθε οριζόμενου κράτους, αναμένεται ότι η μείωση του κόστους για του εφευρέτες και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα είναι σημαντική.⁵⁸

Ωστόσο, για να έχει αποτέλεσμα αυτό το εγχείρημα απαιτείται ομαλή λειτουργία του διπλώματος, συνοχή της νομολογίας και ασφάλεια δικαίου, τα οποία μπορούν να διασφαλιστούν μόνο με τη σύσταση Ενιαίου Δικαστηρίου Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας που θα εκδικάζει υποθέσεις που αφορούν στο ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας με ενιαία ισχύ. Η συμφωνία για την ίδρυση του εν λόγω δικαστηρίου έχει έως σήμερα υπογραφεί από 25 κράτη-μέλη της Ε.Ε. Καθώς βρίσκεται ακόμη σε στάδιο επικύρωσης, το δικαστήριο θα αρχίσει να εξετάζει υποθέσεις, μόλις η συμφωνία τεθεί σε ισχύ.

54 The European Intellectual Property Rights Helpdesk, 2013, *Bulletin No 8* (https://www.iprhelphdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/IPR_Bulletin_No8_0.pdf)

55 Ν. Ρόκας, 2011, *Βιομηχανική Ιδιοκτησία*, 2η Έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη

56 Επίσημη Ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Γραφείου Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας (<https://www.epo.org/law-practice/unitary.html>)

57 Πρόταση κανονισμού του Συμβουλίου για το κοινοτικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, 01.08.2000 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:l26056&from=EN>)

58 The European Intellectual Property Rights Helpdesk, 2013, *Bulletin No 8* (https://www.iprhelphdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/IPR_Bulletin_No8_0.pdf)

2.1.3. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στον τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

Η Συμφωνία TRIPS τέθηκε σε ισχύ την 1η Ιανουαρίου 1995 και είναι μέχρι σήμερα η πιο ολοκληρωμένη πολυμερής συμφωνία με αντικείμενο την διανοητική ιδιοκτησία. Περιλαμβάνεται στην τελική πράξη του Γύρου της Ουρουγουάης της Γενικής Συμφωνίας Δασμών και Εμπορίου (General Agreement on Tariffs and Trade, GATT), που υπογράφηκε στο Μαρακές, παράλληλα με την ίδρυση του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΕ). Έχει επικυρωθεί μέχρι σήμερα από 132 κράτη, μεταξύ των οποίων τα κράτη-μέλη της Ε.Ε., η ίδια την Ε.Ε., οι Η.Π.Α και η Ιαπωνία.

Η Συμφωνία αφορά σε δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, δηλαδή τόσο πνευματικής όσο και βιομηχανικής ιδιοκτησίας. Σύμφωνα με το προοίμιο της, στόχος της συμφωνίας είναι να αμβλύνει τα εμπόδια στο διεθνές εμπόριο, λαμβάνοντας υπόψη την ανάγκη για προώθηση της αποτελεσματικής και επαρκούς προστασίας των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας. Καθιερώνει νέους κανόνες σε σχέση με τη θεσμοθέτηση, την έκταση και τη χρήση δικαιωμάτων στον τομέα του εμπορίου, προβλέπει μέσα για την επιβολή τους και αποτελεσματικές και μη χρονοβόρες διαδικασίες για την πολυμερή πρόληψη και επίλυση των διαφορών.⁵⁹ Στόχος είναι, η παρεχόμενη προστασία να μην συνιστά καθεαυτή εμπόδια στο νόμιμο εμπόριο. Επιπλέον, κατά το άρθρο 7 της συμφωνίας, θα πρέπει η προστασία να είναι τέτοια, ώστε να προάγει την τεχνολογική καινοτομία, καθώς και τη μεταφορά και διάδοση της τεχνολογίας, προς το κοινό όφελος των δημιουργών και χρηστών τεχνολογίας.

Όπως και στις διεθνείς συμβάσεις για τη διανοητική ιδιοκτησία που προηγήθηκαν αυτής (Σύμβαση των Παρισίων 1967, τη Σύμβαση της Βέρνης 1971, τη Σύμβαση της Ρώμης 1961), κύριος στόχος της παρούσας συμφωνίας είναι η *εθνική μεταχείριση*, δηλαδή η προστασία, που παρέχεται δυνάμει της συμφωνίας TRIPS στο έδαφος ενός συμβαλλομένου κράτους στους υπηκόους του, να παρέχεται και στους υπηκόους των άλλων συμβαλλομένων κρατών (άρθρο 1 παρ. 3 και άρθρο 4). Η προστασία του δικαιώματος διανοητικής ιδιοκτησίας αλλοδαπού δεν επιτρέπεται να είναι λιγότερο ευνοϊκή από αυτήν που απολαμβάνει ημεδαπός του κράτους.

Επιπλέον, εφόσον ένα συμβαλλόμενο κράτος αναγνωρίζει πλεονέκτημα, ευεργέτημα, προνόμιο ή ασυλία, σχετικό με την προστασία της διανοητικής ιδιοκτησίας, στους υπηκόους ενός άλλου συμβαλλόμενου κράτους, τότε αναγνωρίζεται, αυτοδίκαια και δίχως όρους, η ίδια αντιμετώπιση στους υπηκόους όλων των άλλων συμβαλλομένων κρατών (άρθρο 5). Δεν επιτρέπεται δηλαδή η διακριτική μεταχείριση μεταξύ συμβαλλομένων κρατών (*μεταχείριση του μάλλον ευνοούμενου κράτους*).

⁵⁹ Λ. Κοτσίρης, 2017, *Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας και κοινοτικό κεκτημένο* Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα - Θεσσαλονίκη

Οι προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούνται για να θεωρείται κάποιο πρόσωπο υπήκοος συμβαλλομένου κράτους είναι αυτές που προβλέπονται στις προγενέστερες συμβάσεις, κατά ρητή πρόβλεψη του άρθρου 1 παρ. 3. Ως υπήκοος, νοείται κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, που κατοικεί, εδρεύει ή έχει πραγματική βιομηχανική ή εμπορική εγκατάσταση σε ένα συμβαλλόμενο κράτος. Οι προγενέστερες συμβάσεις θεωρούνται δεσμευτικές για τα μέλη του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου, ακόμα κι αν δεν έχουν προσχωρήσει σε αυτές.⁶⁰

Σύμφωνα με το άρθρο 27, διπλώματα ευρεσιτεχνίας χορηγούνται για εφευρέσεις (προϊόντα ή μεθόδους διεργασίας) σε όλους τους τομείς της τεχνολογίας, που είναι νέες, περιέχουν *εφευρετική δραστηριότητα* και είναι *δεκτικές βιομηχανικής εφαρμογής*. Τα διπλώματα χορηγούνται, και τα εξ αυτών δικαιώματα ασκούνται, δίχως διακρίσεις όσον αφορά στον τόπο εφεύρεσης ή στον τόπο παραγωγής προϊόντων και στον τομέα τεχνολογίας, στον οποίο αφορούν. Είναι δυνατόν τα κράτη μέλη να αποκλείσουν, υπό προϋποθέσεις, από τη δεκτικότητα κατοχύρωσης με δίπλωμα, συγκεκριμένες εφευρέσεις, η εμπορική εκμετάλλευση των οποίων είναι αντίθετη με την δημόσια τάξη ή τα χρηστά ήθη του (π.χ. για την προστασία της ανθρώπινης, ζωικής και φυτικής ζωής ή για την αποτροπή σοβαρής ζημίας στο περιβάλλον τους). Επιπλέον, μπορούν να αποκλείσουν από την κατοχύρωση με δίπλωμα: θεραπευτικές, διαγνωστικές και χειρουργικές μεθόδους, που εφαρμόζονται σε ανθρώπους ή ζώα· φυτά ή ζώα, εκτός των μικροοργανισμών, και ιδίως βιολογικές μεθόδους για την παραγωγή φυτών ή ζώων, εκτός των μη-βιολογικών και μικροβιολογικών μεθόδων παραγωγής. Ωστόσο, σε σχέση με τις φυτικές ποικιλίες, θα πρέπει πάντοτε να προβλέπεται ένα *suī generis* πλαίσιο προστασίας, σε περίπτωση που εξαιρούνται από την προστασία με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας.

Η εφεύρεση θα πρέπει να παρουσιάζεται μέσα στην αίτηση για χορήγηση διπλώματος με τρόπο σαφή και ολοκληρωμένο, ώστε ένα άτομο με εμπειρία στον οικείο κλάδο να είναι σε θέση να την πραγματοποιήσει. Τα κράτη έχουν τη δυνατότητα να προβλέπουν ότι ο εφευρέτης οφείλει να επιδείξει, κατά την κατάθεση της αίτησης, τον καλύτερο τρόπο, που ο ίδιος γνωρίζει, για την εφαρμογή της εφεύρεσης, καθώς και πληροφορίες για όσες αιτήσεις έχει καταθέσει στο εξωτερικό για την ίδια εφεύρεση και τυχόν επιχορήγηση, που έχει λάβει (άρθρο 29).

Η διάρκεια προστασίας που παρέχει το δίπλωμα είναι τουλάχιστον 20 έτη από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης (άρθρο 33). Ο κάτοχος διπλώματος ευρεσιτεχνίας έχει το αποκλειστικό δικαίωμα να απαγορεύει σε κάθε τρίτο την, δίχως τη συναίνεση του, παραγωγή, χρήση, προσφορά προς πώληση, πώληση και εισαγωγή στη χώρα για τους προαναφερθέντες σκοπούς, του προστατευόμενου προϊόντος· να απαγορεύει σε κάθε τρίτο να χρησιμοποιεί την προστατευόμενη μέθοδο διεργασίας και να χρησιμοποιεί, να προσφέρει προς πώληση, να πωλεί και να εισάγει στη χώρα τα προϊόντα που προκύπτουν άμεσα από αυτές τις μεθόδους (άρθρο 28). Επιπρόσθετα, ο κάτοχος του διπλώματος δικαιούται να εκχωρεί, να

60 Ν. Ρόκας, 2011, *Βιομηχανική Ιδιοκτησία*, 2η Έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη

μεταβιβάζει αιτία θανάτου, καθώς και να παραχωρεί άδειες εκμετάλλευσης της εφεύρεσής του. Τα Μέλη μπορούν να προβλέπουν εξαιρέσεις από το αποκλειστικό δικαίωμα το κατόχου διπλώματος, εφόσον δεν παρεμποδίζουν την κανονική του εκμετάλλευση και δεν συνεπάγονται δυσανάλογη ζημία για τον κάτοχο (άρθρο 30).

Υποχρεωτικές άδειες εκμετάλλευσης και η χρήση της εφεύρεσης από το κράτος, δίχως τη συναίνεση του κατόχου διπλώματος, είναι δυνατές μόνο υπό όρους που διαφυλάσσουν τα έννομα συμφέροντα του δικαιούχου. Οι προϋποθέσεις καθορίζονται στο άρθρο 31 της Συμφωνίας. Περιλαμβάνουν, ως γενικό κανόνα, την υποχρέωση να έχει προηγηθεί πρόσφατα μια ατελέσφορη προσπάθεια με εύλογους όρους για την χορήγηση εκούσιας άδειας· την αξίωση για καταβολή επαρκούς αποζημίωσης στον δικαιούχο, λαμβάνοντας υπόψη την οικονομική αξία της άδειας· την δυνατότητα επανεξέτασης της υποχρεωτικής αδειοδότησης και της αποζημίωσης του δικαιούχου από μια διακριτή δικαστική ή ανεξάρτητη αρχή. Οι προϋποθέσεις αυτές είναι ηπιότερες, όταν η υποχρεωτική άδεια παραχωρείται για την αντιμετώπιση πρακτικών που έχουν κριθεί ότι θίγουν τον ανταγωνισμό στην αγορά, και θα πρέπει πάντοτε να ερμηνεύονται σε συνδυασμό με την απαγόρευση διάκρισης που προβλέπει το άρθρο 27.⁶¹

Παράλληλα προβλέπεται πως κάθε απόφαση από αρμόδια αρχή για την ανάκληση ή κατάσχεση διπλώματος ευρεσιτεχνίας θα υπόκειται σε ένδικα μέσα (άρθρο 32).

Τέλος, το άρθρο 40 αναγνωρίζει ότι κάποιες πρακτικές που έχουν επικρατήσει στις συμβάσεις για άδεια εκμετάλλευσης ή κάποιες ρήτρες σχετικά με δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας που περιορίζουν τον ανταγωνισμό, μπορεί να έχουν δυσμενείς επιδράσεις στο εμπόριο και μπορεί να παρακωλύσουν τη μεταφορά και διάδοση της τεχνολογίας. Τα κράτη ανέλαβαν να ελέγχουν τέτοιες πρακτικές που είναι καταχρηστικές και περιοριστικές του ανταγωνισμού. Προβλέπεται διακρατική συνεργασία για την ανταλλαγή σχετικών πληροφοριών, όταν εμπλέκονται πρόσωπα που είναι υπήκοοι ή έχουν έδρα σε περισσότερα κράτη μέλη.

2.1.4. Αποτελέσματα του διεθνούς συστήματος κατοχύρωσης εφευρέσεων με διπλώματα ευρεσιτεχνίας⁶²

Το σύστημα κατοχύρωσης εφευρέσεων με διπλώματα ευρεσιτεχνίας έχει αμφισβητηθεί έντονα, ιδίως από στελέχη μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Η πεποίθηση είναι ότι το σύστημα προστατεύει τις μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις, οι οποίες είναι οι μόνες που διαθέτουν τα κεφάλαια για να κατοχυρώνουν τις

61 *Overview: the TRIPS Agreement*, Επίσημη Ιστοσελίδα του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/intel2_e.htm)

62 P. Trott, 2005, *Innovation Management and New Product Development*, 3rd Edition, Pearson Education Limited, pp 152 - 156

εφευρέσεις τους. Είναι αλήθεια, ότι η αίτηση και η κατοχύρωση της εφεύρεσης είναι μικρό έξοδο συγκριτικά με το ποσό, που πρέπει να δαπανήσει μια επιχείρηση, για να κινήσει δικαστικές διαδικασίες κάθε φορά, που εντοπίζει ότι παραβιάζονται τα δικαιώματά της. Επίσης, θα πρέπει να υπολογίζονται τα έξοδα της ετήσιας ανανέωσης του διπλώματος, καθώς επίσης ότι θα πρέπει να επιδιώκεται προστασία σε κάθε χώρα όπου θέλει να δραστηριοποιηθεί η επιχείρηση, γεγονός που προκαλεί ακόμα περισσότερα έξοδα. Σε αυτό το πλαίσιο, το ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας έχει αμβλύνει σημαντικά αυτά τα μειονεκτήματα του συστήματος προστασίας, για το γεγονός ότι παρέχει ομοιόμορφη προστασία με μία αίτηση σε όσες χώρες επιλέξει ο καταθέτης.

Η δημοσίευση όλων των διπλωμάτων και αιτήσεων για διπλώματα παρέχει μια πολύτιμη πηγή τεχνολογικής γνώσης. Οι επιστήμονες, που δουλεύουν πάνω σε ένα συγκεκριμένο αντικείμενο, αναζητούν συχνά τις βάσεις δεδομένων διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, για να ανακαλύψουν πώς άλλοι έχουν αντιμετωπίσει στο παρελθόν τα ζητήματα, που οι ίδιοι ερευνούν. Χρησιμοποιούν παλαιότερα διπλώματα για να κατανοήσουν πώς ο τομέας δραστηριότητάς τους σχετίζεται με τους τομείς της επιστήμης και της τεχνολογίας, που έχουν αναπτυχθεί και κατοχυρωθεί παλαιότερα. Επίσης, συχνά οι παλιές εφευρέσεις αποτελούν πηγή έμπνευσης.

Επιπλέον, πολλές επιχειρήσεις αναζητούν στο μητρώο διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, για να ανακαλύψουν τι κάνουν οι ανταγωνιστές τους. Μπορούν, κατόπιν έρευνας σε βάσεις δεδομένων παγκοσμίως, να μάθουν ότι ο κύριος ανταγωνιστής τους έχει κατοχυρώσει πολλές εφευρέσεις σε τομείς της τεχνολογίας, που οι ίδιοι δεν είχαν ποτέ προηγουμένως σκεφτεί να ερευνήσουν. Με τον τρόπο αυτό, πιθανώς να ανακαλύψουν προς τα πού κατευθύνει την έρευνά του ο ανταγωνιστής ή και τον τύπο προϊόντων, τον οποίο σκοπεύει να παράγει. Με αυτές τις πληροφορίες, οι επιχειρήσεις μπορούν να αναπτύξουν και να τροποποιήσουν την στρατηγική τους ή να επιδιώξουν μια διαφορετική προσέγγιση στην επίλυση του προβλήματος.

2.1.5. Η ευρεσιτεχνία στα φάρμακα – Συμπληρωματικό πιστοποιητικό προστασίας

Επιπλέον, στα μέσα της δεκαετίας του '90, εισήχθησαν στην ευρωπαϊκή νομοθεσία τα συμπληρωματικά πιστοποιητικά προστασίας, για να αναπληρώσουν στους δικαιούχους διπλωμάτων, που αφορούσαν σε φαρμακευτικά και αγροχημικά προϊόντα, το χρόνο που δαπανήθηκε από την εικοσαετή προστασία της εφεύρεσής τους, λόγω της καθυστέρησης στην έγκριση των αδειών κυκλοφορίας των προϊόντων τους. Σε πολλές περιπτώσεις, η διαδικασία έγκρισης διαρκούσε τόσο, που το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας είχε φτάσει στο τέλος της περιόδου προστασίας του, και ο δικαιούχος δεν είχε ποτέ την ευκαιρία να αξιοποιήσει την επένδυσή του. Το συμπληρωματικό πιστοποιητικό τίθεται σε ισχύ με τη λήξη της προστασίας, και έχει

διάρκεια ίση με το διάστημα, κατά το οποίο η έγκριση του προϊόντος υπερέβη τα 5 έτη. Κάθε πιστοποιητικό έχει δική του διάρκεια, αλλά για την προστασία του κοινού η μέγιστη είναι 5 έτη.

Με τον Κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 469/2009, κωδικοποιήθηκε ο προηγούμενος Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 1768/92. Το προηγούμενο νομοθέτημα είχε τροποποιηθεί επανειλημμένα και ουσιαστικά (4 συνολικά φορές) σε σύντομο χρονικό διάστημα, και για τον λόγο αυτό κρίθηκε σκόπιμη η κωδικοποίησή του.

Σύμφωνα με τις αιτιολογικές σκέψεις 3 - 10 του νέου Κανονισμού, *είναι απαραίτητο τα φάρμακα να καλυφθούν με ευνοϊκές νομοθετικές ρυθμίσεις που να προβλέπουν επαρκή προστασία, ώστε να ενθαρρύνεται η χρόνια και δαπανηρή έρευνα που χρειάζεται για την ανάπτυξή τους. Το χρονικό διάστημα που μεσολαβεί, μεταξύ της κατάθεσης της αίτησης διπλώματος ευρεσιτεχνίας για ένα νέο φάρμακο και της άδειας κυκλοφορίας του στην αγορά, μειώνει την πραγματική προστασία που παρέχει το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, σε διάρκεια ανεπαρκή για την απόσβεση των επενδύσεων που γίνονται στην έρευνα.*

Αυτό το γεγονός προκαλεί ζημία στη φαρμακευτική έρευνα. Ο δικαιούχος διπλώματος ευρεσιτεχνίας φαρμάκου χρειάζεται να καθυστερήσει την εκμετάλλευσή του, λόγω των αδειών που απαιτούνται από τις αρχές για να τεθεί σε κυκλοφορία και των πάσης φύσεως εξετάσεων (χημικών, τοξικολογικών, βιολογικών κ.α.). Η διαδικασία αυτή είχε υπολογισθεί ότι μπορεί να φθάσει μέχρι και 12 έτη, το μέσο κόστος έρευνας και ανάπτυξης ενός νέου φαρμάκου είναι 250 εκ. ευρώ, μόνο μία σε κάθε 10.000 χημικές ενώσεις γίνεται τελικά φάρμακο, ενώ 7 στα 10 φάρμακα δεν αποσβένουν το κόστος για την έρευνα και ανάπτυξη τους.⁶³

Για αυτόν τον λόγο, υπάρχει κίνδυνος μετεγκατάστασης των ευρωπαϊκών ερευνητικών κέντρων που βρίσκονται στα κράτη-μέλη της Ε.Ε. σε χώρες που προσφέρουν καλύτερη προστασία. Συνεπώς, κρίθηκε απαραίτητο να προβλεφθεί συμπληρωματικό πιστοποιητικό προστασίας για τα φάρμακα στα οποία έχει χορηγηθεί άδεια κυκλοφορίας, το οποίο δικαιούται να αιτηθεί κάθε δικαιούχος εθνικού ή ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας ή ο διάδοχός του, υπό τους ίδιους όρους σε όλα τα κράτη μέλη (άρθρο 6).

Η πραγματική προστασία που παρέχει το νομοθετικό πλαίσιο είναι επαρκής, εφόσον ο δικαιούχος ενός διπλώματος ευρεσιτεχνίας και ενός πιστοποιητικού, ταυτόχρονα διατηρεί την αποκλειστικότητα πώλησης του φαρμάκου για το πολύ 15 έτη συνολικά από την ημερομηνία της πρώτης κυκλοφορίας του εν λόγω φαρμάκου στην ευρωπαϊκή αγορά. Λαμβάνοντας υπόψη και τα συμφέροντα δημόσιας υγείας που διακυβεύονται στον φαρμακευτικό τομέα, η μέγιστη διάρκεια ενός πιστοποιητικού πρέπει να είναι 5 έτη και να περιορίζεται αυστηρά στο προϊόν, που καλύπτει η άδεια κυκλοφορίας στην αγορά (άρθρο 13). Η διάρκεια αρχίζει από την λήξη του κύριου διπλώματος ευρεσιτεχνίας και είναι δυνατό να παραταθεί μόνο στην περίπτωση των παιδιατρικών φαρμάκων, κατά το άρθρο 36 του Κανονισμού (ΕΚ) 1901/2006.

Με τον Κανονισμό 1610/96 δίνεται η δυνατότητα απόκτησης συμπληρωματικού πιστοποιητικού προστασίας, όμοιου με αυτό που προβλέπεται για τα φάρμακα, για τους δικαιούχους διπλώματος ευρεσιτεχνίας σε φυτοφάρμακα.⁶⁴

63 Λ. Κοτσίρης, 2018, *Ευρωπαϊκό Εμπορικό Δίκαιο*, Έκδοση 3η, Εκδόσεις Σάκκουλα, σ. 529

64 Λ. Κοτσίρης, 2018, *Ευρωπαϊκό Εμπορικό Δίκαιο*, Έκδοση 3η, Εκδόσεις Σάκκουλα, σ. 533

Κατά το άρθρο 3 του Κανονισμού, οι προϋποθέσεις χορήγησης του συμπληρωματικού πιστοποιητικού είναι η *δραστική ουσία ή η σύνθεση δραστικών ουσιών ενός φαρμάκου* (“το προϊόν”):

- να προστατεύεται με ισχύον κύριο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας
- να του έχει χορηγηθεί, ως φάρμακο, ισχύουσα άδεια κυκλοφορίας στην αγορά σύμφωνα με την Οδηγία 2001/83/ΕΚ ή την Οδηγία 2001/82/ΕΚ, ανάλογα με την περίπτωση
- να μην έχει αποτελέσει αντικείμενο πιστοποιητικού
- η άδεια κυκλοφορίας στην αγορά που του έχει χορηγηθεί, να είναι η πρώτη άδεια κυκλοφορίας του προϊόντος ως φαρμάκου στην αγορά

Το πιστοποιητικό καλύπτει αποκλειστικά και μόνο το προϊόν που καλύπτει η άδεια κυκλοφορίας του αντίστοιχου φαρμάκου στην αγορά, και παρέχει τα ίδια δικαιώματα με το κύριο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας (άρθρα 4 και 5).

Η αίτηση για πιστοποιητικό πρέπει να κατατεθεί στην αρμόδια αρχή βιομηχανικής ιδιοκτησίας του κράτους-μέλους, όπου έχει εκδοθεί δίπλωμα ευρεσιτεχνίας και έχει χορηγηθεί άδεια κυκλοφορίας, εντός έξι μηνών από την ημερομηνία που χορηγήθηκε για το προϊόν, ως φάρμακο, η άδεια κυκλοφορίας στην αγορά (άρθρα 7 και 9).

Ο Κανονισμός (ΕΚ) 469/2009 δεν προέβλεψε καμία εξαίρεση στην προστασία που παρέχεται από το πιστοποιητικό. Αυτό είχε ως ακούσια συνέπεια να εμποδίζονται οι παρασκευαστές γενόσημων και βιοομοειδών φαρμάκων, που είναι εγκατεστημένοι στην Ένωση, να παρασκευάζουν γενόσημα και βιοομοειδή φάρμακα στην Ένωση, ακόμα και για τον σκοπό της εξαγωγής σε αγορές τρίτων χωρών, στις οποίες η προστασία δεν υφίσταται ή έχει λήξει. Ομοίως, εμποδίζονται από την παρασκευή των ανωτέρω με σκοπό την αποθήκευσή τους για περιορισμένη χρονική περίοδο πριν από τη λήξη του πιστοποιητικού. Αυτό τους φέρνει σε δυσμενέστερη θέση σε σχέση με παρασκευαστές εγκατεστημένους σε τρίτες χώρες, όπου η προστασία δεν υφίσταται ή έχει λήξει, καθώς δεν βρίσκονταν σε θέση να αναπτύξουν παραγωγική δραστηριότητα, για το σκοπό εξαγωγής ή εισόδου στην αγορά κράτους-μέλους, μέχρι να εκπνεύσει η προθεσμία προστασίας του πιστοποιητικού.⁶⁵ Έτσι προκαλείται σημαντικό ανταγωνιστικό μειονέκτημα για τους παρασκευαστές γενόσημων και βιοομοειδών φαρμάκων, που είναι εγκατεστημένοι στην ΕΕ, σε σχέση με παρασκευαστές με έδρα σε τρίτες χώρες. Οι τελευταίοι θα είναι σε πολύ καλύτερη θέση να εισέλθουν στην ευρωπαϊκή αγορά, όταν θα λήξει η προστασία του συμπληρωματικού πιστοποιητικού προστασίας, απειλώντας την βιωσιμότητα των παρασκευαστών γενόσημων και βιοομοειδών φαρμάκων, που είναι εγκατεστημένοι σε κράτος-μέλος. Η έγκαιρη είσοδος νέων παρασκευαστών στην αγορά της Ένωσης θα ενισχύσει τον ανταγωνισμό, όταν λήξει η προθεσμία τους πιστοποιητικού, με ευεργετικές επιδράσεις στις τιμές των φαρμάκων και στη βιωσιμότητα των εθνικών συστημάτων υγείας, για την καλύτερη πρόσβαση των ασθενών σε οικονομικώς προσιτά φάρμακα στην Ένωση.

65 Αιτιολογική Σκέψη 4, Κανονισμός (ΕΕ) 2019/933 για την τροποποίηση του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 469/2009

Για αυτόν το λόγο κρίθηκε σκόπιμη η τροποποίηση του Κανονισμού (ΕΚ) 469/2009, ώστε να επιτραπεί στους παρασκευαστές γενόσημων και βιοομοειδών φαρμάκων, που είναι εγκατεστημένοι στην Ε.Ε., η δυνατότητα να παρασκευάζουν εντός της Ένωσης την προστατευόμενη δραστική ουσία, ώστε να την εξάγουν σε τρίτες χώρες, όπου η προστασία δεν υφίσταται ή έχει λήξει. Επιπλέον, τους επιτρέπεται να παρασκευάζουν και να αποθηκεύουν την εν λόγω ουσία σε κράτος-μέλος, για καθορισμένη χρονική περίοδο προ της λήξης προστασίας, με σκοπό την είσοδο σε αγορά κράτους-μέλους όταν λήξει το συμπληρωματικό πιστοποιητικό (άρθρο 5 Κανονισμού (ΕΚ) 469/2009). Οι παρασκευαστές γενόσημων θα μπορούν λοιπόν να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τον ανταγωνισμό τους στις τρίτες χώρες με ίσους όρους ανταγωνισμού, καθώς και τον ανταγωνισμό τους εντός της Ένωσης όταν λήξει η προστασία τους πιστοποιητικού. Έτσι, θα ωφεληθεί το σύνολο του ενωσιακού φαρμακευτικού κλάδου, καθώς θα παρέχεται σε όλες τις επιχειρήσεις, ιδίως στις νεοεισερχόμενες, η δυνατότητα να αποκομίζουν οφέλη από τις νέες ευκαιρίες, που ανοίγονται στην παγκόσμια φαρμακευτική αγορά. Επίσης, ενισχύονται οι αλυσίδες εφοδιασμού με έδρα την Ένωση και η δυνατότητα αποθήκευσης. ενόψει της εισόδου στην αγορά της Ένωσης μόλις λήξει το πιστοποιητικό. Τα φάρμακα θα καταστούν πιο προσβάσιμα για τους ασθενείς στην Ένωση μετά τη λήξη του πιστοποιητικού, προωθώντας το γενικό συμφέρον της Ένωσης.

Βεβαίως, δεν επιτρέπεται με κανέναν απολύτως τρόπο η διάθεση σε αγορά κράτους-μέλους των γενόσημων φαρμάκων, που παρασκευάστηκαν για να εξαχθούν σε τρίτες χώρες ή να αποθηκευθούν, μέχρι να λήξει η προστασία, ούτε η επανεισαγωγή τους στην Ένωση από τρίτη χώρα. Ούτε θίγεται το βασικό αποκλειστικό δικαίωμα του δικαιούχου του πιστοποιητικού να παρασκευάζει την προστατευόμενη δραστική ουσία με σκοπό τη διάθεση στην αγορά της Ένωσης όσο διαρκεί η προστασία του πιστοποιητικού.⁶⁶ Ο παρασκευαστής γενόσημων και βιοομοειδών φαρμάκων βαρύνεται με υποχρέωση ενημέρωσης του αρμόδιου γραφείου βιομηχανικής ιδιοκτησίας, που χορήγησε το πιστοποιητικό στο κράτος-μέλος όπου πρόκειται να παρασκευάσει τα προϊόντα του, καθώς επιπλέον και του δικαιούχου του πιστοποιητικού, ότι προτίθεται να παρασκευάσει τα εν λόγω προϊόντα.⁶⁷ Επιπλέον, ο παρασκευαστής γενόσημων ή βιοομοειδών φαρμάκων πρέπει να δείχνει δέουσα επιμέλεια και να ενημερώνει τα πρόσωπα που συμμετέχουν στην αλυσίδα του εφοδιασμού του στην Ένωση, συμπεριλαμβανομένου του εξαγωγέα και του προσώπου που αναλαμβάνει την αποθήκευση, ότι τα προϊόντα του διέπονται από την εξαίρεση, που ορίζεται στον Κανονισμό (ΕΕ) 2019/933, και ότι η παρασκευή τους προορίζεται για το σκοπό της εξαγωγής ή αποθήκευσης. Όσοι δεν συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις δέουσας επιμέλειας, δεν θα επωφελούνται από την εξαίρεση.⁶⁸

66 Αιτιολογικές Σκέψεις 11-12, Κανονισμός (ΕΕ) 2019/933

67 Αιτιολογικές Σκέψεις 14-15, Κανονισμός (ΕΕ) 2019/933

68 Αιτιολογική Σκέψη 20, Κανονισμός (ΕΕ) 2019/933

Οι αδυναμίες του συστήματος κατέστησαν φανερές στην περίπτωση των φαρμακευτικών εταιρειών. Η ανάπτυξη νέων φαρμάκων είναι δυνατή μόνον εφόσον οι εταιρείες επενδύουν μεγάλα ποσά σε έρευνα και δοκιμές, ώστε να καταστεί σίγουρο ότι η ουσία είναι αποτελεσματική, δίχως να προκαλεί σοβαρούς κινδύνους στον λήπτη της. Δίχως την δυνατότητα να μονοπωλήσει την αγορά για τα 20 έτη προστασίας της εφεύρεσης της, καμία εταιρεία δεν θα αναλάμβανε τον κίνδυνο να δαπανήσει τεράστια ποσά για την ανάπτυξη νέων φαρμάκων. Ωστόσο, όταν λήξει η προστασία, οι ανταγωνιστές έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν την τεχνολογία πίσω από το φάρμακο, για να αναπτύξουν δικά τους προϊόντα (τα επονομαζόμενα γενόσημα φάρμακα, που χρησιμοποιούν την ίδια δραστική ουσία με το μέχρι πρότινος προστατευόμενο φάρμακο). Όταν ένα γενόσημο φάρμακο τίθεται σε κυκλοφορία, οι επιδράσεις στο μερίδιο αγοράς του σεσημασμένου φαρμάκου είναι κατά κανόνα μεγάλες. Είναι συνήθης μία πτώση του τύπου 85% στο μερίδιο αγοράς. Τα γενόσημα έχουν χαμηλό κόστος παραγωγής, καθώς δεν χρειάζονται εκτεταμένα έξοδα Ε&Α και τα φάρμακα είναι σχετικά εύκολα στην αντιγραφή τους. Οι κυριότερες μορφές, με τις οποίες οι πρωτοπόρες εταιρείες μπορούν να προστατεύσουν τα προϊόντα τους, είναι η ανάπτυξη του σήματος τους (brand development) και η έρευνα για περαιτέρω βελτίωση του προϊόντος τους.

Στόχος των εταιρειών είναι, με την ανάπτυξη του σήματος τους να χτίσουν πιστή πελατεία, ώστε όταν λήξει η προστασία της δραστικής ουσίας τους, οι καταναλωτές να συνεχίσουν να ζητούν το προϊόν τους έναντι των γενόσημων. Συνήθως, οι εταιρείες εφαρμόζουν έναν συνδυασμό επιθετικού μάρκετινγκ για την ανάπτυξη μάρκας και τεχνικής έρευνας στα ανταγωνιστικά προϊόντα, ώστε να βελτιώσουν το προϊόν τους και να καταθέσουν νέες αιτήσεις για την κατοχύρωση με διπλώματα ευρεσιτεχνίας των νέων και βελτιωμένων εκδόσεων του. Η βιομηχανία φαρμάκων φέρεται να βρίσκεται μεταξύ των τριών πιο επικερδών βιομηχανιών στον κόσμο, συμπεριλαμβανομένων και μη νόμιμων κλάδων δραστηριότητας. Ωστόσο, η φαρμακευτική βιομηχανία κατηγορείται ότι έρχεται σε πολύ προνομιούχο θέση χάρη στο σύστημα προστασίας με διπλώματα ευρεσιτεχνίας. Υπάρχουν αυξανόμενες εκκλήσεις στον αναπτυσσόμενο κόσμο για μείωση του κόστους των φαρμάκων, ιδίως στις ουσίες που χορηγούνται κατά του ιού HIV στις χώρες της Αφρικής. Η βιομηχανία δέχεται τη μομφή, ότι εκμεταλλεύεται τον φτωχό αναπτυσσόμενο κόσμο. Παγκοσμίως, οι εταιρείες παρουσιάζουν κατά μέσο όρο 35% επιστροφή ιδίων κεφαλαίων στους μετόχους τους, γεγονός που καθιστά τη φαρμακοβιομηχανία τον πιο επικερδή κλάδο νόμιμης δραστηριότητας παγκοσμίως. Παρόλα αυτά, στον αναπτυσσόμενο κόσμο εκατομμύρια άνθρωποι πεθαίνουν από ασθένειες, όπως η ελονοσία και η φυματίωση, οι οποίες δεν απασχολούν πλέον τον ανεπτυγμένο κόσμο.

69 Paul Trott, 2005, *Innovation Management and New Product Development*, 3rd Edition, Pearson Education Limited, pp 169 - 173

Το επιχείρημα της φαρμακευτικής βιομηχανίας είναι ότι τα φάρμακα που θα μπορούσαν να χορηγούνται στις αναπτυσσόμενες χώρες είναι ακριβά και χρειάστηκαν χρόνια Ε&Α για την κυκλοφορία τους. Τα έξοδα αυτά μπορούν να αντισταθμιστούν μόνο με την προστασία, που απονέμει το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας και το μονοπώλιο που παρέχει. Εντούτοις, το πολύ υψηλό κόστος πώλησης των φαρμάκων δεν αντικατοπτρίζει το πολύ χαμηλό κόστος παραγωγής. Οι εταιρείες έχουν τη δυνατότητα να χρεώνουν μονοπωλιακές τιμές στα προϊόντα τους, για μια περίοδο 10 ετών κατά κανόνα που δεν επιτρέπονται οι κλινικές δοκιμές της ουσίας τους, αποκομίζοντας τεράστια ποσά, τα οποία στη συνέχεια επενδύουν σε έρευνα για την ανακάλυψη της επόμενης μεγάλης καινοτομίας. Σε περιόδους που ο ιός HIV έχει τεθεί υπό έλεγχο στις ανεπτυγμένες χώρες, χάρη σε μεγάλο βαθμό στη χρήση φαρμάκων, η νόσος αναπτύσσεται με ραγδαίους ρυθμούς στις αναπτυσσόμενες χώρες.

Οι χώρες λοιπόν, που πλήττονται αυτήν τη στιγμή πιο άσχημα από τον ιό, έχουν τη μικρότερη οικονομική δυνατότητα για να αποκτήσουν πρόσβαση στα φάρμακα που τον αντιμετωπίζουν. Για τον λόγο αυτό ζητούν χαλάρωση στο σύστημα προστασίας, με το να επιτραπεί σε εταιρείες που εδρεύουν σε αυτές τις χώρες να παράγουν φθηνότερα γενόσημα φάρμακα, ή να εισάγουν αντίγραφα γενόσημων φαρμάκων από άλλες χώρες. Η δημόσια κατακραυγή του φαινομένου έχει οδηγήσει τις φαρμακευτικές βιομηχανίες να κάνουν σημαντικές παραχωρήσεις, μεταξύ των οποίων την μείωση των τιμών πολλών φαρμάκων στον αναπτυσσόμενο κόσμο. Ωστόσο, διατρέχουν τον κίνδυνο να υποστούν ελέγχους τιμών και αλλαγές στη νομοθεσία από κυβερνήσεις, αν δεν είναι σε θέση να δικαιολογούν τις τιμές που χρεώνουν στα φάρμακά τους. Η βασική ανησυχία τους είναι ότι, με το να μειώσουν τις τιμές τους στον αναπτυσσόμενο κόσμο, θα υπονομεύσουν τα τεράστια περιθώρια κέρδους που απολαμβάνουν στην Ευρώπη και στις ΗΠΑ. Οι αγοραστές θα αρχίσουν να επανεισάγουν τα φάρμακα στη μισή τιμή από τις αναπτυσσόμενες χώρες.

Η τιμολόγηση φαρμακευτικών προϊόντων είναι πολύπλοκη, καθώς η τιμή τους στις περισσότερες χώρες καθορίζεται από το τι διατίθενται να πληρώσουν για αυτά οι κυβερνήσεις, που είναι ο κύριος αγοραστής στον κλάδο. Το ίδιο χάπι, παραγωγής της ίδιας εταιρείας, μπορεί να κοστίζει διπλάσια σε μια χώρα απ' ότι κοστίζει σε μια άλλη. Η διαφορετική τιμολόγηση είναι συνήθης για τις επιχειρήσεις του κλάδου, καθώς οι καταναλωτές δεν αγοράζουν πρώτη ύλη αλλά διανοητική ιδιοκτησία. Χρεώνουν δηλαδή, ό,τι μπορούν να πάρουν περισσότερο και οι κυβερνήσεις πληρώνουν ό,τι βρίσκονται σε θέση να αγοράσουν. Στις περισσότερες αγορές, τα κέρδη συγκρατούνται από την διαπραγματευτική δύναμη και την ευαισθησία στην τιμή των καταναλωτών. Στα φάρμακα όμως, ούτε ο πελάτης που καταναλώνει το φάρμακο, ούτε ο γιατρός που το συνταγογραφεί είναι ευαίσθητοι ως προς την τιμή. Οι καταναλωτές δεν είναι ευαίσθητοι ως προς την τιμή, γιατί δεν πληρώνουν οι ίδιοι. Στην Ευρώπη οι φορολογούμενοι πληρώνουν τα φάρμακα. Οι εταιρείες δεν διαπραγματεύονται τις τιμές τους στην ελεύθερη αγορά, αλλά με δημόσιους λειτουργούς, που διαθέτουν πακτωλό χρημάτων από φόρους.

Ο ανταγωνισμός είναι ένας ακόμη παράγοντας που συγκρατεί τις τιμές στις περισσότερες βιομηχανίες. Στην παραγωγή ηλεκτρικών ειδών για παράδειγμα, όπου η καινοτομία παίζει ακόμη μεγαλύτερο ρόλο απ'

ότι στα φάρμακα, τα υπέρμετρα κέρδη από ένα νέο προϊόν σταματούν, μόλις οι ανταγωνιστές αρχίζουν να πωλούν αντίγραφα. Στην φαρμακοβιομηχανία όμως, το σύστημα προστασίας με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας εξασφαλίζει μονοπώλιο και υψηλά κέρδη για τουλάχιστον 10 χρόνια. Συνεπώς, δεν υπάρχει κίνητρο για να ανταγωνιστούν στις τιμές.

Η φαρμακευτική βιομηχανία έχει πολύ ισχυρή επιρροή. Είναι μεγάλος εργοδότης, που επενδύει μεγάλα ποσά σε επιστήμη και τεχνολογία, και αναμένεται να αναπτυχθεί ακόμα περισσότερο στο μέλλον. Οι περισσότερες κυβερνήσεις επιθυμούν ακμάζουσες φαρμακευτικές βιομηχανίες, και για αυτό επιδοτούν αντί να εμποδίζουν τις προσπάθειές τους. Επιπλέον, τα φάρμακά τους σώζουν και παρατείνουν χιλιάδες ζωές στον ανεπτυγμένο κόσμο.

2.2. ΣΗΜΑΤΑ

Εμπορικό σήμα: Το σήμα είναι σημείο που χρησιμοποιείται στο εμπόριο για τον προσδιορισμό προϊόντων. Είναι το σύμβολο, μέσω του οποίου αναγνωρίζουν οι πελάτες την επιχείρηση και τα εμπορεύματά της, καθώς την διακρίνει από τους ανταγωνιστές της.⁷⁰

2.2.1. Σύμβαση των Παρισίων για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (1883)

Παρέχεται εθνική μεταχείριση στους πολίτες όλων των χωρών της Ένωσης, καθώς και σε πολίτες τρίτων χωρών που κατοικούν ή έχουν πραγματικές, βιομηχανικές ή εμπορικές εγκαταστάσεις σε χώρα της Ένωσης (άρθρο 3). Απονέμεται δικαίωμα προτεραιότητας για σκοπούς κατάθεσης στις άλλες χώρες της Ένωσης, σε κάθε πρόσωπο που έχει κανονικά καταθέσει προηγουμένως σε κάποια από τις άλλες χώρες της Ένωσης αίτηση για καταχώριση εμπορικού σήματος (άρθρο 4). Το δικαίωμα προτεραιότητας ισχύει εφόσον ο δικαιούχος του σήματος καταθέσει αίτηση για καταχώριση σε άλλη χώρα της Ένωσης, εντός 6 μηνών από την ημερομηνία της πρώτης καταχώρισης.

Ενώ για τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας η χρήση της εφεύρεσης αποτελεί προϋπόθεση προστασίας της, η θέσπιση υποχρεωτικής χρήσης του σήματος εναπόκειται σε κάθε χώρα της Ένωσης των Παρισίων. Εφόσον προβλέπεται, η καταχώριση σήματος δύναται να ακυρωθεί μόνο μετά την πάροδο εύλογης προθεσμίας και υπό την προϋπόθεση, ότι η μη χρήση δεν δικαιολογείται από τον δικαιούχο. Είναι δυνατή η χρησιμοποίηση του εμπορικού σήματος κατά τρόπο που διαφέρει σε ορισμένα σημεία από την μορφή, κατά την οποία καταχωρίσθηκε σε μια από τις χώρες της Ένωσης, εφόσον δεν αλλοιώνεται ο διακριτικός του χαρακτήρας. Είναι επίσης δυνατή, η ταυτόχρονη χρησιμοποίηση του ίδιου σήματος πάνω στα ίδια ή παρόμοια προϊόντα από βιομηχανικές ή εμπορικές επιχειρήσεις που θεωρούνται ως συνδικαιούχοι του σήματος, εφόσον δεν οδηγεί σε παραπλάνηση του κοινού και δε συγκρούεται με το δημόσιο συμφέρον (άρθρο 5 παρ. Γ).

Οι όροι για κατάθεση και καταχώριση εμπορικού σήματος καθορίζονται από την εσωτερική νομοθεσία καθεμιάς χώρας της Ένωσης ξεχωριστά. Πολίτης μιας χώρας δικαιούται να καταχωρίσει σήμα σε οποιαδήποτε χώρα της Ένωσης, δίχως να υποχρεούται να επιδιώξει πρώτα κατάθεση στην χώρα προέλευσης του. Κάθε καταχώριση σήματος σε μια χώρα θα θεωρείται ανεξάρτητη από καταχώριση σε άλλη χώρα (άρθρο 6).

Κάθε χώρα δύναται να απορρίψει ή να ακυρώσει την καταχώριση και να απαγορεύσει την χρήση εμπορικού σήματος ή βασικού μέρους αυτού, που αποτελεί αναπαράσταση, απομίμηση ή μετάφραση άλλου σήματος, το οποίο θεωρείται παγκοίνως γνωστό στη χώρα αυτή και μπορεί να δημιουργήσει σύγχυση, εφόσον χρησιμοποιείται για ίδια ή παρόμοια προϊόντα (άρθρο 6 δις).

⁷⁰ Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (<https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/trade-mark-definition>)

Οι χώρες επιπλέον, επιτρέπεται να ακυρώνουν ή να απορρίπτουν καταχωρίσεις και να απαγορεύουν την δίχως την άδεια των αρμοδίων αρχών χρήση ως εμπορικών σημάτων, ή στοιχείων αυτών, των θυρεών, σημαιών, κρατικών εμβλημάτων χωρών της Ένωσης, επισημάτων ελέγχου και γνησιότητας, που χρησιμοποιούνται σε αυτές ή και κάθε απομίμηση οικοσήμων και οικογενειακών εμβλημάτων. Το ίδιο ισχύει και για θυρεούς, σημαίες και άλλα εμβλήματα, συντετμημένες λέξεις και ονομασίες Διεθνών Διακυβερνητικών Οργανισμών. Εφόσον όμως δεν δημιουργείται στο κοινό η εντύπωση, ότι υπάρχει κάποια σχέση με τα οικεία κράτη ή οργανισμούς, όπως προέλευση εμπορευμάτων από τη χώρα που εμφανίζεται στο σήμα, ή σύγχυση σχετικά με την ποιότητα και τις προδιαγραφές τους, ενδέχεται να επιτραπεί η χρήση του σήματος (άρθρο 6 τρις).

Όταν σε μια χώρα της Ένωσης η νομοθεσία προβλέπει ότι η μεταβίβαση σήματος έχει ισχύ μόνο με την ταυτόχρονη μεταβίβαση της επιχείρησης ή εμπορικής εύνοιας που φέρει το σήμα, τότε αρκεί για το έγκυρο αυτής η μεταβίβαση στον εκδοχέα του τμήματος της επιχείρησης ή εμπορικής εύνοιας που βρίσκεται στη χώρα αυτή, μαζί με το αποκλειστικό δικαίωμα πώλησης ή κατασκευής σε αυτήν εμπορευμάτων που φέρουν το μεταβιβαζόμενο σήμα (άρθρο 6 τετράκις). Η μεταβίβαση δεν θα θεωρηθεί έγκυρη αν η χρήση από τον εκδοχέα μπορεί να οδηγήσει σε παραπλάνηση του κοινού, ιδίως ως προς την προέλευση, τη φύση ή τις ουσιώδεις ιδιότητες των εμπορευμάτων.

Εφόσον ένα σήμα καταχωρισθεί στη χώρα της Ένωσης όπου ο αιτών διατηρεί πραγματική και ουσιαστική βιομηχανική ή εμπορική εγκατάσταση, ή αν δεν διατηρεί τέτοια εγκατάσταση, στη χώρα όπου αυτός έχει την κατοικία του, ή αν δεν διατηρεί κατοικία εντός της Ένωσης, στη χώρα της ιθαγένειάς του (χώρα προέλευσης), θα γίνεται δεκτό για κατάθεση και θα προστατεύεται ως έχει σε κάθε χώρα της Ένωσης. Προϋπόθεση είναι να μην παραβιάζονται δικαιώματα που απέκτησαν τρίτοι στη χώρα όπου διεκδικείται προστασία, να μην αντιβαίνουν στην ηθική ή τη δημόσια τάξη και να μην είναι τέτοιας φύσης ώστε να εξαπατούν το κοινό, και να μην στερούνται οποιουδήποτε διακριτικού χαρακτήρα ή να μην αποτελούνται από σημεία ή ενδείξεις που μπορεί να χρησιμεύσουν στο εμπόριο προς ένδειξη του είδους, της ποιότητας, της ποσότητας, του προορισμού, της αξίας, της προέλευσης των εμπορευμάτων ή του χρόνου παραγωγής, ή όταν έχουν καταστεί συνηθισμένα στην τρέχουσα γλώσσα ή στις καλόπιστες και καθιερωμένες εμπορικές συνήθειες της χώρας όπου διεκδικείται προστασία (άρθρο 6 πεντάκις).

Σύνδεσμοι προερχόμενοι από χώρα της Ένωσης, των οποίων η ύπαρξη δεν αντίκειται στους νόμους της χώρας αυτής, μπορούν να επιδιώκουν προστασία συλλογικού σήματος, σύμφωνα με τις προϋποθέσεις που προβλέπει κάθε χώρα, εφόσον το συλλογικό σήμα δεν αντίκειται στο δημόσιο συμφέρον (άρθρο 7 δις).

Οι εμπορικές επωνυμίες θα προστατεύονται σε όλες τις χώρες της Ένωσης, δίχως υποχρέωση καταχώρισης ή κατάθεσης τους, είτε αυτές αποτελούν είτε όχι μέρος εμπορικού σήματος.

Η Σύμβαση προβλέπει κατάσχεση κατά την εισαγωγή των προϊόντων που φέρουν παράνομα εμπορικό σήμα ή εμπορική επωνυμία, τα οποία προστατεύονται στη χώρα εισαγωγής, δίχως να περιλαμβάνονται

στη ρύθμιση τα προϊόντα που βρίσκονται σε διαμετακόμιση (άρθρο 9). Το ίδιο προβλέπεται για εμπορεύματα, που χρησιμοποιούν ανακριβή ένδειξη ως προς την προέλευση των εμπορευμάτων ή την ταυτότητα του παραγωγού, κατασκευαστή ή εμπόρου (άρθρο 10).

Τέλος, η Σύμβαση προβλέπει υποχρέωση των κρατών να εξασφαλίζουν τους πολίτες εναντίον του αθέμιτου ανταγωνισμού. Απαγορεύονται οι πράξεις που μπορούν να δημιουργήσουν με οποιονδήποτε τρόπο σύγχυση και οι ανακριβείς ισχυρισμοί κατά την άσκηση εμπορίου που μπορούν να δυσφημήσουν την επιχείρηση, τα εμπορεύματα ή τις βιομηχανικές ή εμπορικές δραστηριότητες ενός ανταγωνιστή (άρθρο 10 δις).

2.2.2. Σύστημα της Μαδρίτης για την Διεθνή Καταχώριση Σημάτων⁷¹

Το Σύστημα της Μαδρίτης διέπεται από δύο συμφωνίες: την Συμφωνία της Μαδρίτης σχετικά με την Διεθνή Καταχώριση Σημάτων (εφεξής *Συμφωνία*), υπογραφείσα το 1891 και τεθείσα σε ισχύ το 1892· το Πρωτόκολλο στη Συμφωνία της Μαδρίτης (εφεξής *Πρωτόκολλο*), υπογραφέν το 1989 και τεθέν σε ισχύ την 1η Δεκεμβρίου 1995. Οι συμφωνίες αυτές υπήρξαν αντικείμενο διαπραγμάτευσης σε Διπλωματικές Συνδιασκέψεις που έλαβαν χώρα στη Μαδρίτη και μαζί αποτελούν το Σύστημα της Μαδρίτης. Το Πρωτόκολλο επιδιώκει να κάνει το Σύστημα πιο ευέλικτο και πιο συμβατό με την εθνική νομοθεσία κάποιων κρατών ή με διεθνείς οργανισμούς, που δεν είχαν την ευκαιρία να προσχωρήσουν στην Συμφωνία. Μέσω του Συστήματος της Μαδρίτης ένα σήμα δύναται να προστατευτεί σε πολλές χώρες ταυτόχρονα, με μία διεθνή καταχώριση που έχει ισχύ σε όλα τα συμβαλλόμενα κράτη, που θα ορίσει ο καταθέτης με την αίτηση του.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι συμβαλλόμενο μέρος στο Πρωτόκολλο από το 2004 και, με εξαίρεση τη Μάλτα, όλα τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. είναι επίσης συμβαλλόμενα στο Πρωτόκολλο.⁷² Τα συμβαλλόμενα μέρη στη Συμφωνία και στο Πρωτόκολλο συνιστούν την Ένωση της Μαδρίτης (*“Ένωση”*). Η Ένωση αυτή αποτελεί ειδική συμφωνία, κατά την έννοια του άρθρου 19 της Σύμβασης των Παρισίων για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας του 1883

Αίτηση για διεθνή καταχώριση σήματος μπορεί να καταθέσει οποιοδήποτε φυσικό και νομικό πρόσωπο ή νομική οντότητα, που είναι υπήκοος, κάτοικος ή έχει την επαγγελματική του εγκατάσταση σε ένα από τα συμβαλλόμενα κράτη στη Συμφωνία ή στο Πρωτόκολλο. Προϋπόθεση για το παραδεκτό της διεθνούς αίτησης, δυνάμει της Συμφωνίας, είναι το σήμα να έχει ήδη καταχωριστεί στο αρμόδιο γραφείο βιομηχανική ιδιοκτησίας της χώρας προέλευσης του αιτούντος. Ωστόσο, όταν τα κράτη όπου επιδιώκεται

71 *Summary of the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (1891) and the Protocol Relating to that Agreement (1989)*
(https://www.wipo.int/treaties/en/registration/madrid/summary_madrid_marks.html)

72 *Madrid system* (https://en.wikipedia.org/wiki/Madrid_system#Members)

προστασία ορίζονται στην αίτηση δυνάμει του Πρωτοκόλλου, η διεθνής αίτηση είναι παραδεκτή, εφόσον έχει κατατεθεί αίτηση για διεθνή καταχώριση του σήματος στο αρμόδιο γραφείο διανοητικής ιδιοκτησίας της χώρας προέλευσης, το οποίο μεταβιβάζει την αίτηση στο Διεθνές Γραφείο της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας ("ΠΟΔΙ"). Για πέντε χρόνια από την διεθνή καταχώριση του σήματος, η διεθνής καταχώριση εξαρτάται από την εθνική καταχώριση ή από την αίτηση για εθνική καταχώριση του σήματος στο αρμόδιο γραφείο της χώρας προέλευσης του αιτούντος. Αν κατά τη διάρκεια αυτή, η εθνική καταχώριση παύσει να έχει ισχύ, είτε λόγω ακύρωσης με απόφαση του αρμόδιου γραφείου ή δικαστηρίου της χώρας προέλευσης, είτε με ανάκληση από τον δικαιούχο ή λόγω μη ανανέωσης της, η διεθνής καταχώριση θα χάσει την ισχύ της. Αντίστοιχα, αν η διεθνής καταχώριση βασίστηκε σε κατατεθειμένη εθνική αίτηση στο αρμόδιο γραφείο της χώρας προέλευσης, θα χάσει την ισχύ της αν η αίτηση απορριφθεί ή αποσυρθεί εντός πέντε χρόνων, ή αν παύσει η ισχύς της καταχώρισης, που θα προκύψει από την ίδια αίτηση εντός του ίδιου διαστήματος. Ύστερα από πέντε χρόνια, η διεθνής καταχώριση αποκτά ισχύ ανεξάρτητη από την εθνική καταχώριση ή την εθνική αίτηση.⁷³

Η διεθνής αίτηση πρέπει να ορίζει ένα ή περισσότερα συμβαλλόμενα κράτη, στα οποία επιδιώκεται προστασία. Είναι δυνατό μεταγενέστερα να καθοριστούν άλλα κράτη. Ένα κράτος δύναται να οριστεί στην αίτηση, μόνο εάν είναι συμβαλλόμενο στην ίδια Συμφωνία που είναι και το κράτος προέλευσης.

Ο ορισμός συμβαλλομένου κράτους γίνεται είτε δυνάμει της Συμφωνίας, είτε του Πρωτοκόλλου, αναλόγως του ποιο από τα δύο έχει υπογραφεί τόσο από το κράτος προέλευσης όσο και από το οριζόμενο κράτος. Αν και τα δύο κράτη είναι συμβαλλόμενα και στη Συμφωνία και στο Πρωτόκολλο, ο καθορισμός διέπεται από το Πρωτόκολλο.

Η αίτηση υπόκειται σε *βασικό τέλος* ανεξαρτήτως της επιδιωκόμενης προστασίας, σε *συμπληρωματικό τέλος* για κάθε κατηγορία αγαθών/υπηρεσιών που κατοχυρώνονται πέραν από τις τρεις πρώτες κατηγορίες, και σε *πρόσθετο τέλος* για κάθε κράτος που ορίζεται με την αίτηση. Εντούτοις, τα συμβαλλόμενα κράτη στο Πρωτόκολλο, είναι δυνατό να δηλώσουν πως, όταν ορίζονται δυνάμει του Πρωτοκόλλου, το πρόσθετο τέλος αντικαθίσταται από ένα ειδικό τέλος, το ποσό του οποίου αντιστοιχεί με το ποσό που το κράτος αυτό χρεώνει για την εθνική κατοχύρωση των σημάτων στην επικράτεια του. Αιτούντες οι οποίοι είναι υπήκοοι ή κάτοικοι των λιγότερο ανεπτυγμένων χωρών, ή έχουν την βιομηχανική ή εμπορική τους εγκατάσταση στις χώρες αυτές, και υποβάλλουν τις διεθνείς αιτήσεις τους μέσω της αρμόδιας υπηρεσίας διανοητικής ιδιοκτησίας της χώρας προέλευσης, καταβάλλουν μόνο το 10% του βασικού τέλους.⁷⁴

⁷³ *Guide to the International Registration of Marks under the Madrid Agreement and the Madrid Protocol* (2019) (<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4440&plang=EN>)

⁷⁴ Σύμφωνα με τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών (<https://www.un.org/development/desa/dpad/least-developed-country-category/ldcs-at-a-glance.html>), στα λιγότερο ανεπτυγμένα κράτη περιλαμβάνονται τα εξής (Μάρτιος 2018): Αφγανιστάν, Αγκόλα, Μπανγκλαντές, Μπενίν, Μπουτάν, Μπουρκίνα Φάσο, Μπουρούντι, Καμπότζη, Κεντροαφρικανική Δημοκρατία, Τσαντ, Ισλαμική Ομοσπονδιακή Δημοκρατία των Νήσων Κομορών, Λαϊκή Δημοκρατία του Κονγκό, Τζιμπουτί, Ερυθραία, Αιθιοπία, Γκάμπια, Γουινέα, Γουινέα-Μπισάου, Αϊτή, Δημοκρατία του Κιρμπατί, Λάος, Λεσότο, Λιβερία, Μαδαγασκάρη, Μαλάουι, Μάλι, Μαυριτανία, Μοζαμβίκη, Μιανμάρ, Νεπάλ,

Κατά την επεξεργασία μιας αίτησης, το Διεθνές Γραφείο διενεργεί έρευνα για να εξακριβωθεί η συμμόρφωση της αίτησης με το Πρωτόκολλο και τους Κανονισμούς του. Η έρευνα αφορά σε τυπικές διατυπώσεις, όπως οι κατηγορίες αγαθών/υπηρεσιών που περιέχονται στην αίτηση, και κατά πόσο αυτές γίνονται κατανοητές. Μετά την έγκριση της αίτησης, το Διεθνές Γραφείο καταχωρίζει το σήμα στο Διεθνές Μητρώο Σημάτων, δημοσιεύει την διεθνή καταχώριση στο Δελτίο Διεθνών Σημάτων της ΠΟΔΙ, και ενημερώνει κάθε οριζόμενο στην αίτηση συμβαλλόμενο κράτος. Ζητήματα ουσιαστικού δικαίου, όπως αν το σήμα πληροί τις προϋποθέσεις για καταχώριση ή αν έρχεται σε σύγκρουση με προγενέστερο σήμα που έχει καταχωρισθεί στο οριζόμενο συμβαλλόμενο κράτος, επιλύονται από την αρμόδια υπηρεσία διανοητικής ιδιοκτησίας και κρίνονται σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο του κράτους αυτού.

Η αρμόδια υπηρεσία του οριζόμενου κράτους εκδίδει ανακοίνωση για την χορήγηση διεθνούς προστασίας στο σήμα. Αν το διεθνώς καταχωρισμένο σήμα έρχεται σε αντίθεση με το εθνικό δίκαιο οριζόμενου κράτους, το κράτος αυτό δικαιούται να αρνηθεί την χορήγηση προστασίας στο έδαφός του. Η απόρριψη, μαζί με τους λόγους απόρριψης, πρέπει να κοινοποιηθούν στο Διεθνές Γραφείο εντός 12 μηνών από την ημερομηνία ενημέρωσης της εθνικής υπηρεσίας για τον καθορισμό της.

Η απόρριψη κοινοποιείται στον αιτούντα, αναγράφεται στο Διεθνές Μητρώο Σημάτων και δημοσιεύεται στο Δελτίο Διεθνών Σημάτων της ΠΟΔΙ. Είναι δυνατή η προσφυγή κατά της απόφασης, που απορρίπτει την αίτηση, στην αρμόδια διοικητική αρχή ή δικαστήριο του συμβαλλόμενου κράτους, δίχως την εμπλοκή του Διεθνούς Γραφείου. Η τελική απόφαση κοινοποιείται στο Διεθνές Γραφείο, το οποίο την αναγράφει στο Μητρώο και την δημοσιεύει στο Δελτίο.

Το διεθνές σήμα έχει, από την ημέρα διεθνούς καταχώρισης σε όλα τα οριζόμενα κράτη, την ίδια ισχύ που έχουν τα εθνικά σήματα καταχωρισμένα στην αρμόδια υπηρεσία διανοητικής ιδιοκτησίας κάθε κράτους.

Η διάρκεια προστασίας του διεθνούς σήματος είναι 10 έτη, και μπορεί να ανανεώνεται για 10 έτη επ' αόριστον με την καταβολή του αντίστοιχου τέλους ανανέωσης.

Αποτελέσματα⁷⁵

Το Σύστημα της Μαδρίτης για την Διεθνή Καταχώριση Σημάτων έχει αναθεωρηθεί έξι φορές από το 1891 (Βρυξέλλες 1900, Ουάσινγκτον 1911, Χάγη 1925, Λονδίνο 1934, Νίκαια 1957, Στοκχόλμη 1967), τροποποιήθηκε το 1979, ενώ το 1989 υπογράφηκε το Πρωτόκολλο στη Συμφωνία της Μαδρίτης. Σε πλέον από 100 χρόνια ισχύος του, έχει προσφέρει μια σειρά από πλεονεκτήματα στους δικαιούχους σημάτων, που επιδιώκουν προστασία σε περισσότερα κράτη. Αντί να καταθέτουν διαφορετικές αιτήσεις σε κάθε

Νίγηρας, Ρουάντα, Σάο Τομέ και Πρίνσιπε, Σενεγάλη, Σιέρα Λεόνε, Νήσοι Σολομώντος, Σομαλία, Νότιο Σουδάν, Σουδάν, Ανατολικό Τιμόρ, Τόγκο, Τουβαλού, Ουγκάντα, Ηνωμένη Δημοκρατία της Τανζανίας, Βουρουατού, Υεμένη, Ζάμπια. Η λίστα αυτή αναθεωρείται κάθε 3 έτη.

75 *Summary of the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (1891) and the Protocol Relating to that Agreement (1989)*
(https://www.wipo.int/treaties/en/registration/madrid/summary_madrid_marks.html)

χώρα που επιδιώκεται προστασία, γραμμένες σε διαφορετικές γλώσσες, υπαγόμενες σε διαφορετικά εθνικά και περιφερειακά δίκαια και πληρώνοντας κάθε φορά τα αντίστοιχα (και συχνά υψηλότερα) τέλη για εθνική καταχώριση, μπορούν να επιδιώξουν διεθνή προστασία με την κατάθεση μιας μόνο αίτησης στο Διεθνές Γραφείο (ή στο αρμόδιο γραφείο της χώρας προέλευσης) σε μία γλώσσα, και με την πληρωμή μιας δέσμης τελών.

Τα ίδια πλεονεκτήματα ισχύουν για την διατήρηση και ανανέωση της καταχώρισης. Επίσης, κάθε μεταβολή του δικαιούχου του διεθνούς σήματος, των στοιχείων επικοινωνίας του ή των αγαθών/υπηρεσιών που διακρίνει, μπορεί να καταγραφεί με μία μόνο διαδικαστική ενέργεια, και με ισχύ σε όλα τα οριζόμενα συμβαλλόμενα κράτη.

Συνεπώς το Σύστημα της Μαδρίτης προσφέρει απλότητα και μειωμένο κόστος διεθνούς προστασίας του σήματος για τους δικαιούχους. Αλλά και για τις αρμόδιες εθνικές υπηρεσίες διανοητικής ιδιοκτησίας υπάρχουν οφέλη, οι οποίες έχουν μειωμένο όγκο αιτήσεων για να εξετάσουν τη συμμόρφωση τους με τις νομικές προϋποθέσεις, να κατηγοριοποιήσουν τα αγαθά/υπηρεσίες ή να δημοσιεύσουν τα σήματα. Επιπλέον, μέρος των τελών που συλλέγονται από το Διεθνές Γραφείο, μεταβιβάζεται στα συμβαλλόμενα κράτη, τα οποία καθορίζονται στις αιτήσεις για προστασία. Ακόμη, όταν το Διεθνές Μητρώο σημάτων εμφανίζει κέρδη με το κλείσιμο των λογαριασμών του κάθε δύο έτη, οι πρόσοδοι διανέμονται μεταξύ των συμβαλλομένων κρατών.

Σύγκριση της Συμφωνίας με το Πρωτόκολλο⁷⁶

Το Πρωτόκολλο υπογράφηκε το 1989, με στόχο να αμβλύνει κάποιες δυσκολίες που εμπόδιζαν τη συμμόρφωση ορισμένων χωρών με τη Συμφωνία της Μαδρίτης, εισάγοντας νέα χαρακτηριστικά στη διεθνή καταχώριση σημάτων. Οι λύσεις που παρέχει είναι οι εξής:

- ο αιτών μπορεί να εξαρτά την διεθνή αίτηση από εθνική αίτηση, που έχει καταθέσει στην αρμόδια υπηρεσία της χώρας προέλευσης· κατά την Συμφωνία, η διεθνής αίτηση εξαρτάται μόνο από εθνική καταχώριση (όχι αίτηση)·
- κάθε συμβαλλόμενο κράτος, που ορίζεται για προστασία σε αίτηση, διαθέτει χρονικό διάστημα 18 μηνών (αντί 12 μηνών που προβλέπει η Συμφωνία), και περισσότερο σε περίπτωση που τρίτο μέρος προβάλλει ενστάσεις κατά της εθνικής καταχώρισης του σήματος, για να απορρίψει την προστασία του σήματος στο έδαφός του·

⁷⁶ *Guide to the International Registration of Marks under the Madrid Agreement and the Madrid Protocol (2019)*
(<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4440&plang=EN>)

- οι υπηρεσίες βιομηχανικής ιδιοκτησίας των συμβαλλομένων κρατών λαμβάνουν περισσότερα μερίσματα από τα τέλη, απ' ότι δυνάμει της Συμφωνίας·
- η διεθνής καταχώριση που ανακαλείται κατόπιν αιτήματος της αρμόδιας υπηρεσίας της χώρας προέλευσης, όπως σε περίπτωση που η εθνική αίτηση απορρίπτεται ή η εθνική καταχώριση ακυρώνεται μέσα σε διάστημα πέντε ετών από την ημερομηνία διεθνούς καταχώρισης, μπορεί να μετατραπεί σε εθνική αίτηση στα αντίστοιχα συμβαλλόμενα κράτη, όπου η διεθνής καταχώριση απέκτησε ισχύ, με δικαίωμα προτεραιότητας από την ημερομηνία διεθνούς καταχώρισης. Η μετατροπή θεωρείται γενικώς λύση εσχάτης ανάγκης, λόγω του υψηλού κόστους που συνεπάγεται. Η δυνατότητα αυτή δεν υπήρχε δυνάμει της Συμφωνίας.

Η Συμφωνία και το Πρωτόκολλο είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους και παράλληλες συμβάσεις, με ξεχωριστά αλλά επικαλυπτόμενα μέλη. Τουτέστιν μεθερμηνευόμενον, ότι υπάρχουν τρεις ομάδες μελών στην Ένωση της Μαδρίτης. Συμβαλλόμενα κράτη μόνο στη Συμφωνία, κράτη και οργανισμοί συμβαλλόμενοι μόνο στο Πρωτόκολλο, και κράτη που είναι συμβαλλόμενα τόσο στη Συμφωνία όσο και στο Πρωτόκολλο. Βέβαια, όλα τα μέλη της Ένωσης της Μαδρίτης που συμβάλλονται στην Συμφωνία (55 συνολικά) είναι και συμβαλλόμενα στο Πρωτόκολλο, ενώ δεν είναι όλα τα μέλη του Πρωτοκόλλου (104 συνολικά) και συμβαλλόμενα στη Συμφωνία.⁷⁷

Προ της 1ης Σεπτεμβρίου 2008, ίσχυε ο κανόνας της υπεροχής της Συμφωνίας έναντι του Πρωτοκόλλου, δυνάμει της ρήτρας διασφάλισης του άρθρου 9 εξάκिस του Πρωτοκόλλου. Σύμφωνα με την ρήτρα, *σε περίπτωση διεθνούς αίτησης ή καταχώρισης, όπου το κράτος προέλευσης του αιτούντος ή του δικαιούχου ήταν συμβαλλόμενο στην Συμφωνία και στο Πρωτόκολλο, τότε ο καθορισμός κράτους στην καταχώριση, το οποίο ήταν συμβαλλόμενο τόσο στη Συμφωνία όσο και στο Πρωτόκολλο, θα διεπόταν από την Συμφωνία και όχι από το Πρωτόκολλο.*

Το άρθρο 9 εξάκис του Πρωτοκόλλου τροποποιήθηκε, και τέθηκε σε ισχύ την 1η Σεπτεμβρίου 2008. Η νέα διάταξη προβλέπει πως, όταν το κράτος προέλευσης του δικαιούχου ή αιτούντος διεθνή καταχώριση είναι συμβαλλόμενο τόσο στη Συμφωνία όσο και στο Πρωτόκολλο, τότε ο καθορισμός κράτους, το οποίο είναι συμβαλλόμενο και στη Συμφωνία και στο Πρωτόκολλο, διέπεται από το Πρωτόκολλο και όχι από τη Συμφωνία. Σε περίπτωση που το καθοριζόμενο κράτος είναι συμβαλλόμενο μόνο στο Πρωτόκολλο, τότε σαν αποτέλεσμα, ο καθορισμός του διέπεται από το Πρωτόκολλο, ενώ αν το καθοριζόμενο κράτος είναι συμβαλλόμενο μόνο στη Συμφωνία, τότε ο καθορισμός του διέπεται από τη Συμφωνία.

2.2.3. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στον τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

⁷⁷ Madrid system (https://en.wikipedia.org/wiki/Madrid_system#Members)

Στο άρθρο 15 της Συμφωνίας επιβεβαιώνεται ο κανόνας, ότι κάθε σημείο ή συνδυασμός σημείων, ικανό να διακρίνει τα αγαθά ή υπηρεσίες μιας επιχείρησης από αυτά μίας άλλης, μπορεί να καταχωρισθεί ως σήμα, εφόσον μπορεί να γίνει οπτικά αντιληπτό. Στην έννοια του σημείου περιλαμβάνονται λέξεις, συμπεριλαμβανομένων ονομάτων, γραμμάτων, αριθμητικών ενδείξεων, παραστατικών στοιχείων, συνδυασμών στοιχείων, καθώς και κάθε συνδυασμός τέτοιων σημείων.

Σε περίπτωση που σήματα δεν είναι εκ φύσεως ικανά να διακρίνουν τα αντίστοιχα αγαθά ή υπηρεσίες, γίνεται δεκτό ότι ένα σήμα, που έχει αποκτήσει διακριτική ικανότητα λόγω της χρήσης του, μπορεί να καταστεί επιλέξιμο για καταχώριση. Εδώ περιλαμβάνονται και σημεία τα οποία δεν είναι οπτικά αντιληπτά, όπως ήχοι και μυρωδιές, εφόσον το επιλέξουν τα συμβαλλόμενα κράτη. Ωστόσο, η χρήση του σήματος θα πρέπει να αποδειχθεί εντός 3 ετών από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης για καταχώριση, ενώ η μη χρήση του σήματος προ της κατάθεσης της αίτησης δεν συνιστά λόγο απόρριψης της αίτησης.

Στο δικαιούχο του σήματος παρέχεται *αποκλειστικό δικαίωμα να εμποδίσει την εμπορική εκμετάλλευση του ίδιου, ή όμοιου με το καταχωρισμένο, σήματος για πανομοιότυπα ή όμοια αγαθά και υπηρεσίες, εφόσον η χρήση αυτή δύναται να δημιουργήσει σύγχυση στο κοινό* (άρθρο 16).

Επιπλέον, η συμφωνία TRIPS συμπληρώνει την προστασία που παρέχεται από τη Σύμβαση των Παρισίων στα σήματα φήμης (άρθρο 6δς της Σύμβασης των Παρισίων). Η προστασία κατ' αρχάς επεκτείνεται στις υπηρεσίες. Για την αναγνώριση σήματος φήμης, η φήμη του σήματος αποκτάται μέσω της αναγνωρισιμότητας του στον αντίστοιχο κλάδο δραστηριότητας εντός του συμβαλλόμενου κράτους. Η προστασία του σήματος φήμης παρέχεται και σε περίπτωση που χρησιμοποιείται για ανόμοια αγαθά και υπηρεσίες, εφόσον μπορεί να δημιουργήσει εντύπωση στο κοινό ότι αγαθά και υπηρεσίες συνδέονται με κάποιον τρόπο με τον δικαιούχο του σήματος, και η σύνδεση αυτή δύναται να προκαλέσει ζημία στον δικαιούχο.

Η Συμφωνία προβλέπει ότι η διάρκεια προστασίας καταχωρισμένου σήματος στα συμβαλλόμενα κράτη δεν μπορεί να είναι μικρότερη από 7 έτη, και θα μπορεί να ανανεώνεται εσαεί για την ίδια διάρκεια (άρθρο 18).

Σε περίπτωση που η χρήση του σήματος προβλέπεται ως προϋπόθεση για την κατοχύρωση του, έκπτωση του δικαιούχου από το δικαίωμα στο σήμα είναι δυνατή, μόνον αν έχει υπάρξει αδιάκοπη μη χρήση του για 3 χρόνια από τον ίδιο ή από άλλον, που βρίσκεται υπό τον έλεγχό του. Βάσιμοι λόγοι για την μη χρήση του σήματος, όπως περιορισμοί στις εισαγωγές ή κυβερνητικά μέτρα για αγαθά και υπηρεσίες που προστατεύονται με σήμα, δικαιολογούν τη διακοπή χρήσης του σήματος.

Τέλος, η Συμφωνία ορίζει ότι είναι δυνατή εκχώρηση του σήματος δίχως παράλληλα να μεταβιβαστεί η επιχείρησή του δικαιούχου, και ότι σε καμία περίπτωση δεν επιτρέπεται να εξαναγκαστεί να αδειοδοτήσει τη χρήση του σήματος.

2.2.4. Σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Με τον Κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 40/94 θεσπίστηκε σύστημα προστασίας των εμπορικών σημάτων, το οποίο τους παρέχει ενιαία προστασία σε ολόκληρη την επικράτεια της Ε.Ε., παράλληλα με την εθνική προστασία των σημάτων στο πλαίσιο των εθνικών νομοθεσιών των κρατών-μελών, οι οποίες εναρμονίστηκαν με την Οδηγία 89/104/ΕΟΚ.

Ο Κανονισμός (ΕΚ) 40/94 κωδικοποιήθηκε το 2009 ως Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 207/2009. Ο μεταγενέστερος κανονισμός τροποποιήθηκε επανειλημμένα κατά τρόπο ουσιαστικό, και για τον λόγο αυτό κρίθηκε σκόπιμη η κωδικοποίηση του με τον Κανονισμό (ΕΕ) 2017/1001.

Τα σήματα προσδιορίζουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μιας επιχείρησης. Η ολοκλήρωση και η καλή λειτουργία μιας εσωτερικής αγοράς, ως αυτή της Ε.Ε., απαιτούν να εξασφαλίζονται συνθήκες ανάλογες με αυτές που επικρατούν σε μια εθνική αγορά, ώστε οι οικονομικές δραστηριότητες να αναπτύσσονται αρμονικά στο σύνολο της Ένωσης. Ο ανόθευτος ανταγωνισμός σε αυτό το επίπεδο απαιτεί τη θέσπιση νομικών προϋποθέσεων, που επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να προσαρμόζουν την παραγωγή και διανομή των προϊόντων τους, καθώς και την παροχή των υπηρεσιών τους, με τρόπο που έχει ενέργεια σε όλη την Ένωση.

Το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης αποκτά καίρια σημασία, για να ασκούν οι επιχειρήσεις ανεμπόδιστες την δραστηριότητα τους στο σύνολο της Ένωσης, καθώς χορηγείται με μια ενιαία διαδικασία, παρέχει ενιαία προστασία και παράγει αποτελέσματα σε όλο το έδαφος της Ε.Ε. Κατά το άρθρο 1 παρ. 2 του Κανονισμού: *δεν καταχωρίζεται, δεν μεταβιβάζεται, δεν μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο παραίτησης, ή απόφασης περί έκπτωσης του δικαιούχου εκ των δικαιωμάτων του ή περί ακυρότητας, ούτε να απαγορευθεί η χρήση του, παρά μόνο για ολόκληρη την Ένωση.*⁷⁸

Διαχειριστής του συστήματος σημάτων της Ε.Ε. είναι το Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το οποίο λαμβάνει τα κατάλληλα διοικητικά μέτρα για κάθε σήμα σε επίπεδο Ένωσης, διαχειρίζεται και προωθεί το σύστημα σημάτων της Ε.Ε.⁷⁹ Οι αιτήσεις για σήμα της Ε.Ε. κατατίθενται στο Γραφείο.

⁷⁸ Άρθρο 1 παρ. 2, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

⁷⁹ Άρθρα 2, 151 και Αιτιολογική Σκέψη 27, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

Το σήμα της Ε.Ε. και η αίτηση για σήμα της Ε.Ε. μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για αίτηση διεθνούς καταχώρισης σήματος στο Διεθνές Γραφείο της ΠΟΔΙ, δυνάμει του άρθρου 3 του Πρωτοκόλλου της Μαδρίτης.⁸⁰ Διεθνής αίτηση μπορεί να κατατεθεί στο Γραφείο σημάτων της Ε.Ε. σε μια από τις επίσημες γλώσσες της Ε.Ε. Επίσης, είναι δυνατόν υπήκοος τρίτης χώρας και δικαιούχος διεθνούς καταχώρισης να επιδιώξει προστασία του σήματος του σε όλη την Ε.Ε., μέσω του Συστήματος της Μαδρίτης, όμοια με αυτή που θα του παρείχε ένα σήμα της Ε.Ε.⁸¹

Για να καταχωρισθεί ως σήμα ένα σημείο, πρέπει να είναι *ικανό να διακρίνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μιας επιχείρησης σε σχέση με εκείνα άλλων επιχειρήσεων, και να μπορεί να αναπαρίσταται στο μητρώο σημάτων της Ε.Ε., κατά τρόπο που επιτρέπει στις αρμόδιες αρχές και στο κοινό να προσδιορίζουν το ακριβές αντικείμενο της προστασίας που παρέχεται.*⁸²

Δικαιούχοι του σήματος της Ε.Ε. μπορούν να είναι όλα τα φυσικά και νομικά πρόσωπα, συμπεριλαμβανομένων των οντοτήτων δημοσίου δικαίου.⁸³ Οργανώσεις κατασκευαστών, παραγωγών, παρεχόντων υπηρεσιών ή εμπόρων και νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου, έχουν δικαίωμα να καταχωρίσουν συλλογικό σήμα της Ε.Ε., για να διακρίνουν τα προϊόντα ή υπηρεσίες της δικαιούχου οργάνωσης από εκείνα άλλων επιχειρήσεων.⁸⁴

Επιπλέον, κατά το άρθρο 83 του Κανονισμού (ΕΕ) 2017/1001, *φυσικά ή νομικά πρόσωπα, συμπεριλαμβανομένων αρχών, οργανισμών και φορέων δημοσίου δικαίου, είναι δυνατόν να υποβάλλουν αίτηση για σήμα πιστοποίησης της Ε.Ε. Το σήμα αυτό παρέχει πιστοποίηση όσον αφορά το υλικό, τον τρόπο παρασκευής των προϊόντων ή της παροχής των υπηρεσιών, την ποιότητα, την ακρίβεια ή άλλα χαρακτηριστικά, εξαιρέσει της γεωγραφικής προέλευσης. Ο δικαιούχος του σήματος δεν μπορεί να ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα, που περιλαμβάνει την παροχή του είδους των προϊόντων ή υπηρεσιών που πιστοποιούνται.*

Αναγνωρίζεται *δικαίωμα προτεραιότητας* για κατάθεση αίτησης σήματος της Ε.Ε. σε κάθε πρόσωπο, ή στο διάδοχό του, που έχει καταθέσει νομότυπα αίτηση σήματος σε ένα ή για ένα από τα κράτη μέλη της Σύμβασης των Παρισίων για την προστασία της βιομηχανικής ιδιοκτησίας ή της συμφωνίας για την σύσταση του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου, εφόσον καταθέσει αίτηση για σήμα της Ε.Ε. για το ίδιο σήμα και τα ίδια προϊόντα ή υπηρεσίες εντός έξι μηνών από την ημερομηνία κατάθεσης της πρώτης αίτησης.⁸⁵ Αν το κράτος όπου κατατέθηκε η πρώτη αίτηση δεν είναι μέλος των ανωτέρω συμβάσεων, το δικαίωμα προτεραιότητας παρέχεται, εφόσον το κράτος αυτό παρέχει επίσης δικαίωμα προτεραιότητας στο έδαφός του σε πρώτες καταθέσεις που έχουν γίνει στο Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ε.Ε. Η

80 Άρθρο 183, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

81 Άρθρο 189, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

82 Άρθρο 4, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

83 Άρθρο 5, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

84 Άρθρο 74, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

85 Άρθρο 34, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

διεκδίκηση προτεραιότητας γίνεται με την κατάθεση της αίτησης σήματος της Ε.Ε.⁸⁶ Αν ο καταθέτης αίτησης σήματος της Ε.Ε. έχει παρουσιάσει τα προϊόντα ή υπηρεσίες, υπό το κατατεθέν σήμα σε επίσημη ή επίσημα αναγνωρισμένη διεθνή έκθεση, μπορεί να διεκδικήσει προτεραιότητα, εφόσον καταθέσει αίτηση για σήμα της Ε.Ε. εντός έξι μηνών από την ημερομηνία της πρώτης παρουσίασης στο κοινό.⁸⁷

Ο καταθέτης ή δικαιούχος σήματος της Ε.Ε. δικαιούται να ζητήσει μετατροπή της αίτησης ή του σήματός του σε αίτηση εθνικού σήματος, εφόσον η αίτηση του σήματος της Ε.Ε. απορριφθεί ή ανακληθεί και εφόσον το σήμα της Ε.Ε. παύσει να παράγει αποτελέσματα⁸⁸. Για την αίτηση εθνικού σήματος από μετατροπή, ισχύει η ημερομηνία κατάθεσης ή προτεραιότητας του σήματος της Ε.Ε. και εφαρμόζονται οι ίδιες τυπικές προϋποθέσεις που προβλέπει ο Κανονισμός 2017/1001 για τις αιτήσεις.⁸⁹

Από τη δημιουργία του συστήματος του σήματος με ενιαία ισχύ σε όλη την κοινότητα, τόσο οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, όσο και άλλες προερχόμενες από τρίτες χώρες, το έχουν αντιμετωπίσει ως μια επιτυχή συμπληρωματική και εναλλακτική λύση, για την προστασία των σημάτων τους σε επίπεδο κρατών-μελών.⁹⁰ Κάθε πρόσωπο, που επιδιώκει προστασία του σήματός του, μπορεί να αποφασίσει αν θα επιδιώξει προστασία σε εθνικό επίπεδο, σε ολόκληρη την επικράτεια της Ε.Ε. ή και τα δύο.

Το δικαίωμα στο σήμα της Ε.Ε. αποκτάται με την καταχώριση του,⁹¹ η οποία δεν γίνεται δεκτή αν το σήμα στερείται διακριτικού χαρακτήρα, αν είναι παράνομο ή αν προσκρούει σε αντίθετα προγενέστερα δικαιώματα και ο δικαιούχος αυτών ασκήσει ανακοπή.⁹² Επιπλέον λόγοι για το απαράδεκτο της καταχώρισης είναι, μεταξύ άλλων, το σήμα να αποτελείται από σημεία ή ενδείξεις χαρακτηριστικών του προϊόντος ή της υπηρεσίας (όπως σημεία δηλωτικά του είδους, της ποιότητας, της ποσότητας, της γεωγραφικής προέλευσης κτλ), το σχήμα ή άλλο χαρακτηριστικό που προκύπτει από την φύση του προϊόντος, σχήμα ή χαρακτηριστικό που είναι απαραίτητο για την επίτευξη τεχνικού αποτελέσματος, ή που προσδίδει ουσιαστική αξία στο προϊόν· σημεία ή ενδείξεις που έχουν καταστεί συνήθη στην καθημερινή γλώσσα ή στη θεμιτή και πάγια πρακτική του εμπορίου· σήματα που θα μπορούσαν να παραπλανήσουν το κοινό ως προς τη φύση, την ποιότητα ή τη γεωγραφική προέλευση του προϊόντος.⁹³

Βασική προϋπόθεση προστασίας του σήματος της Ε.Ε. είναι η πραγματική χρήση του στην Ένωση για τα προϊόντα ή υπηρεσίες για τα οποία έχει καταχωρισθεί.⁹⁴ Ο δικαιούχος μπορεί να εκπέσει του δικαιώματος στο σήμα, εάν επί διάστημα 5 συνεχόμενων ετών δεν έκανε ουσιαστική χρήση του σήματος, για τα προϊόντα ή υπηρεσίες που έχουν καταχωρισθεί.⁹⁵

86 Άρθρο 35, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

87 Άρθρο 38, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

88 Άρθρο 139, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

89 Άρθρο 141, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

90 Αιτιολογική Σκέψη 6, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

91 Άρθρο 6, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

92 Άρθρο 8 και Αιτιολογική Σκέψη 9, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

93 Άρθρο 7, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

94 Άρθρο 18 και Αιτιολογική Σκέψη 24, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

95 Άρθρο 58, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

Το σήμα της Ε.Ε. ως αντικείμενο κυριότητας υφίσταται χωριστά από την επιχείρηση της οποίας τα προϊόντα ή υπηρεσίες διακρίνει.⁹⁶ Θεωρείται στο σύνολο του και για το σύνολο του εδάφους της Ένωσης, ως εθνικό σήμα καταχωρισμένο στο κράτος-μέλος στο οποίο ο δικαιούχος έχει σύμφωνα με το μητρώο την έδρα ή κατοικία του, ή την εγκατάστασή του.⁹⁷ Μπορεί να μεταβιβάζεται, να συστήνεται ενέχυρο ή άλλο εμπράγματο δικαίωμα επ' αυτού και να παραχωρείται η χρήση του με άδεια.⁹⁸ Παρέχει στο δικαιούχο αποκλειστικό δικαίωμα να απαγορεύει σε κάθε τρίτο που δεν έχει τη συγκατάθεσή του να χρησιμοποιεί στις συναλλαγές οποιοδήποτε σημείο για προϊόντα ή υπηρεσίες, εφόσον το σημείο και τα προϊόντα ή υπηρεσίες ταυτίζονται με τα κατοχυρωμένα από το δικαιούχο, αν υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης από μέρους του κοινού ή αν η χρήση από τον τρίτο μπορεί να είναι επιζήμια για τη φήμη του προστατευόμενου σήματος και προσπορίζει αθέμιτο όφελος στον τρίτο.⁹⁹ Τα δικαιώματα εκ του σήματος μπορούν να αντιταχθούν κατά τρίτων από την ημέρα δημοσίευσης της καταχώρισης του σήματος.¹⁰⁰ Ωστόσο, ο δικαιούχος δεν μπορεί να αντιταχθεί στη χρήση σήματος από τρίτον, αν επί 5 συνεχή έτη γνώριζε αλλά ανέχθηκε την χρήση του μεταγενέστερου σήματος στην Ένωση.¹⁰¹

Η διάρκεια προστασίας του σήματος της Ε.Ε. είναι 10 έτη από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης, και μπορεί να ανανεώνεται ανά δεκαετία κατ' αίτηση του δικαιούχου με την καταβολή του τέλους ανανέωσης.¹⁰² Το σήμα δεν επιτρέπεται να τροποποιηθεί στο μητρώο κατά τη διάρκεια της καταχώρισης ή της ανανέωσης, δηλαδή τροποποίηση είναι δυνατή μόνο ανά 10 έτη, εκτός αν ο δικαιούχος παραιτηθεί για μέρος των προϊόντων ή υπηρεσιών που έχουν καταχωρισθεί.¹⁰³ Εντούτοις, είναι δυνατή η διαίρεση της καταχώρισης, ώστε ορισμένα προϊόντα ή υπηρεσίες της αρχικής καταχώρισης να αποτελέσουν αντικείμενο μιας ή περισσότερων τμηματικών καταχωρίσεων, διατηρώντας την ημερομηνία κατάθεσης ή προτεραιότητας της αρχικής καταχώρισης.¹⁰⁴

Το σήμα της Ε.Ε. μπορεί να συμπεριληφθεί σε διαδικασία πτώχευσης, εφόσον αυτή κινηθεί στο κράτος-μέλος όπου ο οφειλέτης έχει το κύριο κέντρο συμφερόντων του.¹⁰⁵

Προκειμένου οι αρμόδιες αρχές και οι οικονομικοί φορείς να μπορούν να προσδιορίσουν την ακριβή έκταση της επιδιωκόμενης προστασίας του σήματος, με βάση αποκλειστικά την αίτηση, πρέπει ο αιτών προστασία να προσδιορίζει με επαρκή σαφήνεια και ακρίβεια τη φύση και τον αριθμό των προϊόντων και υπηρεσιών που ζητά να κατοχυρώσει.¹⁰⁶

96 Άρθρο 20, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

97 Άρθρο 19, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

98 Άρθρο 22 και Αιτιολογική Σκέψη 26, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

99 Άρθρο 9, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

100 Άρθρο 11, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

101 Άρθρο 61, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

102 Άρθρα 52, 53, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

103 Άρθρο 54 και 57, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

104 Άρθρο 56, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

105 Άρθρο 24, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

106 Αιτιολογική Σκέψη 28, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

Επίσης, προβλέπεται καθεστώς προαιρετικής διεξαγωγής έρευνας από το Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας, είτε σε επίπεδο σημάτων της Ε.Ε. είτε σε επίπεδο εθνικών σημάτων, για να εντοπιστούν τυχόν αντίθετα προγενέστερα δικαιώματα επί σημάτων, εφόσον το ζητήσει ο καταθέτης.¹⁰⁷

Η διαχείριση μεγαλύτερου αριθμού διαδικασιών ανακοπής ή κήρυξης ακυρότητας σημάτων και οι δραστηριότητες ενημέρωσης σχετικά με το σύστημα σημάτων της Ε.Ε., οδήγησε σε αυξημένη οικονομική επιβάρυνση των αρμόδιων υπηρεσιών διανοητικής ιδιοκτησίας των κρατών-μελών. Για τον λόγο αυτό, με βάση τα στατιστικά δεδομένα που υποβάλλουν τα κράτη-μέλη στο Γραφείο, τους παρέχεται αντιστάθμισμα από το δημοσιονομικό πλεόνασμα του Γραφείου, ώστε να διασφαλίζεται η ομαλή λειτουργία του συστήματος σημάτων της Ε.Ε.

Αποτελέσματα^{108 109}

Καθοριστική για την μεταρρύθμιση του δικαίου των σημάτων ήταν η ανακοίνωση της Επιτροπής της 16^{ης} Ιουλίου 2008, σχετικά με την ευρωπαϊκή στρατηγική για τα δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας. Δια της ανακοίνωσης, η Επιτροπή γνωστοποίησε την πρόθεσή της να διενεργήσει λεπτομερή αξιολόγηση του συστήματος για τα σήματα της Ε.Ε., όχι μόνο σε ενωσιακό επίπεδο, αλλά και από την σκοπιά της λειτουργικότητάς του σε εθνικό επίπεδο. Ακολούθησε η *“Έρευνα για την λειτουργικότητα του ευρωπαϊκού συστήματος προστασίας σημάτων”* του Ινστιτούτου Max Planck για τη Διανοητική Ιδιοκτησία και τον Ανταγωνισμό, που δημοσιεύθηκε τον Μάρτιο 2011.

Η μεταρρύθμιση του δικαίου περί του σήματος της Ε.Ε. ξεκίνησε με την δημοσίευση της Οδηγίας (ΕΕ) 2015/2436 και του Κανονισμού (ΕΕ) 2015/2424, ο οποίος τροποποιούσε τον Κανονισμό (ΕΚ) 207/2009. Ο ισχύον Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001 δεν επέφερε ουσιαστικές αλλαγές στο ισχύον σύστημα σημάτων της Ε.Ε., αλλά κωδικοποίησε τις διάφορες τροποποιήσεις του Κανονισμού (ΕΚ) 207/2009, ο οποίος είχε ουσιαστικά καταργηθεί με τις επανειλημμένες τροποποιήσεις του.

Κατόπιν, έχει συμπληρωθεί με τον Κανονισμό (ΕΕ) 2018/625 και τον Κανονισμό (ΕΕ) 2018/626, οι οποίοι προβλέπουν λεπτομερείς διατάξεις, μεταξύ άλλων, για το περιεχόμενο της αίτησης σήματος της Ε.Ε., για την διαδικασία άσκησης και εξέτασης ανακοπής στο Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για τις διαδικασίες έκπτωσης, ακυρότητας και μεταβίβασης σήματος της Ε.Ε. από αντιπρόσωπο σε δικαιούχο, για το περιεχόμενο δικογράφων προσφυγής και την διαδικασία, για τη διεκδίκηση

¹⁰⁷ Άρθρο 43, Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001

¹⁰⁸ Coelho Ribiero e Associados, 6.11.2017, *The new EU Trade Mark Regulation since October of 2017*, LEXOLOGY (<https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=9a4e71a8-a9b8-4c54-aaab-95f13aae0637>)

¹⁰⁹ Will Sander, 27.10.2017, *New EU trade mark reforms*, Keystone Law (<https://www.keystonelaw.com/news/new-eu-trade-mark-reforms>)

προτεραιότητας, για τη δημοσίευση της αίτησης σήματος της Ε.Ε., για τη συνεργασία του Γραφείου με τις αρμόδιες υπηρεσίες των κρατών-μελών και για την διεθνή καταχώριση σημάτων.

Το νέο νομοθετικό πλαίσιο, που έκανε την εμφάνιση του με τον Κανονισμό (ΕΕ) 2015/2424, επέφερε τις εξής μεγάλες αλλαγές στο σύστημα προστασίας των σημάτων της Ε.Ε. Κατ' αρχάς, δεν απαιτείται πλέον η αναπαράσταση σήματος να είναι γραφική, εφόσον αυτή επιτρέπει στις αρμόδιες αρχές και στο κοινό να προσδιορίζουν με σαφήνεια και ακρίβεια το αντικείμενο της προστασίας. Το νέο αυτό σύστημα αποκαλείται *“ό,τι βλέπεις, αυτό παίρνεις”*. Αν η αναπαράσταση του σήματος είναι *καθαρή, ακριβής, αυτόνομη, εύκολα προσβάσιμη, κατανοητή, διαρκής και αντικειμενική*, μπορεί να παρουσιάζεται με οποιαδήποτε μορφή επιτρέπει η ευρέως διαδεδομένη σύγχρονη τεχνολογία.

Αυτή η τροποποίηση επιτρέπει να καταχωρίζονται μη-παραδοσιακά σήματα, όπως πολυμέσα, ήχοι και οσφρητικά σήματα. Για παράδειγμα, είναι πλέον δυνατό να κατατεθεί ένα σήμα ήχου ή κίνησης μέσω ενός αρχείου .jrg ή .mp3, δίχως παράλληλη κατάθεση περιγραφής του. Το ίδιο ισχύει για ένα σήμα που αποτελείται από πολυμέσα, το οποίο μπορεί να κατατεθεί μέσω ενός αρχείου .mp4 και δίχως περιγραφή.

Επιπλέον, η εισαγωγή του σήματος πιστοποίησης της Ε.Ε. καθιστά πλέον δυνατή την καταχώριση σήματος για να διακρίνει αγαθά και υπηρεσίες που πιστοποιούνται από το δικαιούχο του σήματος για την ποιότητα της ύλης, τον τρόπο κατασκευής των προϊόντων, την ποιότητα των υπηρεσιών, την ακρίβεια ή άλλα χαρακτηριστικά τους, εξαιρουμένης της γεωγραφικής προέλευσης, από άλλα αγαθά ή υπηρεσίες που δεν φέρουν τέτοια πιστοποίηση. Έτσι, επιτυγχάνεται η πιστοποίηση αγαθών και υπηρεσιών σύμφωνα με συγκεκριμένα πρότυπα που εφαρμόζονται σε όλη την Ε.Ε. Το σήμα αυτό προβλεπόταν ήδη στην εθνική νομοθεσία ορισμένων κρατών-μελών, αλλά δεν υπήρχε μέχρι τον Κανονισμό (ΕΕ) 2015/2424 η δυνατότητα πιστοποίησης σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Με αυτόν τον τρόπο, θεσπίζεται ένα πιο αποτελεσματικό και αποδοτικό από πλευράς κόστους σύστημα πιστοποίησης σε όλη την επικράτεια της Ε.Ε. Ο δικαιούχος του σήματος μπορεί να αναζητήσει αποζημίωση για προσβολή του σήματος σε όλη την ένωση, ενώ παρέχεται η δυνατότητα πιστοποίησης σε υπηκόους κρατών που δεν προέβλεπαν τέτοια πιστοποίηση στην νομοθεσία τους.

Ακόμη, προβλέπονται κάποιες διαδικαστικές αλλαγές, όπως, ότι η διεκδίκηση προτεραιότητας γίνεται πλέον μαζί με την αίτηση για σήμα της Ε.Ε. και τα αποδεικτικά έγγραφα εξετάζονται μαζί με την αίτηση. Επίσης, ο αιτών μπορεί να επικαλεστεί τον διακριτικό χαρακτήρα του σήματος που επετεύχθη με τη χρήση του επικουρικά με την αίτηση του και σε διαδικασία ανακοπής κατ' αυτής. Αν κάποιος αντιπρόσωπος του δικαιούχου καταχωρίσει το σήμα της Ε.Ε. στο όνομά του, δίχως την άδεια του αντιπροσωπευομένου, ο δικαιούχος μπορεί πλέον να αιτηθεί τη μεταβίβαση του σήματος στο όνομά του, αντί για ακύρωση του και νέα αίτηση σήματος. Σκοπός των αλλαγών είναι ο εκσυγχρονισμός του συστήματος σημάτων της Ε.Ε., ώστε να γίνει πιο φιλικό στο χρήστη και αποδοτικό από άποψη κόστους.

Οι αλλαγές που επέφερε ο Κανονισμός (ΕΕ) 2015/2424 ευθυγραμμίζονται με τις διατάξεις της Οδηγίας (ΕΕ) 2015/2436, η οποία έδωσε προθεσμία μέχρι τον Ιανουάριο 2019 στα κράτη-μέλη να την εφαρμόσουν

στις εθνικές νομοθεσίες. Συνεπώς, δεν υπάρχουν ακόμα αρκετά συγκριτικά στοιχεία για την αξιολόγηση του νέου πλαισίου προστασίας. Εντούτοις, οι αλλαγές που επέφερε ο Κανονισμός (ΕΕ) 2015/2424 συνιστούν ένα πιο ευθύ σύστημα προστασίας του σήματος της Ε.Ε. που είναι πιο αρμόζον στην σύγχρονη εποχή.

Το σύνολο των τροποποιήσεων που επήλθαν στο δίκαιο των σημάτων της Ε.Ε. δείχνει ότι το σύστημα έχει λειτουργήσει καλά μέχρι σήμερα, αλλά χρειάζεται να εκμοντερνιστεί για να γίνει πιο αποδοτικό και συνεκτικό. Προς τούτο η κωδικοποίηση του πολλάκις τροποποιημένου Κανονισμού, με την ενσωμάτωση παρατηρήσεων από ερευνητές, δικαστές της Ε.Ε. και των κρατών-μελών, καθώς και χρηστών του συστήματος προστασίας. Σημαντική είναι η μείωση των τελών που καταβάλλονται στο Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με την θέσπιση ενός τέλους για κάθε κατηγορία αγαθών και υπηρεσιών που κατοχυρώνονται.

2.2.5. Οδηγία 2015/2436/ΕΕ για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών-μελών περί σημάτων¹¹⁰

Θεσπίστηκε με σκοπό να τροποποιήσει και να αναδιατυπώσει την Οδηγία 2008/95/ΕΚ. Η προστασία των σημάτων στα κράτη-μέλη συνυπάρχει με την προστασία, που παρέχεται σε επίπεδο Ένωσης μέσω των σημάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τα οποία έχουν ενιαίο χαρακτήρα και ισχύουν σε ολόκληρη την Ένωση. Για τον λόγο αυτό, η αναθεώρηση της οδηγίας έπρεπε να γίνει με σκοπό να εναρμονιστεί περισσότερο με τον Κανονισμό (ΕΚ) 207/2009, που ίσχυε τότε για το σήμα της Ε.Ε. και τροποποιήθηκε με τον Κανονισμό (ΕΕ) 2424/2015, να μειωθούν τα πεδία όπου σημειώνονται αποκλίσεις στο πλαίσιο του συστήματος εμπορικών σημάτων στην Ευρώπη, στο σύνολό του, και να διατηρηθεί η προστασία των εμπορικών σημάτων σε εθνικό επίπεδο ως ελκυστική επιλογή για τους καταθέτες. Στόχος λοιπόν, ήταν να εξασφαλιστεί συμπληρωματική σχέση μεταξύ του ενωσιακού συστήματος και των εθνικών συστημάτων εμπορικών σημάτων.¹¹¹

Το βασικό νέο χαρακτηριστικό που ενσωματώνει η Οδηγία, είναι πως δεν απαιτείται πλέον η γραφική αναπαράσταση του σήματος στην αίτηση για εθνικό σήμα.¹¹² Έτσι καθίσταται δυνατή η καταχώριση μη παραδοσιακών σημάτων όπως ήχων και οσφρητικών σημείων. Το σήμα πρέπει να μπορεί να αναπαρασταθεί στο μητρώο σημάτων με τρόπο που επιτρέπει στις αρμόδιες αρχές και το κοινό να προσδιορίσουν με σαφήνεια και ακρίβεια το αντικείμενο προστασίας που παρέχεται στο δικαιούχο.

Η Οδηγία, όπως και ο Κανονισμός (ΕΕ) 2424/2015, ενσωματώνουν την απόφαση του ΔΕΕ στην υπόθεση με αριθμό C-307/10.¹¹³ Από την δημοσίευση αυτής της απόφασης, η διατύπωση των κλάσεων προϊόντων ή

¹¹⁰ Daniel Marschollek, January 2016, *EU trade mark law reforms: 10 things to know*, Norton Rose Fullbright (<https://www.nortonrosefulbright.com/en/knowledge/publications/1ee50866/eu-trade-mark-law-reforms>)

¹¹¹ Αιτιολογικές Σκέψεις 3 και 5, Οδηγία 2015/2436/ΕΕ

¹¹² Άρθρο 3 στοιχείο β', Οδηγία 2015/2436/ΕΕ

¹¹³ Άρθρο 39 και Αιτιολογική Σκέψη 37, Οδηγία 2015/2436/ΕΕ

υπηρεσιών, για τις οποίες ζητείται προστασία, ερμηνεύεται κατά κυριολεξία. Αυτό σημαίνει ότι οι δικαιούχοι σήματος, θα πρέπει να είναι πολύ προσεκτικοί, ώστε να διασφαλίσουν ότι όλα τα αγαθά και υπηρεσίες για τα οποία το σήμα θα χρησιμοποιηθεί, συμπεριλαμβάνονται με σαφήνεια και ακρίβεια στην κλάση διεθνούς ταξινόμησης προϊόντων και υπηρεσιών, την οποία κατοχύρωσαν με την αίτηση τους. Η ρύθμιση αποσκοπεί στην διασφάλιση του επιθυμητού εύρους προστασίας, πράγμα το οποίο επηρεάζει και την δυνατότητα επιβολής του δικαιώματος επί του σήματος.

Προβλέπονται νέοι λόγοι απόρριψης ή ακυρότητας του σήματος, όταν το σήμα συνίσταται αποκλειστικά από σημεία ή ενδείξεις που δηλώνουν την ονομασία προέλευσης, γεωγραφική ένδειξη, παραδοσιακές ενδείξεις των οίνων, εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα και ονομασίες φυτικών ποικιλιών.¹¹⁴

Επιπλέον, τροποποιούνται οι σχετικοί λόγοι απόρριψης ή ακυρότητας.¹¹⁵ Ο δικαιούχος ονομασίας προέλευσης ή γεωγραφικής ένδειξης, μπορεί στη βάση των δικαιωμάτων του, να εμποδίσει την καταχώριση και χρήση μεταγενέστερου σήματος. Ο δικαιούχος σήματος φήμης, μπορεί να εμποδίσει την χρήση μεταγενέστερου ταυτόσημου ή παρόμοιου σήματος, ανεξαρτήτως αν τα προϊόντα ή υπηρεσίες, για τα οποία χρησιμοποιείται, είναι παρόμοια με αυτά για τα οποία έχει καταχωρισθεί το προγενέστερο σήμα. Μόνη προϋπόθεση είναι να προκύπτει αθέμιτο όφελος για τον μεταγενέστερο καταθέτη από τον διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη του προγενέστερου σήματος, ή η χρήση να είναι βλαπτική για τον διακριτικό χαρακτήρα ή τη φήμη του προγενέστερου σήματος.

Επίσης, τροποποιούνται οι παραβάσεις του δικαιώματος επί του σήματος. Μπορεί να απαγορεύεται η χρησιμοποίηση του σημείου ως εμπορικής ή εταιρικής επωνυμίας ή ως μέρους εμπορικής ή εταιρικής επωνυμίας.¹¹⁶ Οι δικαιούχοι καταχωρισμένων σημάτων δικαιούνται να εμποδίζουν όλους τους τρίτους να εισάγουν στο κράτος-μέλος όπου είναι καταχωρισμένο το σήμα προϊόντα, στο πλαίσιο εμπορικών συναλλαγών, ακόμη και αν δεν προορίζονται να τεθούν σε ελεύθερη κυκλοφορία εκεί. Προϋπόθεση είναι τα προϊόντα να *προέρχονται από τρίτες χώρες και να φέρουν, δίχως σχετική άδεια, σήμα ταυτόσημο ή που δεν μπορεί να διακριθεί* ως προς τα ουσιώδη χαρακτηριστικά του από το εθνικό σήμα.

Ακόμη, οι δικαιούχοι δύνανται να αποτρέπουν προπαρασκευαστικές πράξεις που αφορούν στη χρήση συσκευασίας ή άλλων μέσων, επί των οποίων μπορεί να τοποθετηθεί το σήμα για προϊόντα ή υπηρεσίες, εφόσον αυτή η χρήση θα συνιστούσε παραβίαση των δικαιωμάτων των δικαιούχων. Οι δικαιούχοι λοιπόν, μπορούν να απαγορεύσουν ταυτόσημα ή παρόμοια σήματα από το να τοποθετούνται με οποιονδήποτε τρόπο στις συσκευασίες, καθώς επίσης την προσφορά ή κατοχή προς εμπορία, και την εισαγωγή ή εξαγωγή τέτοιων συσκευασιών.¹¹⁷

Εντούτοις, ο δικαιούχος σήματος δεν επιτρέπεται να αποτρέπει τους τρίτους να χρησιμοποιούν στις εμπορικές συναλλαγές το σήμα του, ώστε να δείξουν την χρησιμότητα των προϊόντων ή υπηρεσιών τους

114 Άρθρο 4, Οδηγία 2015/2436/ΕΕ

115 Άρθρο 5, Οδηγία 2015/2436/ΕΕ

116 Άρθρο 10, Οδηγία 2015/2436/ΕΕ

117 Άρθρο 11, Οδηγία 2015/2436/ΕΕ

σε σχέση με τα προϊόντα και υπηρεσίες που κατοχυρώνονται με το σήμα του δικαιούχου. Επίσης, δεν μπορεί να αποτρέψει τρίτα φυσικά πρόσωπα από το να χρησιμοποιούν την επωνυμία τους ή την διεύθυνση τους, σύμφωνα με τα χρηστά συναλλακτικά ήθη που ισχύουν στη βιομηχανία ή στο εμπόριο. Αυτό ισχύει μόνο για φυσικά πρόσωπα και όχι για νομικά. Τέλος, αν ο δικαιούχος κινήσει διαδικασίες κατά του τρίτου που χρησιμοποιεί το σήμα, ο τρίτος μπορεί να αντιτάξει, ότι ο δικαιούχος δεν έχει κάνει ουσιαστική χρήση του σήματος του για 5 συνεχή χρόνια, και να αποκρούσει την κατηγορία αν αυτό αποδειχθεί.¹¹⁸

Το σήμα ως αντικείμενο κυριότητας μπορεί να μεταβιβασθεί, για μέρος ή όλα τα αγαθά ή υπηρεσίες για τα οποία έχει καταχωρισθεί, ανεξάρτητα από την μεταβίβαση της επιχείρησης. Όμως, η μεταβίβαση της επιχείρησης στο σύνολό της, συνεπάγεται μεταβίβαση του σήματος, εκτός αν υπάρχει αντίθετη συμφωνία.¹¹⁹

Ο κάτοχος άδειας χρήσης του σήματος μπορεί να προσφύγει στο δικαστήριο για προσβολή σήματος μόνο με τη συγκατάθεση του δικαιούχου του σήματος. Αν είναι όμως κάτοχος αποκλειστικής άδειας χρήσης, μπορεί να προσφύγει στο δικαστήριο, αν έχει ειδοποιήσει τον δικαιούχο για την προσβολή του σήματος, και ο δικαιούχος αδρανεί να προσφύγει στο δικαστήριο για εύλογο χρονικό διάστημα.¹²⁰

Αποτελέσματα

Η αναθεώρηση του ευρωπαϊκού δικαίου σημάτων, που τέθηκε σε κίνηση με την ανακοίνωση της Επιτροπής του 2008, κρίθηκε απαραίτητη προκειμένου να εναρμονιστούν το εθνικά δίκαια περί σημάτων των κρατών-μελών, να εξορθολογιστούν οι διαδικασίες, να διευκολυνθεί η συνεργασία μεταξύ κρατών-μελών, να καταπολεμηθεί η παραποίηση των προϊόντων και η νομοθεσία να απεικονίσει καλύτερα το σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον. Σε αυτό το πλαίσιο ψηφίστηκε η Οδηγία 2015/2436/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, η οποία τροποποιεί και αναδιατυπώνει την Οδηγία 2008/95/ΕΚ.

Η Οδηγία προβλέπει σημαντική μείωση στα καταβαλλόμενα τέλη, που σύμφωνα με την Επιτροπή θα μειώσει το κόστος προστασίας κατά 37% για σήματα που προστατεύονται για περισσότερα από 10 έτη. Το βασικό τέλος της αίτησης δεν καλύπτει πλέον 3 κλάσεις προϊόντων και υπηρεσιών, αλλά προβλέπεται μειωμένο τέλος που κοστίζει 850€ για μία κλάση, 900€ για δύο και 1050€ για τρεις, εφόσον η αίτηση κατατίθεται ηλεκτρονικά. Τα τέλη ανανέωσης μειώνονται αντίστοιχα, όπως και τα τέλη για άσκηση ανακοπής κατά της καταχώρισης, για αίτηση ακύρωσης και αίτηση έκπτωσης.¹²¹

118 Άρθρο 14, Οδηγία 2015/2436/ΕΕ

119 Άρθρο 22, Οδηγία 2015/2436/ΕΕ

120 Άρθρο 25, Οδηγία 2015/2436/ΕΕ

121 Daniel Marschollek, January 2016, *EU trade mark law reforms: 10 things to know*, Norton Rose Fullbright (<https://www.nortonrosefulbright.com/en/knowledge/publications/1ee50866/eu-trade-mark-law-reforms>)

2.3. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ

Βιομηχανικό σχέδιο ή υπόδειγμα: Η εικόνα την οποία παρουσιάζει το σύνολο ή μέρος ενός προϊόντος η οποία προκύπτει από τα χαρακτηριστικά του, και ιδίως από τη γραμμή, το περίγραμμα, το χρώμα, το σχήμα, την υφή ή/και τα υλικά του ίδιου του προϊόντος ή/και της διακόσμησης που φέρει.¹²²

2.3.1. Σύμβαση των Παρισίων για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (1883)

Τα βιομηχανικά σχέδια προστατεύονται σε κάθε χώρα της Ένωσης (άρθρο 5 πεντάκις). Απονέμεται δικαίωμα προτεραιότητας για σκοπούς κατάθεσης στις άλλες χώρες της Ένωσης, σε κάθε πρόσωπο που έχει κανονικά καταθέσει προηγουμένως σε κάποια από τις άλλες χώρες της Ένωσης αίτηση για καταχώριση βιομηχανικού σχεδίου (άρθρο 4). Τουτέστιν μεθερμηνευόμενον, ότι η κατοχύρωση προστασίας σε μια χώρα της Ένωσης, παρέχει στο δικαιούχο προστασία στις άλλες χώρες από την ημερομηνία που κατέθεσε την πρώτη αίτηση, εφόσον εντός 6 μηνών καταθέσει σε άλλη χώρα της Ένωσης αίτηση για προστασία του ίδιου βιομηχανικού σχεδίου ή υποδείγματος. Η πρόβλεψη αυτή παρέχει στους αιτούντες μια εξαμήνη περίοδο να αποφασίσουν σε ποιες χώρες επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν και να οργανώσουν τις επιχειρηματικές τους κινήσεις αντίστοιχα.¹²³

Η παράλειψη εκμετάλλευσης του βιομηχανικού σχεδίου ή υποδείγματος και η εισαγωγή αντικειμένων δεν συνεπάγονται έκπτωση του δικαιούχου (άρθρο 5 παρ. Β).

2.3.2. Σύστημα της Χάγης για την διεθνή καταχώριση βιομηχανικών σχεδίων και υποδειγμάτων¹²⁴

Ο Διακανονισμός της Χάγης συνήφθη το 1925, και αναθεωρήθηκε στο Λονδίνο το 1934 και στη Χάγη το 1960. Η πρόσθετη πράξη του Μονακό το 1961 συμπλήρωσε τον Διακανονισμό, καθώς και η συμπληρωματική πράξη της Στοκχόλμης του 1967, ενώ το 1970 τροποποιήθηκε. Μια επιπλέον πράξη υπογράφηκε στη Γενεύη το 1999.

¹²² Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (<https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/design-definition>)

¹²³ Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883) (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/summary_paris.html)

¹²⁴ Summary of the Hague Agreement Concerning the International Registration of Industrial Designs (1925) (https://www.wipo.int/treaties/en/registration/hague/summary_hague.html)

Αυτήν τη στιγμή βρίσκονται σε ισχύ δύο από τις Πράξεις του Διακανονισμού της Χάγης, η *Πράξη της Χάγης του 1960* και η *Πράξη της Γενεύης του 1999*. Το Σεπτέμβριο 2009, αποφασίστηκε να ανασταλεί η ισχύς της Πράξης του Λονδίνου του 1934, ώστε να απλοποιηθεί και να εξορθολογιστεί η διαχείριση του διεθνούς συστήματος καταχώρισης σημάτων.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι συμβαλλόμενο μέρος στο Διακανονισμό της Χάγης του 1925 και στην Πράξη της Γενεύης του 1999 από 1η Ιανουαρίου 2008. Συνεπώς, οι διεθνείς καταχωρίσεις, στις οποίες ορίζεται η Ευρωπαϊκή Ένωση, διέπονται από την Πράξη της Γενεύης του 1999.

Το Σύστημα της Χάγης επιτρέπει στους δικαιούχους βιομηχανικών σχεδίων και υποδειγμάτων, να προστατεύουν τις δημιουργίες τους σε πολλές διαφορετικές χώρες, με τις ελάχιστες δυνατές τυπικές προϋποθέσεις, καθώς για την κατοχύρωση απαιτείται να κατατεθεί μία αίτηση στο Διεθνές Γραφείο της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας. Επιπλέον, απλοποιείται η διαχείριση της διεθνούς καταχώρισης, αφού καθίσταται δυνατή η καταγραφή των αλλαγών και η ανανέωση της καταχώρισης με μία μόνο διαδικασία με ισχύ σε όλα τα καθοριζόμενα κράτη.

Δικαιούχος διεθνούς καταχώρισης μπορεί να είναι κάθε φυσικό πρόσωπο, νομικό πρόσωπο ή νομική οντότητα, υπό την προϋπόθεση ότι είναι υπήκοος συμβαλλόμενου κράτους ή κράτους μέλους μιας διακυβερνητικής οργάνωσης που είναι συμβαλλόμενο μέρος σε μία από τις δύο ισχύουσες πράξεις του Συστήματος της Χάγης· ή κάτοικος ενός συμβαλλόμενου κράτους· ή έχει πραγματική και ουσιαστική βιομηχανική ή εμπορική εγκατάσταση στο έδαφος κράτους μέλους. Ακόμη, βάσει της Πράξης του 1999, αρκεί ο αιτών την καταχώριση να έχει τη συνήθη διαμονή του σε συμβαλλόμενο κράτος.

Η διεθνής αίτηση διέπεται από την Πράξη του 1960 ή την Πράξη του 1999 ή αμφότερες, αναλόγως του συμβαλλόμενου κράτους με το οποίο συνδέεται ο αιτών (*“κράτος προέλευσης”*). Δηλαδή, αν το κράτος προέλευσης συμβάλλεται μόνο στην Πράξη του 1960, τότε η αίτηση θα διέπεται από την Πράξη αυτή. Αντίστοιχα, αν το κράτος συμβάλλεται μόνο στην Πράξη του 1999, τότε η αίτηση θα διέπεται από αυτήν. Αν συμβάλλεται και στις δύο, τότε και οι δύο Πράξεις θα τυγχάνουν εφαρμογής.

Η διεθνής αίτηση κατατίθεται άμεσα στο Διεθνές Γραφείο της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, ή, εφόσον το επιτρέπει η νομοθεσία του συμβαλλόμενου κράτους, στην εθνική υπηρεσία διανοητικής ιδιοκτησίας του κράτους αυτού, η οποία στη συνέχεια την μεταβιβάζει στο Διεθνές Γραφείο. Στην πράξη, όλες οι αιτήσεις κατατίθενται άμεσα στο Διεθνές Γραφείο, καθώς λειτουργεί σύστημα ηλεκτρονικής κατάθεσης αίτησης στην ιστοσελίδα του οργανισμού.

Ο δικαιούχος διεθνούς βιομηχανικού σχεδίου ή υποδείγματος δικαιούται να απαγορεύσει σε τρίτους να κατασκευάζουν, να πωλούν ή να εισάγουν για εμπορικούς σκοπούς στα καθοριζόμενα στην αίτηση κράτη, προϊόντα που φέρουν ή ενσωματώνουν σχέδιο, το οποίο είναι αντίγραφο ή παρόμοιο στο σύνολό του με το προστατευόμενο σχέδιο ή υπόδειγμα.

Η αίτηση δύναται να περιλαμβάνει 100 σχέδια ή υποδείγματα, εφόσον όλα ανήκουν στην ίδια κλάση διεθνούς ταξινόμησης σχεδίων και υποδειγμάτων, σύμφωνα με το σύστημα της Συμφωνίας του Λοκάρνο. Πρέπει να περιέχει μία ή περισσότερες αναπαραστάσεις του βιομηχανικού σχεδίου ή υποδείγματος και να καθορίζει τουλάχιστον ένα συμβαλλόμενο κράτος, στο οποίο επιδιώκεται προστασία. Εφόσον η αίτηση είναι επιτυχής, η καταχώριση δημοσιεύεται στο Δελτίο Διεθνών Βιομηχανικών Σχεδίων και Υποδειγμάτων.

Κάθε καθοριζόμενο συμβαλλόμενο κράτος μπορεί να αρνηθεί να παρέχει προστασία στο σχέδιο ή υπόδειγμα εντός 6 μηνών από τη δημοσίευση της καταχώρισης, ή εντός 12 μηνών σύμφωνα με την Πράξη του 1999. Η άρνηση πρέπει να στηρίζεται σε ουσιαστικές προϋποθέσεις που προβλέπει το εθνικό δίκαιο του συμβαλλόμενου κράτους, και όχι σε τυπικές διατυπώσεις ή διοικητικές ενέργειες που οφείλει να ενεργήσει η αρμόδια υπηρεσία διανοητικής ιδιοκτησίας του συμβαλλόμενου κράτους.

Σε περίπτωση που δεν κοινοποιηθεί στον αιτούντα η άρνηση του καθοριζόμενου κράτους εντός της προκαθορισμένης προθεσμίας, ή αν η άρνηση ανακληθεί, η διεθνής καταχώριση αποκτά ισχύ στο καθοριζόμενο κράτους ισοδύναμη με αυτή που το εθνικό του δίκαιο παρέχει στις εθνικές καταχωρίσεις.

Η διάρκεια προστασίας που παρέχει το Σύστημα της Χάγης είναι 5 έτη, με δυνατότητα μίας ανανέωσης για 5 έτη, σύμφωνα με την Πράξη του 1960, ή δύο ανανεώσεων για 5 έτη, σύμφωνα με την Πράξη του 1999. Αν η εθνική νομοθεσία ενός καθοριζόμενου κράτους προβλέπει μεγαλύτερη προστασία για τα εθνικά βιομηχανικά σχέδια ή υποδείγματα, παρέχεται ίδια προστασία στη διεθνή καταχώριση σε αυτό το συμβαλλόμενο κράτος.

Αποτελέσματα

Το Σύστημα της Χάγης εμφανίζεται πολύ δημοφιλές για τους δικαιούχους βιομηχανικών σχεδίων και υποδειγμάτων. Ο αριθμός των διεθνών αιτήσεων που κατατέθηκαν το 2019 (5.886) αυξήθηκε κατά 8%. Επίσης, ο αριθμός των σχεδίων που περιέχονται στις διεθνείς αιτήσεις αυξήθηκε κατά 10,4%, σηματοδοτώντας τρία συνεχή έτη αύξησης. Αυτήν τη στιγμή βρίσκονται εν ισχύ περίπου 40.500 καταχωρίσεις και περίπου 165.100 σχέδια.¹²⁵ Συγκεκριμένα, υπήρξε μεγάλη αύξηση στις αιτήσεις που προέρχονται από Γερμανία, Ιταλία και Νότια Κορέα.

Οι πλειοψηφία των αιτούντων κατάγεται από την Ευρώπη (67,6%), κάτι που αντανακλά το γεγονός ότι η πλειοψηφία των συμβαλλομένων μελών είναι ευρωπαϊκές χώρες. Η Γερμανία είναι ο πιο ενεργός χρήστης του Συστήματος από το 1988. Μόνο το 2019, κατατέθηκαν 772 αιτήσεις προερχόμενες από τη Γερμανία για

¹²⁵ Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Hague Yearly Review 2020 – Executive Summary* (https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_930_2020_exec_summary.pdf)

την καταχώριση 4.487 σχεδίων, ακολούθησε η Νότια Κορέα με 2.736 σχέδια, η Ελβετία με 2.178 σχέδια, η Ιταλία με 1.994 σχέδια και η Ολλανδία με 1.376 σχέδια. Πρώτες χώρες σε αριθμό καταχωρίσεων είναι η Γερμανία με 25,6%, η Ελβετία με 17,7% και η Γαλλία με 10,2%.

Η εταιρεία Samsung Electronics, με έδρα τη Νότια Κορέα, είναι πρώτη σε καταχώριση σχεδίων με 929. Ακολουθεί η ολλανδική εταιρεία Fonkel Meubelmarketing με 859 σχέδια, η LG Electronics από τη Νότια Κορέα με 598 σχέδια, η Volkswagen AG από τη Γερμανία με 536 σχέδια και η Procter & Gamble από τις Η.Π.Α. με 410 σχέδια. Οι 10 πρώτοι σε αριθμό αιτήσεων αντιπροσωπεύουν διάφορους κλάδους βιομηχανιών όπως αυτοκινητοβιομηχανία, ηλεκτρονικά είδη, έπιπλα και οικιακά/καταναλωτικά είδη.¹²⁶

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι σταθερά πρώτη από το 2010 μεταξύ των οριζομένων για προστασία μερών, καθώς έχει επιλεγεί σε 4.036 αιτήσεις που περιλαμβάνουν 16.339 σχέδια.

Τα βιομηχανικά σχέδια ή υποδείγματα εφαρμόζονται σε μεγάλη ποικιλία βιομηχανικών προϊόντων ή προϊόντων χειροτεχνίας. Από συσκευασίες και εμπορευματοκιβώτια σε έπιπλα και οικιστικά εργαλεία, από φωτιστικό εξοπλισμό σε κοσμήματα, και από ηλεκτρονικές συσκευές σε υφάσματα. Ακόμη μπορούν να εφαρμόζουν σε γραφικά σύμβολα, σε γραφικές διασυνδέσεις χρήστη ή σε λογότυπα.¹²⁷

Το μεγαλύτερο ποσοστό κατοχυρωμένων σχεδίων για το 2019 αφορούσε σε εξοπλισμό ηχογράφησης και επικοινωνίας (13,6%), έπιπλα (10,1%) και μέσα μεταφοράς (9,4%).

Το Σύστημα της Χάγης απαλλάσσει τον δημιουργό βιομηχανικού σχεδίου ή υποδείγματος από την ανάγκη να υποβάλει ξεχωριστές εθνικές αιτήσεις σε καθένα από τα κράτη στα οποία επιδιώκει προστασία, αποφεύγοντας έτσι τις χρονοβόρες διαδικασίες και την επικοινωνία σε διαφορετικές γλώσσες από το ένα κράτος στο άλλο. Ο δημιουργός μπορεί να επιδιώξει προστασία στα 71 συμβαλλόμενα μέλη, στα οποία περιλαμβάνονται 88 χώρες.¹²⁸ Δεν χρειάζεται να παρακολουθούνται οι εξελίξεις καθεμίας εθνικής καταχώρισης ξεχωριστά, όπως προθεσμίες για ανανέωση, καθώς και η καταβολή διαφορετικών τελών σε διαφορετικά νομίσματα.

Για την διευκόλυνση των προσώπων που συνδέονται με Λιγότερο Αναπτυγμένα Κράτη, σύμφωνα με τη λίστα που καταρτίζει ο ΟΗΕ,¹²⁹ τα τέλη της διεθνούς αίτησης ανέρχονται στην περίπτωση τους σε 10% του βασικού τέλους που προβλέπεται. Ωστόσο, μεγάλες χώρες παραγωγοί, όπως η Κίνα και η Ινδία, δεν είναι συμβαλλόμενα μέλη στο Σύστημα της Χάγης, και οι δημιουργοί δεν μπορούν να τύχουν προστασίας εκεί βάσει του Συστήματος

126 Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Hague Yearly Review 2020 – Executive Summary* (https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_930_2020_exec_summary.pdf)

127 Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Industrial Designs: What is an industrial design* (<https://www.wipo.int/designs/en/>)

128 I. Whitfield, 23.09.2019, *Hague System Applications Are Becoming More Popular*, Reddie & Grose (<https://www.reddie.co.uk/2019/09/23/hague-system-applications-are-becoming-more-popular/>)

129 Βλέπε ω.α. υποσημείωση 76

2.3.3. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στον τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

Δυνάμει του άρθρου 25 της Συμφωνίας, τα συμβαλλόμενα κράτη αναλαμβάνουν να παρέχουν προστασία σε βιομηχανικά σχέδια που είναι *αποτέλεσμα ανεξάρτητης δημιουργίας* και εμφανίζουν *χαρακτήρα νέο ή πρωτότυπο*. Δύνανται να μην χαρακτηριστούν ως νέα ή πρωτότυπα τα βιομηχανικά σχέδια, τα οποία δεν διαφέρουν σημαντικά από ήδη γνωστά βιομηχανικά σχέδια ή από συνδυασμό διάφορων στοιχείων από πολλά διαφορετικά τέτοια σχέδια. Η προστασία μπορεί να μην παρέχεται σε σχέδια για τεχνικούς ή λειτουργικούς σκοπούς. Όσον αφορά τα κλωστοϋφαντουργικά σχέδια, απαιτείται οι προϋποθέσεις που προβλέπει το δίκαιο βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας για την προστασία τους, *να μην είναι τέτοιου είδους, ώστε να αποτρέπουν τους δημιουργούς από το να αναζητήσουν προστασία*.

Η διάρκεια του δικαιώματος ορίζεται σε τουλάχιστον 10 έτη (άρθρο 26). Κατά τη διάρκεια προστασίας, ο δικαιούχος έχει δικαίωμα να απαγορεύει σε τρίτα μέρη να παράγουν, να πωλούν ή να εισάγουν για εμπορικούς σκοπούς προϊόντα που φέρουν ή ενσωματώνουν ένα σχέδιο, το οποίο είναι αντιγραφή ή ομοιάζει σε μεγάλο βαθμό με το προστατευόμενο σχέδιο. Τυχόν εξαιρέσεις από την προστασία βιομηχανικών σχεδίων, που θα προβλέψουν τα κράτη, θα πρέπει να μην έρχονται σε δυσανάλογη σύγκρουση με την κανονική εκμετάλλευση εκ μέρους των δικαιούχων και τα νόμιμα συμφέροντά τους.

2.3.4. Κοινοτικά βιομηχανικά σχέδια και υποδείγματα

Με το προϋπάρχον καθεστώς προστασίας σχεδίων και υποδειγμάτων, ταυτόσημα σχέδια και υποδείγματα μπορούσαν να προστατεύονται κατά τρόπο διαφορετικό σε διαφορετικά κράτη-μέλη της Ε.Ε. και επ' ωφελεία διαφορετικών δικαιούχων. Ως συνέπεια, εμφανίστηκαν συγκρούσεις κατά τις εμπορικές συναλλαγές μεταξύ κρατών-μελών.¹³⁰ Η Οδηγία 98/71/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου συνέβαλε στην προσέγγιση των εθνικών νομοθεσιών των κρατών-μελών. Ο μεγάλος αριθμός αιτήσεων, υπηρεσιών, διαδικασιών, νομοθεσιών, αποκλειστικών δικαιωμάτων που περιορίζονταν σε μια χώρα, καθώς και από τα σωρευμένα διοικητικά έξοδα τα οποία επέφεραν για τον αιτούντα υψηλά έξοδα και τέλη, είχαν ως αποτέλεσμα να παρεμποδίζονται και να στρεβλώνονται οι συναλλαγές και ο ανταγωνισμός στην Κοινότητα

Το γεγονός ότι η προστασία των βιομηχανικών σχεδίων και υποδειγμάτων περιοριζόταν στο έδαφος των διάφορων κρατών-μελών, οδηγούσε σε κατάτμηση της εσωτερικής αγοράς, όσον αφορά στα προϊόντα που

¹³⁰ Αιτιολογική Σκέψη 2, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

ενσωμάτωναν σχέδιο ή υπόδειγμα, το οποίο αποτελούσε αντικείμενο εθνικών δικαιωμάτων ασκουμένων από διαφορετικά πρόσωπα και εμπόδιζε την ελεύθερη κυκλοφορία των προϊόντων.¹³¹

Η δημιουργία κοινοτικού σχεδίου ή υποδείγματος που να ισχύει άμεσα σε κάθε κράτος-μέλος, κατέστη επιβεβλημένη, ώστε να καταστεί δυνατή η κατοχύρωση προστασίας για όλα τα κράτη-μέλη, με ενιαία αίτηση στο Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με μια ενιαία διαδικασία και βάσει νομοθεσίας με ισχύ σε όλη την Ε.Ε.¹³² Σε αυτό το πλαίσιο ψηφίστηκε ο Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002.

Ο Κανονισμός διακρίνει μεταξύ των μακροπρόθεσμων καταχωρισμένων και των βραχυπρόθεσμων μη-καταχωρισμένων σχεδίων και υποδειγμάτων.¹³³ Αναγνωρίζοντας ότι το κοινοτικό σχέδιο και υπόδειγμα πρέπει να ανταποκρίνεται στις ανάγκες όλων των βιομηχανικών κλάδων στην Ε.Ε., αναγνωρίζει ότι πολλοί κλάδοι παράγουν μεγάλο αριθμό σχεδίων και υποδειγμάτων για προϊόντα που συχνά έχουν σύντομη ζωή στην αγορά, και για τα οποία η προστασία δίχως την υποχρεωτική τήρηση των διατυπώσεων καταχώρισης είναι πλεονέκτημα, ενώ δεν δίνουν τόση σημασία στη διάρκεια προστασίας. Αντίθετα, άλλοι κλάδοι εκτιμούν την ασφάλεια δικαίου που παρέχει η καταχώριση, λόγω της μεγαλύτερης προβλεπόμενης διάρκειας ζωής των προϊόντων τους στην αγορά.¹³⁴

Συνεπώς, προϋπόθεση προστασίας για τα μη-καταχωρισμένα σχέδια και υποδείγματα είναι να έχουν διατεθεί στο κοινό, υπό τις προϋποθέσεις που ορίζει ο Κανονισμός· ενώ για τα καταχωρισμένα σχέδια και υποδείγματα είναι να έχουν καταχωρισθεί στο Μητρώο Κοινοτικών Σχεδίων και Υποδειγμάτων που τηρεί το Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης.¹³⁵ Η αίτηση για καταχώριση κοινοτικού σχεδίου και υποδείγματος κατατίθεται σε μία από τις επίσημες γλώσσες της Ε.Ε.¹³⁶

Επιπλέον προϋποθέσεις προστασίας που εφαρμόζουν σε όλα τα σχέδια ή υποδείγματα είναι να είναι *νέα* και να έχουν *ατομικό χαρακτήρα*.¹³⁷ Για να είναι νέο ένα σχέδιο ή υπόδειγμα, πρέπει να *μην έχει διατεθεί στο κοινό ταυτόσημο σχέδιο ή υπόδειγμα πριν από την ημερομηνία κατά την οποία το σχέδιο ή υπόδειγμα, για το οποίο διεκδικείται προστασία, διατέθηκε πρώτη φορά στο κοινό* (μη-καταχωρισμένα) ή *πριν από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης για καταχώριση, και αν διεκδικείται προτεραιότητα, πριν από την ημερομηνία προτεραιότητας* (καταχωρισμένα).¹³⁸ Ο ατομικός χαρακτήρας κρίνεται από τη συνολική εντύπωση που προκαλεί στον ενημερωμένο καταναλωτή το σχέδιο ή υπόδειγμα. Αν είναι διαφορετική από τη συνολική εντύπωση που του προκαλεί κάθε σχέδιο ή υπόδειγμα, που έχει διατεθεί στο κοινό *πριν από την ημερομηνία κατά την οποία το σχέδιο ή υπόδειγμα, για το οποίο διεκδικείται προστασία, διατέθηκε*

131 Αιτιολογική Σκέψη 4, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

132 Αιτιολογική Σκέψη 5, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

133 Άρθρο 1, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

134 Αιτιολογική Σκέψη 16, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

135 Άρθρο 1, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

136 Άρθρο 98, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

137 Άρθρο 4, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

138 Άρθρο 5, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

πρώτη φορά στο κοινό (μη-καταχωρισμένα) ή πριν από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης/ημερομηνία προτεραιότητας (καταχωρισμένο), τότε παρουσιάζει ατομικό χαρακτήρα.¹³⁹

Το κοινοτικό σχέδιο ή υπόδειγμα έχει ενιαίο χαρακτήρα και παράγει τα ίδια αποτελέσματα σε όλη την Ε.Ε. Δεν καταχωρίζεται, δεν μεταβιβάζεται, δεν μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο παραίτησης ή απόφασης περί ακυρότητάς του, ούτε να απαγορευθεί η χρήση του, παρά μόνο με ενέργεια σε όλη την Ε.Ε.¹⁴⁰

Ως σχέδιο ή υπόδειγμα, ορίζεται η εικόνα την οποία παρουσιάζει το σύνολο ή μέρος ενός προϊόντος, η οποία προκύπτει από τα χαρακτηριστικά του, και ιδίως από τη γραμμή, το περίγραμμα, το χρώμα, το σχήμα, την υφή ή/και τα υλικά του ίδιου του προϊόντος ή/και της διακόσμησης που φέρει.¹⁴¹

Σχέδιο ή υπόδειγμα το οποίο αντιβαίνει στη δημόσια τάξη ή στα χρηστά ήθη, δεν παράγει δικαιώματα.

Η διάρκεια προστασίας των κοινοτικών σχεδίων ή υποδειγμάτων ορίζεται για τα μη καταχωρισμένα σε 3 έτη από την ημερομηνία κατά την οποία διατέθηκαν για πρώτη φορά στο κοινό.¹⁴² Τα καταχωρισμένα προστατεύονται για 5 έτη από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης καταχώρισης, και μπορούν να ανανεώνονται για 5 έτη κατ' αίτηση του δικαιούχου και με την καταβολή τέλους, με μέγιστη διάρκεια 25 έτη από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης.¹⁴³

Το δικαίωμα επί του σχεδίου ή υποδείγματος παρέχεται στο δημιουργό ή στον εξ αυτού έλκοντα δικαίωμα.¹⁴⁴ Αν άλλος πέρα από τον δημιουργό καταθέτει την αίτηση για καταχώριση ή είναι δικαιούχος της καταχώρισης, τότε ο δημιουργός σχεδίου ή υποδείγματος έχει δικαίωμα έναντι του να μνημονεύεται ως δημιουργός στο Γραφείο ή στο Μητρώο.¹⁴⁵

Ο δικαιούχος καταχωρισμένου κοινοτικού σχεδίου ή υποδείγματος έχει δικαίωμα αποκλειστικής χρήσης του και δικαίωμα να απαγορεύει σε κάθε τρίτο τη χρήση, που γίνεται χωρίς τη συγκατάθεσή του. Ως χρήση νοείται ιδίως η κατασκευή, η προσφορά, η διάθεση στην αγορά, η εισαγωγή, η εξαγωγή ή χρήση προϊόντος στο οποίο ενσωματώνεται ή εφαρμόζεται το σχέδιο ή υπόδειγμα, καθώς και η αποθεματοποίηση του προϊόντος για τους σκοπούς αυτούς.¹⁴⁶ Το μη-καταχωρισμένο σχέδιο ή υπόδειγμα παρέχει δικαίωμα για απαγόρευση χρήσης, μόνον όταν η χρήση απορρέει από αντίγραφο του προστατευόμενου σχεδίου ή υποδείγματος. Αν το αντίγραφο προέκυψε από ανεξάρτητη δημιουργική διεργασία δημιουργού, για τον οποίο είναι εύλογο να θεωρείται ότι δεν γνώριζε το ήδη διατεθέν σχέδιο ή υπόδειγμα, τότε η χρήση αυτή δεν αντιβαίνει στο προϋπάρχον δικαίωμα.

139 Άρθρο 6, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

140 Άρθρο 1, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

141 Άρθρο 3, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

142 Άρθρο 11, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

143 Άρθρο 12, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

144 Άρθρο 14, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

145 Άρθρο 18, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

146 Άρθρο 19, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

Το καταχωρισμένο κοινοτικό σχέδιο ή υπόδειγμα μπορεί να κηρυχθεί άκυρο, κατόπιν υποβολής αίτησης στο Γραφείο ή από δικαστήριο κοινοτικών σχεδίων και υποδειγμάτων βάσει ανταγωγής, που ασκείται στο πλαίσιο αγωγής περί παραποίησης/απομίμησης. Το μη καταχωρισμένο σχέδιο ή υπόδειγμα κηρύσσεται άκυρο από δικαστήριο κοινοτικών σχεδίων και υποδειγμάτων κατόπιν υποβολής αίτησης στο δικαστήριο ή βάσει ανταγωγής, που ασκείται στο πλαίσιο αγωγής περί παραποίησης/απομίμησης.¹⁴⁷ Σε αυτήν την περίπτωση, λογίζεται ότι δεν έχει επιφέρει εξ υπαρχής τα αποτελέσματα που αναγνωρίζονται.¹⁴⁸ Η αίτηση για κήρυξη ακυρότητας υποβάλλεται εγγράφως στο Γραφείο από κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο και κάθε δημόσια αρχή που νομιμοποιείται προς αυτό.¹⁴⁹

Ως αντικείμενο κυριότητας, το κοινοτικό σχέδιο ή υπόδειγμα θεωρείται στο σύνολό του και σε όλη την Ε.Ε. ως καταχώριση σχεδίου ή υποδείγματος του κράτους μέλους, στο οποίο ο δικαιούχος έχει την κατοικία, έδρα ή εγκατάστασή του.¹⁵⁰ Προκειμένου για μεταβίβαση καταχωρισμένου σχεδίου ή υποδείγματος, η μεταβίβαση σημειώνεται στο Μητρώο και δημοσιεύεται, κατόπιν αιτήσεως ενός εκ των μερών. Μέχρι η μεταβίβαση να σημειωθεί στο Μητρώο, ο δικαιοδόχος δεν μπορεί να επικαλείται δικαιώματα που απορρέουν από την καταχώριση.¹⁵¹ Το καταχωρισμένο σχέδιο ή υπόδειγμα δύναται να αποτελεί αντικείμενο ενεχύρου ή άλλων εμπράγματων δικαιωμάτων και αναγκαστικής εκτέλεσης.¹⁵² Επιπλέον, κοινοτικό σχέδιο ή υπόδειγμα (καταχωρισμένο και μη) μπορεί να συμπεριληφθεί σε διαδικασία αφερεγγυότητας, η οποία κινήθηκε σε κράτος-μέλος όπου ο οφειλέτης έχει το κύριο κέντρο των συμφερόντων του.¹⁵³

Είναι επίσης δυνατή η παραχώρηση αποκλειστικής ή μη αποκλειστικής άδειας εκμετάλλευσης επί του κοινοτικού σχεδίου ή υποδείγματος για το σύνολο ή για μέρος της Ε.Ε.¹⁵⁴

Για την ταξινόμηση των σχεδίων ή υποδειγμάτων χρησιμοποιείται το σύστημα διεθνούς ταξινόμησης των βιομηχανικών σχεδίων και υποδειγμάτων του Λοκάρνο.¹⁵⁵

Είναι δυνατή η επίκληση δικαιώματος προτεραιότητας σε πρόσωπα που έχουν ήδη καταθέσει αίτηση για καταχώριση σχεδίου ή υποδείγματος σε ένα ή περισσότερα από τα κράτη μέλη της Σύμβασης των Παρισίων ή της συμφωνίας για την ίδρυση του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου, εφόσον καταθέσουν κοινοτική αίτηση για το ίδιο σχέδιο ή υπόδειγμα εντός 6 μηνών από την ημερομηνία κατάθεσης της πρώτης αίτησης. Αν το κράτος στο οποίο έγινε η πρώτη κατάθεση δεν είναι μέλος των ανωτέρω συμφωνιών, είναι δυνατή η διεκδίκηση προτεραιότητας, εάν το κράτος αυτό παρέχει δικαίωμα προτεραιότητας στο έδαφός

147 Άρθρο 24, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

148 Άρθρο 26, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

149 Άρθρο 52, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

150 Άρθρο 27, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

151 Άρθρο 28, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

152 Άρθρα 29 και 30, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

153 Άρθρο 31, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

154 Άρθρο 32, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

155 Άρθρο 40, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

του, στις καταθέσεις που έχουν γίνει στο Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης και με ισοδύναμα αποτελέσματα.¹⁵⁶ Επίσης, ο αιτών δύναται να διεκδικήσει προτεραιότητα, *αν έχει διαθέσει στο κοινό προϊόντα στα οποία έχει ενσωματωθεί ή εφαρμοσθεί το σχέδιο ή υπόδειγμα*, σε διεθνή έκθεση και υποβάλλει αίτηση για κοινοτικό σχέδιο ή υπόδειγμα εντός 6 μηνών από την ημερομηνία πρώτης γνωστοποίησης των προϊόντων αυτών.¹⁵⁷

*Το δικαίωμα του Γραφείου να απαιτεί την καταβολή τελών, παραγράφεται 4 έτη από το τέλος του ημερολογιακού έτους κατά το οποίο το τέλος κατέστη απαιτητό.*¹⁵⁸

Δυνάμει του Κανονισμού 6/2002, η επιδίωξη προστασίας σε ολόκληρη την Ε.Ε. μέσω διεθνούς καταχώρισης σχεδίου ή υποδείγματος, βάσει του Συστήματος της Χάγης για τη διεθνή καταχώριση σχεδίων και υποδειγμάτων, παράγει τα ίδια αποτελέσματα σαν να είχε καταχωρισθεί στο ευρωπαϊκό Μητρώο και παράγει τα ίδια αποτελέσματα με το κοινοτικό σχέδιο ή υπόδειγμα.¹⁵⁹

Αποτελέσματα¹⁶⁰

Μια έρευνα, που διενεργήθηκε το 2016 από το Ευρωπαϊκό Γραφείο Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας και το Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έδειξε την συνολική οικονομική συνεισφορά των σχεδίων ή υποδειγμάτων στην ευρωπαϊκή οικονομία. Η έρευνα επικεντρώνεται στις επιχειρήσεις που χαρακτηρίζονται ως εντάσεως σχεδίων ή υποδειγμάτων, με βάση τον άνω του μέσου όρου αριθμό καταχωρισμένων σχεδίων ή υποδειγμάτων ανά αριθμό εργαζομένων.

Τα συμπεράσματα είναι ότι οι βιομηχανίες που είναι εντατικοί χρήστες σχεδίων ή υποδειγμάτων προσέθεσαν 123 δις ευρώ στο ΑΕΠ της Ε.Ε. Οι βιομηχανίες που είναι εντατικοί χρήστες σχεδίων ή υποδειγμάτων και διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας παρήγαγαν 115 δις ευρώ για το ΑΕΠ της Ε.Ε. Οι εντατικοί χρήστες σχεδίων ή υποδειγμάτων και εμπορικών σημάτων παρήγαγαν 527 δις ευρώ για το ΑΕΠ της Ε.Ε., ενώ εντατικοί χρήστες σχεδίων ή υποδειγμάτων, διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας και σημάτων παρήγαγαν 924 δις ευρώ. Συνολικά, βιομηχανίες, που κρίθηκαν ως εντάσεως σχεδίων και υποδειγμάτων, συνεισέφεραν 1,7 τρις ευρώ στο ΑΕΠ της Ε.Ε. Επιπλέον, η έρευνα παρατήρησε ότι οι επιχειρήσεις εντάσεως σχεδίων ή υποδειγμάτων τείνουν να απασχολούν περισσότερους εργαζομένους, αλλά η μεικτή προστιθέμενη αξία

¹⁵⁶ Άρθρο 41, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

¹⁵⁷ Άρθρο 44, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

¹⁵⁸ Άρθρο 69, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

¹⁵⁹ Άρθρο 106^a και 106^b, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002

¹⁶⁰ Επίσημη ιστοσελίδα της της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *The Economic Review of Industrial Design in Europe*, 06.06.2016, Europe Economics for DG Internal Market & Services (https://ec.europa.eu/growth/content/economic-review-industrial-design-europe-0_en)

ανά εργαζόμενο (GVA per employee) είναι χαμηλότερη από τις επιχειρήσεις που είναι εντατικοί χρήστες και άλλων δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας.

Ο Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002 τροποποιήθηκε από τον Κανονισμό (ΕΚ) 1891/2006 του Συμβουλίου, ο οποίος ψηφίστηκε προκειμένου να εγκριθούν τα μέτρα για την προσχώρηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην Πράξη της Γενεύης του 1999 του Διακανονισμού της Χάγης. Προστέθηκε ένας ολόκληρος τίτλος άρθρων ("Τίτλος ΧΙ^α: Διεθνής Καταχώριση Σχεδίων και Υποδειγμάτων"), ώστε να εναρμονιστεί το σύστημα διεθνούς καταχώρισης σχεδίων και υποδειγμάτων με το σύστημα των κοινοτικών σχεδίων. Πλέον είναι δυνατή η επιδίωξη διεθνούς προστασίας σε ολόκληρη την Ένωση μέσω του Συστήματος της Χάγης, καθώς και η καταχώριση ενός κοινοτικού σχεδίου σε άλλα συμβαλλόμενα κράτη της Πράξης της Γενεύης του 1999 του Διακανονισμού της Χάγης (άρθρα 106α – 106στ, Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002). Με αυτόν τον τρόπο απλοποιείται η διαδικασία, ελαττώνεται το κόστος διεθνούς καταχώρισης κοινοτικού σήματος και διευκολύνεται η διαχείρισή του.

Κατά μέσο όρο, οι ενδιαφερόμενοι δηλώνουν δυσαρεστημένοι με το σύστημα του κοινοτικών σχεδίων ή υποδειγμάτων, ενώ είναι ικανοποιημένοι με το πλαίσιο σε εθνικό επίπεδο. Οι επιχειρήσεις στον τομέα λιανικού εμπορίου και επισκευών είναι πιο δυσαρεστημένες με τα αποτελέσματα του κοινοτικού πλαισίου. Οι επιχειρήσεις στους τομείς της μεταποίησης και επαγγελματικών, τεχνικών και επιστημονικών δραστηριοτήτων δηλώνουν πιο ικανοποιημένες με το κοινοτικό σύστημα προστασίας. Τα περισσότερα παράπονα κατά του κοινοτικού πλαισίου εκφράζονται για την διαδικασία που ακολουθεί το Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ώστε να ελέγξει το νεωτερισμό και τον ατομικό χαρακτήρα του σχεδίου ή υποδείγματος. Η διαδικασία κρίνεται ελλιπής και ότι οδηγεί συχνά στην κατοχύρωση αντιγράφων ήδη υπαρχόντων σχεδίων ή υποδειγμάτων.

Επιπλέον, εκφράζονται παρατηρήσεις για την δυνατότητα επιβολής των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας, καθώς η άσκηση αγωγής για παραβίαση με ενέργεια σε όλη την Ε.Ε. στο ευρωπαϊκό δικαστήριο περιορίζεται μόνο σε πολίτες της Ε.Ε. (αποκλείοντας έτσι πολίτες τρίτων χωρών, που μπορεί να έχουν σχέδιο ή υπόδειγμα με ενέργεια σε όλη την Ένωση), ενώ η δικαστικές διαδικασίες σε κάθε κράτος-μέλος διαφέρουν όσον αφορά σημαντικά ζητήματα.

2.3.5. Οδηγία 98/71/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη νομική προστασία σχεδίων και υποδειγμάτων

Κατά την Αιτιολογική Σκέψη 1 της Οδηγίας, ψηφίστηκε με σκοπό *την εξάλειψη εμποδίων στην ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων και τη δημιουργία ενός συστήματος, που θα εξασφαλίζει ανόθευτο*

ανταγωνισμό στην ευρωπαϊκή αγορά. Τα σχέδια και υποδείγματα μπορούν να κατοχυρωθούν σε εθνικό επίπεδο, παράλληλα με την προστασία που παρέχει το κοινοτικό σχέδιο ή υπόδειγμα σε κοινοτικό επίπεδο, εξ ου και η εισαγωγή των δύο νομοθετημάτων, Οδηγίας και Κανονισμού, προκειμένου να εναρμονιστούν αυτές οι δύο μορφές προστασίας.

Βεβαίως, λόγω του μεγάλου αριθμού εμπορευμάτων που ενσωματώνουν σχέδια και υποδείγματα, οι διαφορές ως προς την έννομη προστασία σχεδίων ή υποδειγμάτων, που εμφάνιζαν οι νομοθεσίες των κρατών-μελών, επηρέαζαν την εγκαθίδρυση και λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Πρέπει να λαμβάνει κανείς υπόψη, ότι το κοινοτικό σχέδιο και υπόδειγμα απολαμβάνει σε κάθε κράτος-μέλος την ίδια προστασία με αυτήν που απολαμβάνουν τα εθνικά σχέδια και υποδείγματα στο κράτος αυτό. Για αυτόν το λόγο, κρίθηκε απαραίτητη η προσέγγιση των νομοθεσιών, τουλάχιστον στους τομείς οι οποίοι επηρεάζουν αμεσότερα τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς.¹⁶¹

Κατ' αρχάς, η Οδηγία σκοπεύει να διασφαλίσει ότι όλα τα κράτη-μέλη παρέχουν ειδική προστασία στα σχέδια και υποδείγματα, μέσω καταχώρισης και μέσω της σχετικής νομοθεσίας τους. Οι όροι κτήσης δικαιώματος επί καταχωρισμένου σχεδίου ή υποδείγματος πρέπει να είναι ίδιοι σε όλα τα κράτη-μέλη, και το προστατευόμενο αντικείμενο καθώς και οι προϋποθέσεις προστασίας του (νεωτερισμός, ατομικότητα) να ερμηνεύονται με τον ίδιο τρόπο.¹⁶² Η προστασία που παρέχει το σχέδιο ή υπόδειγμα πρέπει να είναι τουλάχιστον ισότιμη σε όλα τα κράτη-μέλη.¹⁶³

Τα χαρακτηριστικά του σχεδίου ή υποδείγματος θα πρέπει να εμφανίζονται σαφώς στην αίτηση καταχώρισης και να δημοσιεύονται.¹⁶⁴ Επίσης, η διάρκεια της δια καταχώρισης προστασίας πρέπει να είναι ενιαία.¹⁶⁵ Το σχέδιο ή υπόδειγμα είναι νέο, αν μέχρι την ημερομηνία κατάθεσης αίτησης καταχώρισης, ή μέχρι την ημερομηνία της προτεραιότητας, δεν έχει διατεθεί στο κοινό ταυτόσημο σχέδιο ή υπόδειγμα.¹⁶⁶ Η ατομικότητα του κρίνεται από τη συνολική εντύπωση που προκαλεί σε έναν ενημερωμένο χρήστη, και αν αυτή διαφέρει από την εντύπωση που του προκαλεί κάθε σχέδιο ή υπόδειγμα που έχει διατεθεί στο κοινό μέχρι την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης ή την ημερομηνία προτεραιότητας.¹⁶⁷ Το σχέδιο ή υπόδειγμα έχει διατεθεί στο κοινό αν έχει δημοσιευθεί μέσω καταχώρισης ή με άλλον τρόπο, αν έχει εκτεθεί, αν έχει χρησιμοποιηθεί στο εμπόριο, ή αν έχει γίνει γνωστό με άλλον τρόπο.¹⁶⁸ Η διάρκεια προστασίας πρέπει να είναι 5 έτη για κάθε ανανέωση, με μέγιστο όριο τα 25 έτη από την κατάθεση της αίτησης.¹⁶⁹

161 Αιτιολογική Σκέψη 5, Οδηγία 98/71/EK

162 Αιτιολογική Σκέψη 9, Οδηγία 98/71/EK

163 Αιτιολογική Σκέψη 10, Οδηγία 98/71/EK

164 Αιτιολογική Σκέψη 11, Οδηγία 98/71/EK

165 Αιτιολογική Σκέψη 17, Οδηγία 98/71/EK

166 Άρθρο 4, Οδηγία 98/71/EK

167 Άρθρο 5, Οδηγία 98/71/EK

168 Άρθρο 6, Οδηγία 98/71/EK

169 Άρθρο 10, Οδηγία 98/71/EK

Ο δικαιούχος με την καταχώριση αποκτά αποκλειστικό δικαίωμα να χρησιμοποιεί το σχέδιο ή υπόδειγμα και να απαγορεύει τη χρησιμοποίησή του σε οποιονδήποτε τρίτο δίχως τη συγκατάθεσή του.¹⁷⁰ Η χρήση καλύπτει ιδίως την κατασκευή, προσφορά, διάθεση στην αγορά, εισαγωγή, εξαγωγή ή χρήση προϊόντος, όπου εφαρμόζεται ή ενσωματώνεται το σχέδιο ή υπόδειγμα, καθώς και την αποθήκευση του προϊόντος για τους σκοπούς αυτούς.

Αποτελέσματα¹⁷¹

Σύμφωνα με έρευνες που έχουν διενεργηθεί τόσο σε Ευρωπαίους, όσο και πολίτες τρίτων κρατών, το ευρωπαϊκό πλαίσιο προστασίας σχεδίων και υποδειγμάτων σε εθνικό επίπεδο κρίνεται επιτυχημένο. Η εναρμόνιση των εθνικών νομοθεσιών και της εθνικής προστασίας με το κοινοτικό σχέδιο ή υπόδειγμα θεωρείται σκόπιμη. Το πρόβλημα εντοπίζεται κυρίως στο γεγονός ότι οι δημιουργοί και οι επιχειρηματίες κατά κανόνα δεν έχουν γνώση της διαθεσιμότητας, των πλεονεκτημάτων και των τρόπων προστασίας των βιομηχανικών σχεδίων ή υποδειγμάτων τους στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

¹⁷⁰ Άρθρο 12, Οδηγία 98/71/EK

¹⁷¹ Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Evaluation of EU legislation on design protection*, April 2019 (<https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/1846-Evaluation-of-EU-legislation-on-design-protection/public-consultation>)

2.4. ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ

Γεωγραφικές ενδείξεις: Υποδηλώνουν ότι ένα προϊόν έχει συγκεκριμένη γεωγραφική προέλευση και φήμη - δεδομένη ποιότητα ή άλλα χαρακτηριστικά προϊόντος τα οποία αποδίδονται κατά κύριο λόγο στην προέλευσή του. Προστατεύουν τα προϊόντα από κατάχρηση ή απομίμηση της καταχωρισμένης ονομασίας και εγγυώνται στους καταναλωτές την πραγματική προέλευση του προϊόντος. Οι κανόνες αυτοί διασφαλίζουν ότι όλοι οι παραγωγοί της συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής έχουν συλλογικά δικαιώματα επί του προϊόντος, εφόσον πληρούνται ορισμένες προϋποθέσεις.¹⁷²

2.4.1. Σύμβαση των Παρισίων για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (1883)

Οι γεωγραφικές ενδείξεις προστατεύονται από την Σύμβαση, μέσω των ρυθμίσεων που αφορούν στα εμπορικά σήματα, στις εμπορικές επωνυμίες και στον αθέμιτο ανταγωνισμό.

Οι χώρες, επιτρέπεται να ακυρώνουν ή να απορρίπτουν καταχωρίσεις και να απαγορεύουν την δίχως την άδεια των αρμοδίων αρχών χρήση ως εμπορικών σημάτων, ή στοιχείων αυτών, των θυρεών, σημαιών, κρατικών εμβλημάτων χωρών της Ένωσης των Παρισίων, επισημάτων ελέγχου και γνησιότητας που χρησιμοποιούνται σε αυτές ή και κάθε απομίμηση οικοσήμων και οικογενειακών εμβλημάτων. Το ίδιο ισχύει και για θυρεούς, σημαίες και άλλα εμβλήματα, συντετμημένες λέξεις και ονομασίες Διεθνών Διακυβερνητικών Οργανισμών. Εφόσον όμως δεν δημιουργείται στο κοινό η εντύπωση, ότι υπάρχει κάποια σχέση με τα οικεία κράτη ή οργανισμούς, όπως γεωγραφική προέλευση εμπορευμάτων από τη χώρα που εμφανίζεται στο σήμα, ή σύγχυση σχετικά με την ποιότητα και τις προδιαγραφές τους, ενδέχεται να επιτραπεί η χρήση του σήματος (άρθρο 6 τρις).

Όταν σε μια χώρα της Ένωσης η νομοθεσία προβλέπει ότι η μεταβίβαση σήματος έχει ισχύ μόνο με την ταυτόχρονη μεταβίβαση της επιχείρησης ή εμπορικής εύνοιας που φέρει το σήμα, θα αρκεί για το έγκυρο αυτής η μεταβίβαση στον εκδοχέα του τμήματος της επιχείρησης ή εμπορικής εύνοιας που βρίσκεται στη χώρα αυτή, μαζί με το αποκλειστικό δικαίωμα πώλησης ή κατασκευής σε αυτήν εμπορευμάτων που φέρουν το μεταβιβαζόμενο σήμα (άρθρο 6 τετράκις). Η μεταβίβαση δεν θα θεωρηθεί έγκυρη, αν η χρήση από τον εκδοχέα μπορεί να οδηγήσει σε παραπλάνηση του κοινού, ιδίως ως προς την γεωγραφική προέλευση, τη φύση ή τις ουσιώδεις ιδιότητες των εμπορευμάτων.

Εφόσον ένα σήμα καταχωρισθεί στη χώρα της Ένωσης όπου ο αιτών διατηρεί πραγματική και ουσιαστική βιομηχανική ή εμπορική εγκατάσταση, ή αν δεν διατηρεί τέτοια εγκατάσταση, στη χώρα όπου αυτός έχει την κατοικία του, ή αν δεν διατηρεί κατοικία εντός της Ένωσης, στη χώρα της ιθαγένειάς του (χώρα

¹⁷² Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/geographical-indications/index_el.htm)

προέλευσης), θα γίνεται δεκτό για κατάθεση και θα προστατεύεται ως έχει σε κάθε χώρα της Ένωσης. Προϋπόθεση είναι να μην παραβιάζονται δικαιώματα που απέκτησαν τρίτοι στη χώρα όπου διεκδικείται προστασία, να μην αντιβαίνουν στην ηθική ή τη δημόσια τάξη και να μην είναι τέτοιας φύσης, ώστε να εξαπατούν το κοινό, και να μην στερούνται οποιουδήποτε διακριτικού χαρακτήρα ή να μην αποτελούνται από σημεία ή ενδείξεις που μπορεί να χρησιμεύσουν στο εμπόριο προς ένδειξη του είδους, της ποιότητας, της ποσότητας, του προορισμού, της αξίας, της προέλευσης των εμπορευμάτων ή του χρόνου παραγωγής, ή όταν έχουν καταστεί συνηθισμένα στην τρέχουσα γλώσσα ή στις καλόπιστες και καθιερωμένες εμπορικές συνήθειες της χώρας όπου διεκδικείται προστασία (άρθρο 6 πεντάκις).

Η Σύμβαση προβλέπει κατάσχεση, κατά την εισαγωγή, των εμπορευμάτων που χρησιμοποιούν ανακριβή ένδειξη ως προς την προέλευση των εμπορευμάτων ή την ταυτότητα του παραγωγού, κατασκευαστή ή εμπόρου (άρθρο 10).

Επιπλέον, η Σύμβαση προβλέπει υποχρέωση των κρατών να εξασφαλίζουν τους πολίτες εναντίον του αθέμιτου ανταγωνισμού. Συγκεκριμένα, κάθε πράξη ανταγωνισμού που αντίκειται στα χρηστά εμπορικά ή βιομηχανικά ήθη, θεωρείται πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού. Ειδικά, απαγορεύονται όλες οι ενδείξεις ή ισχυρισμοί των οποίων η χρήση είναι πιθανό να παραπλανήσει το κοινό ως προς τη φύση, τη μέθοδο κατασκευής, τα χαρακτηριστικά, την καταλληλότητα για τον προορισμό τους ή την ποιότητα των εμπορευμάτων (άρθρο 10 δις).

2.4.2. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στον τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

Γεωγραφικές ενδείξεις κατά την έννοια της Συμφωνίας ονομάζονται οι ενδείξεις που βεβαιώνουν την προέλευση ενός προϊόντος από το έδαφος ενός συμβαλλομένου κράτους ή από μια περιοχή ή συγκεκριμένη τοποθεσία. Η προέλευση αυτή του προϊόντος του απονέμει μια συγκεκριμένη ποιότητα, φήμη ή άλλα χαρακτηριστικά, τα οποία μπορούν να αποδοθούν στη γεωγραφική του προέλευση (άρθρο 22).

Τα συμβαλλόμενα κράτη πρέπει να παρέχουν στους δικαιούχους γεωγραφικών ενδείξεων τα ένδικα βοηθήματα, ώστε να αποτρέπουν την παραπλανητική χρήση των ενδείξεων αυτών και χρήσεις οι οποίες συνιστούν αθέμιτο ανταγωνισμό κατά την έννοια του άρθρου 10δς της Διεθνούς Σύμβασης των Παρισίων 1883.

Κάθε αίτηση για καταχώριση σήματος, το οποίο περιέχει γεωγραφική ένδειξη δυνάμενη να παραπλανήσει το κοινό για την αληθινή προέλευση συγκεκριμένων προϊόντων, θα πρέπει να απορρίπτεται αυτεπάγγελα ή κατόπιν αίτησης ενδιαφερομένου προσώπου από τα συμβαλλόμενα κράτη.

Πρόσθετη προστασία προβλέπεται για γεωγραφικές ενδείξεις, που αφορούν σε κρασιά ή οиноπνευματώδη ποτά (άρθρο 23). Τα ενδιαφερόμενα μέρη πρέπει να διαθέτουν τα ένδικα βοηθήματα για να προσβάλουν τη χρήση μιας γεωγραφικής ένδειξης σε αυτά τα προϊόντα, ακόμη κι εάν η χρήση της δεν είναι παραπλανητική ως προς την προέλευση, αλλά το προϊόν δηλώνει ότι είναι απομίμηση, ή “του τύπου” αυτής της γεωγραφικής ένδειξης. Η καταχώριση σήματος περιέχοντος παραπλανητική γεωγραφική ένδειξη για τα προϊόντα αυτά, μπορεί σε κάθε περίπτωση να προσβληθεί όπως και για όλα τα υπόλοιπα.

Εξαιρέσεις προβλέπονται στο άρθρο 24 από την πρόσθετη προστασία που παρέχεται σε κρασιά και οиноπνευματώδη ποτά. Εφόσον μια γεωγραφική ένδειξη άλλου συμβαλλομένου κράτους χρησιμοποιείται για να διακρίνει αγαθά ή υπηρεσίες για τουλάχιστον 10 χρόνια πριν την ημερομηνία υπογραφής της Συμφωνίας ή χρησιμοποιείται καλή τη πίστη πριν την υπογραφή της, δεν θα μπορεί να απαγορευθεί η χρήση της από το ενδεικνυόμενο κράτος, το οποίο την χρησιμοποιεί τώρα για να διακρίνει κρασιά και οиноπνευματώδη.

2.4.3. Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων

Οι γεωγραφικές ενδείξεις και οι ονομασίες προέλευσης αποτελούν πυλώνα του ευρωπαϊκού δικαίου διανοητικής ιδιοκτησίας. Είναι μέρος των συστημάτων ποιότητας γεωργικών προϊόντων και τροφίμων της Ε.Ε., τα οποία εφαρμόζονται στα τρόφιμα και στα γεωργικά προϊόντα, στους οίνους, στα αλκοολούχα ποτά και στους αρωματισμένους οίνους.¹⁷³

Η πολιτική ποιότητας της Ε.Ε. αποσκοπεί στην προστασία της ονομασίας συγκεκριμένων προϊόντων, ώστε να προάγει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, που συνδέονται με την γεωγραφική τους προέλευση, καθώς και με την παραδοσιακή τεχνογνωσία της δημιουργίας τους.

Τα ονόματα προϊόντων μπορούν να συνοδεύονται από γεωγραφικές ενδείξεις, αν έχουν κάποιο συγκεκριμένο δεσμό με τον τόπο όπου παρασκευάζονται. Η γεωγραφική ένδειξη επιτρέπει στους καταναλωτές να εμπιστεύονται και να διακρίνουν τα ποιοτικά προϊόντα, βοηθώντας παράλληλα τους παραγωγούς να εμπορεύονται καλύτερα τα προϊόντα τους.

Οι γεωγραφικές ενδείξεις αναγνωρίζονται ως διανοητική ιδιοκτησία και παίζουν μεγάλο ρόλο στις εμπορικές διαπραγματεύσεις της Ε.Ε. με τρίτες χώρες. Τα άλλα συστήματα ποιότητας δίνουν έμφαση στην

¹⁷³ Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Quality schemes explained* (https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained_en)

παραδοσιακή μέθοδο παραγωγής των προϊόντων, που παρασκευάζονται σε δύσβατες φυσικές περιοχές όπως βουνά ή νησιά.

Προς το παρόν, η προστασία που παρέχεται σε ευρωπαϊκό επίπεδο παράλληλα με προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις και με προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης περιορίζεται στα γεωργικά προϊόντα, στα τρόφιμα και στους οίνους. Για τους αρωματισμένους οίνους προβλέπονται γεωγραφικές ενδείξεις και για τα αλκοολούχα ποτά προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις. Δεν προστατεύονται μη-γεωργικά προϊόντα, όπως παραδοσιακές μέθοδοι χειροτεχνίας ή εξοπλισμός που παράγεται σε μια συγκεκριμένη χώρα. Οι παραγωγοί μη-γεωργικών προϊόντων που θέλουν να κατοχυρώσουν μια γεωγραφική ένδειξη στην Ε.Ε., μπορούν να το κάνουν μόνο σε εθνικό επίπεδο, καθώς τα εθνικά δίκαια πολλών χωρών το επιτρέπουν.¹⁷⁴

Η Ε.Ε. ψήφισε τον Κανονισμό (ΕΚ) 510/2006 αναγνωρίζοντας, ότι η προώθηση προϊόντων, που παρουσιάζουν ορισμένα χαρακτηριστικά, μπορεί να αποτελέσει σημαντικό πλεονέκτημα για την αγροτική οικονομία, ιδίως σε μειονεκτικές και απομακρυσμένες περιοχές. Θα εξασφαλίσει τη βελτίωση του γεωργικού εισοδήματος και τη συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού σε αυτές τις περιοχές.¹⁷⁵ Όλο και περισσότεροι καταναλωτές προτάσσουν την ποιότητα σε σχέση με την ποσότητα της διατροφής τους. Συνεπώς, αναζητούν κατά κανόνα γεωργικά προϊόντα ή τρόφιμα ορισμένης γεωγραφικής καταγωγής. Ο καταναλωτής κάνει καλύτερες επιλογές, εφόσον διαθέτει σαφείς και συνοπτικές πληροφορίες για την καταγωγή του προϊόντος. Ο Κανονισμός (ΕΚ) 510/2006 αντικαταστάθηκε από τον Κανονισμό (ΕΕ) 1151/2012 για τα συστήματα ποιότητας των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων.

Ένα κοινοτικό πλαίσιο κανόνων που περιλαμβάνει ένα καθεστώς προστασίας γεωγραφικών ενδείξεων και ονομασιών προέλευσης, επιτρέπει στις αγορές πρώτης ύλης να αναπτυχθούν μέσα σε δίκαιο ανταγωνισμό μεταξύ των παραγωγών προϊόντων, που δικαιούνται αυτές τις ενδείξεις, ενισχύοντας την αξιοπιστία των προϊόντων τους στην αγορά.¹⁷⁶ Το πλαίσιο αυτό δεν παρεμβάλλεται με την κοινοτική νομοθεσία σχετικά με τους οίνους και τα οινοπνευματώδη ποτά.

Η ποιότητα και η ποικιλομορφία της γεωργικής και αλιευτικής παραγωγής και της υδατοκαλλιέργειας της Ένωσης συνιστούν ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της. Παρέχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στους παραγωγούς της Ε.Ε. και συμβάλλουν σημαντικά στη ζωντανή πολιτιστική και γαστρονομική παράδοση της. Οι γεωργοί και παραγωγοί της Ε.Ε. έχουν διατηρήσει ζωντανές τις παραδόσεις, λαμβάνοντας ταυτόχρονα υπόψη τις εξελίξεις, όσον αφορά τις νέες μεθόδους και τα υλικά παραγωγής.¹⁷⁷

174 Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Geographical indications for non-agricultural products* (https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/intellectual-property/geographical-indications/non-agricultural-products_en)

175 Αιτιολογική Σκέψη 2, Κανονισμός (ΕΚ) 510/2006

176 Αιτιολογική Σκέψη 6, Κανονισμός (ΕΚ) 510/2006

177 Αιτιολογική Σκέψη 1, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

Οι παραγωγοί θα εξακολουθήσουν να παράγουν ποιοτικά προϊόντα μόνον εάν λαμβάνουν δίκαιη ανταμοιβή για τους κόπους τους. Για να συμβεί αυτό απαιτείται να είναι σε θέση να γνωστοποιούν στους αγοραστές και στους καταναλωτές τα χαρακτηριστικά του προϊόντος τους υπό συνθήκες ισότιμου ανταγωνισμού.¹⁷⁸ Η εφαρμογή συστημάτων ποιότητας για τους παραγωγούς, που λειτουργούν ως ανταμοιβή για τις προσπάθειες τους να παράγουν προϊόντα ποιότητας, έχει ωφέλιμες συνέπειες για την αγροτική οικονομία. Τα συστήματα ποιότητας συμπληρώνουν το πλαίσιο της Κοινής Γεωργικής Πολιτικής της Ε.Ε. για την αγροτική ανάπτυξη, την στήριξη της αγοράς και του εισοδήματος. Συμβάλλουν στη βιωσιμότητα των λιγότερο ευνοημένων περιοχών, όπως τις ορεινές και πιο απομακρυσμένες περιφέρειες, όπου ο γεωργικός κλάδος καλύπτει σημαντικό κομμάτι της οικονομίας και το κόστος παραγωγής είναι υψηλό.¹⁷⁹

Εντάσσονται επίσης στις προτεραιότητες της πολιτικής *“Ευρώπη 2020: μια στρατηγική για έξυπνη, διατηρήσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη”*. Συνεισφέρουν στους στόχους της ανάπτυξης ανταγωνιστικής οικονομίας βασιζόμενης στη γνώση και στην καινοτομία, που προωθεί μια οικονομία με υψηλή απασχόληση που επιτυγχάνει κοινωνική και εδαφική συνοχή.

Ο Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012 συγχωνεύει και ενημερώνει τις διατάξεις των Κανονισμών (ΕΚ) 509/2006 και 510/2006, τους οποίους αντικαθιστά. Οι κανόνες, που προβλέπει, δεν θίγουν την ισχύουσα νομοθεσία της Ε.Ε. για τους οίνους, τους αρωματισμένους οίνους, τα αλκοολούχα ποτά, τα προϊόντα βιολογικής καλλιέργειας και τις εξόχως απόκεντρες περιοχές.¹⁸⁰

Ο Κανονισμός τροποποιεί τους ορισμούς των εννοιών *“ονομασία γεωγραφικής προέλευσης”* και *“γεωγραφική ένδειξη”*, ώστε να προσαρμοστούν καλύτερα με τους ορισμούς που περιλαμβάνονται στη Συμφωνία TRIPS.¹⁸¹ Για να δικαιούνται προστασία στην επικράτεια των κρατών-μελών, οι ονομασίες προέλευσης και οι γεωγραφικές ενδείξεις πρέπει να καταχωρίζονται μόνο σε ενωσιακό επίπεδο.¹⁸²

Προβλέπεται επίσης σύστημα για εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα, για την ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τα στοιχεία που προσδίδουν αξία στα προϊόντα. Προβλέπονται επίσης συστήματα ποιότητας, τα οποία μπορούν να εφαρμοσθούν σε προαιρετική βάση.

Θεσπίζει τους κανόνες προστασίας των ονομασιών προέλευσης και των γεωγραφικών ενδείξεων των γεωργικών προϊόντων που προορίζονται για ανθρώπινη κατανάλωση.¹⁸³ Στα προϊόντα περιλαμβάνονται:

- τα ζώα ζώντα·
- τα κρέατα και βρώσιμα παραπροϊόντα σφαγείων·

178 Αιτιολογική Σκέψη 3, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

179 Αιτιολογική Σκέψη 4, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

180 Αιτιολογική Σκέψη 16, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

181 Αιτιολογική Σκέψη 22, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

182 Αιτιολογική Σκέψη 24, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

183 Άρθρο 1, Κανονισμός (ΕΚ) 510/2006

- οι ιχθύες, τα μαλακόστρακα και τα μαλάκια·
- το γάλα και τα προϊόντα γαλακτοκομίας, τα ωά πτηνών και το φυσικό μέλι·
- τα έντερα, οι κύστες και οι στόμαχοι ζώων, ολόκληρα ή τεμαχισμένα, εκτός από αυτά των ιχθύων·
- τα προϊόντα ζωικής προέλευσης και ζώα χερσαία ή θαλασσινά, ακατάλληλα για ανθρώπινη κατανάλωση·
- φυτά ζώντα και προϊόντα ανθοκομίας·
- λαχανικά, φυτά, ρίζες και κόνδυλοι, όλα φαγώσιμα·
- καρποί και φρούτα φαγώσιμα, φλοιοί εσπεριδοειδών και πεπονιών·
- καφές, τσάι και μπαχαρικά·
- προϊόντα αλευροποιίας, βύνη, άμυλα, γλουτένη, ινουλίνη
- σπέρματα και καρποί ελαιώδεις, σπέρματα, σπόροι σποράς και διάφοροι καρποί, βιομηχανικά και φαρμακευτικά φυτά, άχυρα και χορτονομές
- πηκτίνη
- λίπος χοιρινό με την ονομασία «saindoux» και λοιπά χοιρινά λίπη, λαμβανόμενα διά πίεσεως ή τήξεως. Λίπη πουλερικών λαμβανόμενα διά πίεσεως ή τήξεως
- λίπη βοοειδών, προβατοειδών και αιγοειδών, ακατέργαστα ή τετηγμένα, περιλαμβανομένων και των λιπών των λεγομένων πρώτης εκθλίψεως
- στεατίνη, ελαιοστεατίνη, έλαιον του με την ονομασία «saindoux» χοιρινού λίπους και ελαιομαργαρίνη, άνευ προσθήκης γαλακτοματοποιών ουσιών, άνευ αναμείξεως ή παρασκευής τινός
- λίπη και έλαια ιχθύων και θαλασσίων θηλαστικών, έστω και εξευγενισμένα
- έλαια φυσικά μόνιμα, ρευστά ή αλοιφώδη, ακαθάριστα κεκαθαρμένα ή εξευγενισμένα
- έλαια και λίπη ζωικά ή φυτικά υδρογονωμένα, έστω και εξευγενισμένα, αλλά όχι περαιτέρω επεξεργασμένα
- μαργαρίνη, απομίμηση χοιρινού λίπους (simili saindoux) και άλλα βρώσιμα λίπη παρασκευασμένα
- υπολείμματα προκύπτοντα εκ της επεξεργασίας των λιπαρών ουσιών ή των ζωικών ή φυτικών κηρών
- παρασκευάσματα κρεάτων, ιχθύων, μαλακοστράκων και μαλακίων
- σάκχαρις τεύτλων και σακχαροκαλάμου, σε στερεά κατάσταση
- άλλα σάκχαρα, σιρόπια. Υποκατάστατα του μελιού, έστω και αναμειγμένα με φυσικό μέλι. Σάκχαρα και μελάσες κεκαυμένες
- Μελάσες, έστω και αποχρωματισμένες

- σάκχαρα, σιρόπια και μελάσες, άπαντα αρωματισμένα ή τεχνικώς κεχρωσμένα (περιλαμβανομένης και της διά βανίλλης ή βανιλλίνης αρωματισμένης σακχάρειας), εξαιρουμένων των χυμών φρούτων με προσθήκη ζάχαρης σε κάθε αναλογία
- κακάο εις βαλάνους και θραύσματα βαλάνων, ακατέργαστα ή πεφρυγμένα
- κελύφη, φλοιοί, μεμβράνες και απορρίμματα κακάου
- παρασκευάσματα οσπρίων, λαχανικών, φρούτων και ετέρων φυτών ή μερών φυτών
- μούστος σταφυλιών, μερικώς ζυμωθείς, έστω και αν η ζύμωση ανεστάλη καθ' οιονδήποτε έτερο τρόπο, εξαιρέσει της διά προσθήκης οينوπνεύματος
- οίνοι εκ νωπών σταφυλιών. Μούστος εκ νωπών σταφυλιών, του οποίου η ζύμωση ανεστάλη με τη προσθήκη οينوπνεύματος (περιλαμβανομένων και των μιστελίων)
- μηλίτης, απίτης, υδρόμελι και έτερα ποτά προερχόμενα εκ ζυμώσεως
- αιθυλική αλκοόλη, μετουσιωμένη ή μη, οποιουδήποτε αλκοολομετρικού τίτλου, λαμβανόμενη από γεωργικά προϊόντα, εξαιρουμένων των αποσταγμάτων, ηδύποτων και ετέρων οينوπνευματωδών ποτών, συνθέτων αλκοολούχων παρασκευασμάτων (καλουμένων συμπυκνωμένων εκχυλισμάτων) διά την παρασκευή ποτών
- ξύδι εδώδιμον και υποκατάστατα αυτού εδώδιμα
- υπολείμματα και απορρίμματα των βιομηχανιών ειδών διατροφής. Τροφές παρασκευασμένες από ζώα
- καπνός ακατέργαστος ή μη βιομηχανοποιημένος. Απορρίμματα καπνού
- φελλός, φυσικός ακατέργαστος και απορρίμματα φελλού. Φελλός σε θραύσματα, κόκκους ή σκόνη
- λινάρι, ακατέργαστο, μουσκευμένο, αποφλοιωμένο, κτενισμένο ή με άλλον τρόπο κατεργασμένο, όχι όμως νηματοποιημένο. Στυπία και απορρίμματα (περιλαμβανομένου και του εκ της κλωστοποίησης νημάτων, υφασμάτων ή ρακών προερχομένου λίνου)
- κάνναβις, (Cannabis, sativa) ακατέργαστη, μουσκευμένη, αποφλοιωμένη, κτενισμένη ή άλλως κατεργασμένη, αλλά μη νηματοποιημένη. Στυπία και απορρίμματα καννάβεως (περιλαμβανομένων και των προερχομένων εκ της κλωστοποίησης νημάτων, υφασμάτων ή ρακών)
- μπίρα
- σοκολάτα και παράγωγα προϊόντα
- προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής, ζαχαρώδη παρασκευάσματα και προϊόντα μπισκοτοποιίας
- ποτά με βάση εκχυλίσματα φυτών
- ζυμαρικά
- αλάτι
- φυσικά κόμμεα και ρητίνες
- πολτός μουστάρδας

- σανός
- αιθέρια έλαια
- φελλός
- κοχενίλλη
- καλλωπιστικά άνθη και φυτά
- βαμβάκι
- μαλλί
- λυγαριά
- ξεφλουδισμένο λινάρι
- δέρμα
- γούνα
- πτερό

Ο Κανονισμός δεν εφαρμόζεται στα αλκοολούχα ποτά, στους αρωματισμένους οίνους και στα αμπελοοινικά προϊόντα, πλην των ξυδιών οίνου.

Ως ονομασία προέλευσης νοείται το όνομα μιας περιοχής, ενός συγκεκριμένου τόπου ή μιας χώρας, το οποίο χρησιμοποιείται για την περιγραφή ενός προϊόντος ή ενός τροφίμου, που κατάγεται από μια συγκεκριμένη περιοχή, συγκεκριμένο τόπο ή συγκεκριμένη χώρα· του οποίου η ποιότητα ή τα χαρακτηριστικά οφείλονται ουσιαστικά ή αποκλειστικά στο ιδιαίτερο γεωγραφικό περιβάλλον που συμπεριλαμβάνει τους εγγενείς φυσικούς και ανθρώπινους πόρους· και του οποίου όλα τα στάδια παραγωγής πραγματοποιούνται στην συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Η προστατευόμενη ονομασία προέλευσης συνιστά τον ισχυρότερο σύνδεσμο των προϊόντων με την περιοχή κατασκευής τους, και μπορεί να αποδοθεί σε τρόφιμα, γεωργικά προϊόντα και οίνους. Κάθε στάδιο της παραγωγής, κατεργασίας και της διαδικασίας επεξεργασίας πρέπει να πραγματοποιείται στην συγκεκριμένη περιοχή. Για παράδειγμα το λάδι με προστατευόμενη ονομασία προέλευσης Καλαμάτα, παράγεται εξ ολοκλήρου στην περιοχή της Καλαμάτας (όλα τα στάδια παραγωγής λαμβάνουν χώρα εκεί), χρησιμοποιώντας ποικιλίες ελιών από αυτήν την περιοχή.¹⁸⁴

Ως γεωγραφική ένδειξη νοείται το όνομα μιας περιοχής, ενός συγκεκριμένου τόπου ή μιας χώρας, το οποίο χρησιμοποιείται για την περιγραφή ενός προϊόντος ή ενός τροφίμου, που κατάγεται από μια συγκεκριμένη περιοχή, τόπο ή χώρα· του οποίου ένα συγκεκριμένο ποιοτικό χαρακτηριστικό, η φήμη, ή άλλο

184 Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Quality schemes explained* (https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained_en)

*χαρακτηριστικό μπορεί να αποδοθεί κυρίως στη γεωγραφική του προέλευση· του οποίου ένα τουλάχιστον στάδιο παραγωγής εκτελείται στην συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή.*¹⁸⁵

Γενικές ενδείξεις δεν καταχωρίζονται ως προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης ή προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις. Ονομασία δεν καταχωρίζεται, όταν υπάρχει σύγκρουση με την ονομασία φυτικής ποικιλίας ή φυλής ζώων και ενδέχεται να παραπλανήσει τον καταναλωτή, ως προς την πραγματική προέλευση του προϊόντος. Επίσης, αν προτεινόμενη ονομασία για καταχώριση είναι *πλήρως ή εν μέρει ομώνυμη με ονομασία που έχει ήδη καταχωριστεί*, μπορεί να καταχωριστεί μόνον εφόσον στην πράξη γίνεται επαρκής διάκριση μεταξύ των όρων τοπικής και παραδοσιακής χρήσης και παρουσίασης της ομώνυμης ονομασίας, που καταχωρίσθηκε μεταγενέστερα, και της ονομασίας που είχε ήδη καταχωρισθεί στο μητρώο, υπό την προϋπόθεση να διασφαλίζεται ισότιμη μεταχείριση των παραγωγών και να μην παραπλανώνται οι καταναλωτές. Ομώνυμη ονομασία, που δημιουργεί στον καταναλωτή την εσφαλμένη εντύπωση ότι τα προϊόντα προέρχονται από άλλη επικράτεια, δεν καταχωρίζεται, ακόμη και εάν είναι ακριβής όσον αφορά την επικράτεια, την περιοχή ή τον τόπο προέλευσης των συγκεκριμένων προϊόντων. Τέλος, ονομασία δεν καταχωρίζεται όταν *βάσει της φήμης ή αναγνωρισιμότητας ενός εμπορικού σήματος και της διάρκειας χρήσης του, η καταχώριση της θα ήταν δυνατόν να παραπλανήσει τον καταναλωτή όσον αφορά την πραγματική ταυτότητα του προϊόντος.*¹⁸⁶

Η ονομασία που διεκδικεί προστασία ως ονομασία προέλευσης ή γεωγραφική ένδειξη πρέπει να είναι *αυτή που χρησιμοποιείται στο εμπόριο ή στην καθομιλουμένη γλώσσα, και να διατυπώνεται μόνο στις γλώσσες, οι οποίες κατά παράδοση χρησιμοποιούνται ή χρησιμοποιήθηκαν για την περιγραφή του συγκεκριμένου προϊόντος στην καθοριζόμενη γεωγραφική περιοχή.* Το προϊόν που προστατεύεται πρέπει να περιγράφεται, μαζί με τις πρώτες ύλες του και τα κύρια φυσικά, χημικά, μικροβιολογικά ή οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του. Πρέπει να καθορίζεται η γεωγραφική περιοχή που οριοθετείται, όσον αφορά το δεσμό του προϊόντος με αυτήν, να δίνονται στοιχεία που αποδεικνύουν την προέλευση του προϊόντος από την περιοχή, καθώς και λεπτομέρειες που αποδεικνύουν, ότι η γεωγραφική προέλευση προσδίδει στο προϊόν ποιότητα, φήμη ή άλλα χαρακτηριστικά. Ακόμη, οφείλουν να κατονομάζονται οι αρχές ή οργανισμοί που ελέγχουν την τήρηση των προδιαγραφών προϊόντος, και τυχόν ειδικοί κανόνες επισήμανσης σχετικά με το συγκεκριμένο προϊόν.¹⁸⁷

Για κατατεθειμένες αιτήσεις στην Επιτροπή, και μέχρι αυτές να κριθούν οριστικά, είναι δυνατόν ένα κράτος-μέλος να παρέχει μεταβατική προστασία σε ονομασία προέλευσης ή γεωγραφική ένδειξη σε εθνικό επίπεδο, και με δική του ευθύνη για τις συνέπειες αυτής της προστασίας.¹⁸⁸

185 Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Quality schemes explained* (https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained_en)

186 Άρθρο 6, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

187 Άρθρο 7, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

188 Άρθρο 9, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

Είναι δυνατή η προβολή ένστασης κατά της καταχώρισης ονομασίας, αν αυτή δεν εμπίπτει στον ορισμό της έννοιας όπως προβλέπεται στον Κανονισμό ή δεν πληροί τις απαιτούμενες προδιαγραφές. Επίσης, μπορεί να προσβληθεί αν συγκρούεται με προγενέστερο δικαίωμα από ομώνυμη και πλήρως ή μερικώς ταυτόσημη ονομασία, σήμα, φυτική ποικιλία ή ποικιλία ζώων και σήμα φήμης. Τέλος, δύναται να προβληθεί ένσταση αν αποδεικνύεται ότι η ονομασία είναι γενικής φύσεως.¹⁸⁹

Οι προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης και οι προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις μπορούν να χρησιμοποιούνται από οποιαδήποτε επιχείρηση διαθέτει στην αγορά προϊόν, το οποίο είναι σύμφωνο με τις αντίστοιχες προδιαγραφές. Η Ε.Ε. παρέχει σύμβολα για την προβολή των ονομασιών, τα οποία εμφανίζονται στην επισήμανση των προϊόντων με προέλευση από την Ε.Ε., μαζί με την καταχωρισμένη ονομασία του προϊόντος. Οι ενδείξεις “προστατευόμενη ονομασία προέλευσης”, “προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη”, ή τα αρκτικόλεξα “ΠΟΠ” και “ΠΓΕ” αντίστοιχα, μπορούν να αναγράφονται στην επισήμανση των προϊόντων.¹⁹⁰ Για τα προϊόντα με προέλευση από τρίτες χώρες και καταχωρισμένη ονομασία στο μητρώο, προβλέπεται δυνατότητα να φέρουν τς ίδιες ανωτέρω ενδείξεις.

Η καταχωρισμένες ονομασίες προστατεύονται από: *κάθε άμεση ή έμμεση εμπορική χρήση καταχωρισμένης ονομασίας για προϊόντα που δεν καλύπτονται από την καταχώριση*, εφόσον τα προϊόντα είναι συγκρίσιμα με τα προϊόντα που έχουν καταχωρισθεί με την ονομασία αυτή, ή η χρήση αυτή αποτελεί *εκμετάλλευση φήμης* της προστατευόμενης ονομασίας, συμπεριλαμβανομένων των περιπτώσεων όπου τα προϊόντα αυτά χρησιμοποιούνται ως συστατικό· *κάθε κατάχρηση, απομίμηση ή επίκληση*, έστω κι αν αναφέρεται η πραγματική προέλευση των προϊόντων ή υπηρεσιών, ή εάν η προστατευόμενη ονομασία μεταφράζεται ή συνοδεύεται από εκφράσεις όπως “*στυλ*”, “*τύπος*”, “*μέθοδος*”, “*όπως παράγεται στ...*”, “*απομίμηση*” ή άλλες ανάλογες, συμπεριλαμβανομένων περιπτώσεων όπου τα προϊόντα αυτά χρησιμοποιούνται ως συστατικό· *οποιαδήποτε άλλη ψευδή ή παραπλανητική ένδειξη, όσον αφορά την καταγωγή, την προέλευση, τη φύση ή τις βασικές ιδιότητες του προϊόντος, αναγραφόμενη στη συσκευασία ή στο περιτύλιγμα, στο διαφημιστικό υλικό ή σε έγγραφα που αφορούν το συγκεκριμένο προϊόν, καθώς και η χρησιμοποίηση συσκευασίας που θα μπορούσε να δημιουργήσει εσφαλμένη εντύπωση ως προς την προέλευση του προϊόντος*· *οποιαδήποτε άλλη πρακτική ικανή να παραπλανήσει τους καταναλωτές ως προς την προέλευση του προϊόντος*.¹⁹¹ Τα αυτά είναι δυνατόν να προβληθούν και κατά μεταγενέστερου εμπορικού σήματος το οποίο αφορά προϊόντα του ίδιου τύπου.¹⁹²

Επιπλέον, ο Κανονισμός προβλέπει σύστημα *εγγυημένων παραδοσιακών ιδιότυπων προϊόντων*, με σκοπό να διαφυλαχθούν οι παραδοσιακές μέθοδοι παραγωγής και συνταγές, με την παροχή βοήθειας προς τους παραγωγούς παραδοσιακών προϊόντων για την εμπορική προώθηση και τη γνωστοποίηση στους

189 Άρθρο 10, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

190 Άρθρο 12, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

191 Άρθρο 13, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

192 Άρθρο 14, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

καταναλωτές των στοιχείων, που προσδίδουν αξία στις παραδοσιακές συνταγές και τα προϊόντα τους. Κριτήρια για να καταχωρισθεί μια ονομασία ως ονομασία εγγυημένου παραδοσιακού ιδιότυπου προϊόντος είναι, να περιγράφει προϊόν ή τρόφιμο το οποίο παρασκευάζεται με τρόπο παραγωγής, μεταποίησης ή σύνθεσης που αντιστοιχεί στην παραδοσιακή πρακτική για το εν λόγω προϊόν ή τρόφιμο· ή παράγεται από πρώτες ύλες ή συστατικά που χρησιμοποιούνται παραδοσιακά. Η ονομασία πρέπει να χρησιμοποιείται κατά παράδοση για την περιγραφή του ιδιότυπου προϊόντος· ή να προσδιορίζει τον παραδοσιακό χαρακτήρα ή τον ιδιότυπο χαρακτήρα του προϊόντος.¹⁹³

Ονομασία δεν καταχωρίζεται αν αφορά μόνον ισχυρισμούς γενικής φύσης που χρησιμοποιούνται για ένα σύνολο προϊόντων ή ισχυρισμούς που προβλέπονται σε ειδικές διατάξεις της ευρωπαϊκής νομοθεσίας.

Το προϊόν πρέπει να συμφωνεί με προδιαγραφές που περιλαμβάνουν: την προτεινόμενη για καταχώριση ονομασία, στις ανάλογες γλώσσες· περιγραφή του προϊόντος, από την οποία προκύπτει ο ιδιότυπος χαρακτήρας του· περιγραφή της μεθόδου παραγωγής την οποία πρέπει να ακολουθούν οι παραγωγοί, και της μεθόδου με την οποία παρασκευάζεται το προϊόν· και τα κύρια στοιχεία που αποδεικνύουν τον παραδοσιακό χαρακτήρα του προϊόντος.¹⁹⁴ Για τα εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα τηρείται μητρώο από την Επιτροπή.

Η καταχώριση εγγυημένου παραδοσιακού ιδιότυπου προϊόντος μπορεί να χρησιμοποιείται από οποιαδήποτε επιχείρηση διαθέτει στην αγορά προϊόν, το οποίο είναι σύμφωνο με τις αντίστοιχες προδιαγραφές. Υπάρχει ευρωπαϊκό σύμβολο, το οποίο υποχρεωτικά εμφανίζεται στην επισήμανση μαζί με την ονομασία των προϊόντων που παράγονται στην Ε.Ε. Για τα εγγυημένα παραδοσιακά προϊόντα που παράγονται εκτός Ε.Ε., η χρήση του συμβόλου είναι προαιρετική.

Η καταχώριση προστατεύει από κάθε κατάχρηση, απομίμηση ή επίκληση ή κάθε άλλη πρακτική ικανή να παραπλανήσει τον καταναλωτή.¹⁹⁵

Οι προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης, οι προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις και τα εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα αποτελούν ενδείξεις υποχρεωτικές για τρόφιμα και τα γεωργικά προϊόντα, που πληρούν τις προϋποθέσεις προστασίας. Οι αιτήσεις για καταχώριση των ενδείξεων αυτών υποβάλλονται μόνον από ομάδες, οι οποίες ασχολούνται με τα προϊόντα με την ονομασία που πρόκειται να καταχωρισθεί.¹⁹⁶

Είναι δυνατή η ακύρωση των καταχωρίσεων ονομασιών προέλευσης, γεωγραφικών ενδείξεων και εγγυημένων παραδοσιακών ιδιότυπων προϊόντων, είτε αυτεπάγγελτα από την Επιτροπή είτε κατ' αίτηση

193 Άρθρο 18, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

194 Άρθρο 19, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

195 Άρθρο 24, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

196 Άρθρο 49, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

φυσικού ή νομικού προσώπου, όταν δεν εξασφαλίζεται η συμφωνία προς τους όρους των προδιαγραφών· ή όταν, επί 7 τουλάχιστον έτη, δεν έχει διατεθεί στην αγορά προϊόν με την σχετική ένδειξη

Ο Κανονισμός προβλέπει και *προαιρετικές ευρωπαϊκές ενδείξεις ποιότητας*, δηλαδή τις ενδείξεις “*προϊόν ορεινής παραγωγής*” και “*προϊόν νησιωτικής γεωργίας*”, οι οποίες αφορούν σε *χαρακτηριστικά μιας ή περισσότερων κατηγοριών προϊόντων ή στοιχεία της μεθόδου γεωργικής παραγωγής ή μεταποίησης που ισχύουν σε συγκεκριμένες περιοχές και προσδίδουν αξία στα προϊόντα σε σύγκριση με άλλα παρεμφερή*.¹⁹⁷

Η χρήση των ενδείξεων αυτών είναι προαιρετική και δεν συνιστούν διανοητική ιδιοκτησία.

Τέλος, από τον Απρίλιο 2019 λειτουργεί δημόσια προσβάσιμη βάση δεδομένων που περιέχει ηλεκτρονικό μητρώο προστατευόμενων ονομασιών, για όλα τα προϊόντα (τρόφιμα και γεωργικά προϊόντα, οίνοι, αρωματισμένοι οίνοι, οινοπνευματώδη ποτά).¹⁹⁸ Σχεδιασμένη για να αυξήσει τη διαφάνεια και να διευκολύνει την έρευνα, η νέα βάση δεδομένων παρέχει συγκεντρωτικές πληροφορίες σε όλα τα είδη προϊόντων. Οι παραγωγοί, καταναλωτές, εθνικές αρχές και ερευνητές, έχουν πλέον εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες για όλες τις προστατευόμενες ονομασίες, συμπεριλαμβανομένου του σταδίου καταχώρισης τους (κατάθεση αίτησης, δημοσίευση, οριστική καταχώριση).

2.4.4. Κανονισμός (ΕΕ)1308/2013 για τη θέσπιση κοινής οργάνωσης των αγορών γεωργικών προϊόντων και την κατάργηση των κανονισμών (ΕΟΚ) αριθ. 922/72, (ΕΟΚ) αριθ. 234/79, (ΕΚ) αριθ. 1037/2001 και (ΕΚ) αριθ. 1234/2007 του Συμβουλίου

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός οίνου παγκοσμίως. Μεταξύ του 2014 και του 2018, η μέση ετήσια παραγωγή ανήλθε σε 167 εκατομμύρια εκατόλιτρα. Αντιπροσωπεύει το 45% των αμπελουργικών ζωνών του πλανήτη, το 65% της παραγωγής, το 60% της παγκόσμιας κατανάλωσης και το 70% των εξαγωγών.

Από την πρώτη κοινή οργάνωση των αγορών (ΚΟΑ) το 1962, η αγορά οίνου έχει αναπτυχθεί σημαντικά. Η προηγούμενη μεταρρύθμιση του αμπελοοινικού τομέα, η οποία θεσπίστηκε το 2008, αναθεωρήθηκε και συμπεριλήφθηκε στην ενιαία ΚΟΑ του 2013, προέβλεπε τους ακόλουθους τρεις στόχους:

- να ενισχυθεί ακόμη περισσότερο η ανταγωνιστικότητα των οινοπαραγωγών στην ΕΕ - να ενισχυθεί η φήμη των ευρωπαϊκών οίνων και να ανακτηθεί μερίδιο της αγοράς τόσο εντός όσο και εκτός ΕΕ·
- να γίνουν απλούστεροι, σαφέστεροι και πιο αποτελεσματικοί οι κανόνες διαχείρισης της αγοράς - να επιτευχθεί καλύτερη ισορροπία μεταξύ προσφοράς και ζήτησης·

¹⁹⁷ Άρθρα 29 και 43, Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012

¹⁹⁸ eAmbrosia – the EU geographical indications register (<https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>)

- να διατηρηθούν οι καλύτερες παραδόσεις της ευρωπαϊκής αμπελουργίας και να ενισχυθεί ο κοινωνικός και περιβαλλοντικός της ρόλος στις αγροτικές περιοχές.

Πέραν από τους γενικούς στόχους του κανονιστικού πλαισίου της ΕΕ για εναρμόνιση, εξορθολογισμό και απλούστευση της νομοθεσίας, το 2015 το καθεστώς δικαιωμάτων φύτευσης αντικαταστάθηκε από ένα καθεστώς αδειοδότησης αμπελοφυτεύσεων για την περίοδο από το 2016 έως το 2030, επιτρέποντας στους ανταγωνιστικούς παραγωγούς να αυξήσουν την παραγωγή τους εντός ορισμένων ορίων.¹⁹⁹

Ο Κανονισμός (ΕΕ) 1308/2013 αναθεώρησε τον Κανονισμό (ΕΚ) 479/2008 για την Κοινή Οργάνωση της αγοράς οίνου. Η παρούσα μελέτη θα ασχοληθεί μόνο με τις ρυθμίσεις για γεωγραφικές ενδείξεις. Η ονομασία προέλευσης ορίζεται ως:²⁰⁰ *ονομασία περιοχής, συγκεκριμένης τοποθεσίας, ή - σε εξαιρετικές και δεόντως αιτιολογημένες περιπτώσεις - χώρας, η οποία χρησιμοποιείται για να περιγράψει προϊόντα οίνου*²⁰¹ και τα οποία πληρούν τις ακόλουθες απαιτήσεις: η ποιότητα και τα χαρακτηριστικά του προϊόντος οφείλονται κυρίως ή αποκλειστικά στο ιδιαίτερο γεωγραφικό περιβάλλον με τους εγγενείς φυσικούς και ανθρώπινους παράγοντες του· τα σταφύλια από τα οποία παράγεται το προϊόν προέρχονται αποκλειστικά από τη συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή·²⁰² η παραγωγή πραγματοποιείται στη συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή· και το προϊόν προέρχεται αποκλειστικά από ποικιλίες αμπέλου που ανήκουν στο είδος *Vitis vinifera*.

Η γεωγραφική ένδειξη ορίζεται ως:²⁰³ *ένδειξη αναφερόμενη σε περιοχή, συγκεκριμένη τοποθεσία, ή - σε εξαιρετικές και δεόντως αιτιολογημένες - περιπτώσεις, χώρα, η οποία χρησιμοποιείται για να περιγράψει προϊόντα οίνου*²⁰⁴ και τα οποία πληρούν τις ακόλουθες απαιτήσεις: έχουν συγκεκριμένη ποιότητα, φήμη ή άλλα χαρακτηριστικά που οφείλονται στην εν λόγω γεωγραφική προέλευση τους· τουλάχιστον το 85% των σταφυλιών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή τους προέρχονται αποκλειστικά από τη γεωγραφική αυτή περιοχή· η παραγωγή πραγματοποιείται στη συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή· και προέρχονται από ποικιλίες αμπέλου που ανήκουν στο είδος *Vitis vinifera* ή από διασταύρωση μεταξύ του είδους *Vitis vinifera* και άλλων ειδών του γένους *Vitis*. Το 15% των σταφυλιών που μπορεί να μην προέρχεται από την οριοθετημένη περιοχή, προέρχεται από το κράτος όπου βρίσκεται η περιοχή αυτή.

Αίτηση προστασίας ονομασίας προέλευσης ή γεωγραφικής ένδειξης μπορεί να υποβάλλει οποιαδήποτε ενδιαφερόμενη ομάδα παραγωγών, ή - σε εξαιρετικές και δεόντως αιτιολογημένες περιπτώσεις - μεμονωμένος παραγωγός.²⁰⁵ Στην αίτηση μπορούν να συμμετέχουν άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Οι

199 Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Επισκόπηση της ευρωπαϊκής πολιτικής οίνου* (https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/plants-and-plant-products/plant-products/wine_el#overview)

200 Άρθρο 93 παρ. 1 εδ. α', Κανονισμός (ΕΕ) 1308/2013

201 Οίνος, οίνος λικέρ, αφρώδης οίνος, αφρώδης οίνος ποιότητας, αφρώδης οίνος ποιότητας αρωματικού τύπου, ημιαφρώδης οίνος, αεριούχος ημιαφρώδης οίνος, γλεύκος σταφυλιών που έχει υποστεί μερική ζύμωση, οίνος από λιαστά σταφύλια και οίνος από υπερώριμα σταφύλια

202 Η παραγωγή καλύπτει όλες τις σχετικές εργασίες, από τον τρύγο έως την ολοκλήρωση της οινοποίησης, πλην των διεργασιών που εκτελούνται μετά την παραγωγή

203 Άρθρο 93 παρ. 1 εδ. β', Κανονισμός (ΕΕ) 1308/2013

204 Βλέπε ω.α. υποσημ. 172

205 Άρθρο 95, Κανονισμός (ΕΕ) 1308/2013

παραγωγοί μπορούν να υποβάλλουν αίτηση παροχής προστασίας μόνο για οίνους τους οποίους παράγουν και στο κράτος από την επικράτεια του οποίου προέρχεται η ονομασία προέλευσης ή η γεωγραφική ένδειξη.²⁰⁶

Οι προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης και οι προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις, μπορούν να χρησιμοποιούνται από οποιαδήποτε επιχείρηση διαθέτει στην αγορά οίνο που παράγεται σύμφωνα με την αντίστοιχη προδιαγραφή προϊόντος. Παρέχουν προστασία από: κάθε άμεση ή έμμεση εμπορική χρήση της εν λόγω προστατευόμενης ονομασίας (από παρόμοια προϊόντα που δεν πληρούν την προδιαγραφή προϊόντος, ή στο βαθμό που η χρήση εκμεταλλεύεται τη φήμη της ονομασίας προέλευσης ή της γεωγραφικής ένδειξης)· κάθε κατάχρηση, απομίμηση ή επίκληση (έστω και αν αναφέρεται η πραγματική προέλευση του προϊόντος ή της υπηρεσίας ή εάν η προστατευόμενη ονομασία χρησιμοποιείται σε μετάφραση, μεταγραφή ή συνοδεύεται από εκφράσεις όπως “τρόπος”, “τύπος”, “μέθοδος”, “όπως παράγεται στ...”, “απομίμηση”, “γεύση”, “είδος” ή άλλες ανάλογες)· κάθε άλλη ψευδή ή παραπλανητική ένδειξη σχετική με την προέλευση, την καταγωγή, τον χαρακτήρα ή τις βασικές ιδιότητες του προϊόντος στην εξωτερική ή εσωτερική συσκευασία, το διαφημιστικό υλικό ή τα έγγραφα που αφορούν στον σχετικό οίνο, καθώς και στη συσκευασία του προϊόντος σε δοχείο που μπορεί να δημιουργήσει εσφαλμένες εντυπώσεις όσον αφορά στην προέλευση του· κάθε άλλη πρακτική ικανή να παραπλανήσει τον καταναλωτή όσον αφορά στην πραγματική προέλευση του προϊόντος.²⁰⁷

2.4.5. Κανονισμός (ΕΕ) 2019/787 για τον ορισμό, την περιγραφή, την παρουσίαση και την επισήμανση των αλκοολούχων ποτών, τη χρήση των ονομασιών των αλκοολούχων ποτών στην παρουσίαση και επισήμανση άλλων τροφίμων, την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων για τα αλκοολούχα ποτά, τη χρήση της αιθυλικής αλκοόλης και των προϊόντων απόσταξης γεωργικής προέλευσης σε ποτά με αλκοόλη, και για την κατάργηση του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 110/2008

Ο προηγούμενος Κανονισμός 110/2008 υπήρξε μια επιτυχής νομοθετική ρύθμιση στο αυτό αντικείμενο με τον υπό εξέταση Κανονισμό. Ωστόσο, οι τεχνολογικές καινοτομίες, οι εξελίξεις στην αγορά και οι εξελισσόμενες προσδοκίες των καταναλωτών, κατέστησαν αναγκαία την επικαιροποίηση του,²⁰⁸ ώστε τα αλκοολούχα ποτά της Ε.Ε. να διατηρήσουν του φήμη που έχουν αποκτήσει στην ενωσιακή και τη διεθνή αγορά, λαμβάνοντας υπόψη τις παραδοσιακές πρακτικές παραγωγής και τις αυξημένες απαιτήσεις για προστασία και ενημέρωση των καταναλωτών.²⁰⁹

Όταν αναφέρεται στην περιγραφή, παρουσίαση ή επισήμανση ενός αλκοολούχου ποτού ο τόπος προέλευσης του, εκτός από γεωγραφική ένδειξη ή εμπορικό σήμα, αυτός αντιστοιχεί στον τόπο ή την περιοχή όπου έλαβε χώρα το στάδιο της διαδικασίας παραγωγής που προσέδωσε στο τελικό αλκοολούχο

²⁰⁶ Άρθρο 96, Κανονισμός (ΕΕ) 1308/2013

²⁰⁷ Άρθρο 103, Κανονισμός (ΕΕ) 1308/2013

²⁰⁸ Αιτιολογική Σκέψη 1, Κανονισμός (ΕΕ) 2019/787

²⁰⁹ Αιτιολογική Σκέψη 2, Κανονισμός (ΕΕ) 2019/787

ποτό τον χαρακτήρα του και τις ουσιαστικές ιδιότητες που το προσδιορίζουν. Η ένδειξη της χώρας καταγωγής ή του τόπου προέλευσης του πρωτεύοντος συστατικού δεν είναι υποχρεωτική για τα αλκοολούχα ποτά.²¹⁰

Το σύμβολο της Ε.Ε. για προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις, μπορεί να χρησιμοποιείται για την περιγραφή, την παρουσίαση και την επισήμανση αλκοολούχων ποτών, οι ονομασίες των οποίων είναι γεωγραφικές ενδείξεις.²¹¹ Οι γεωγραφικές ενδείξεις του εξεταζόμενου Κανονισμού, μπορούν να χρησιμοποιούνται από όλες τις επιχειρήσεις εμπορίας αλκοολούχων ποτών που παράγονται σύμφωνα με τις αντίστοιχες προδιαγραφές προϊόντος,²¹² και προστατεύονται από: κάθε άμεση ή έμμεση εμπορική χρήση καταχωρισμένης ονομασίας για προϊόντα που δεν καλύπτονται από την καταχώριση, εφόσον είναι συγκρίσιμα με τα καταχωρισμένα, ή εκμεταλλεύονται τη φήμη της προστατευόμενης ονομασίας· κάθε κατάχρηση, απομίμηση ή επίκληση, έστω και αν αναφέρεται η πραγματική καταγωγή των προϊόντων ή των τύπων υπηρεσιών, ή εάν η προστατευόμενη ονομασία μεταφράζεται ή συνοδεύεται από εκφράσεις όπως “χαρακτήρας”, “τύπος”, “μέθοδος”, “παραγωγή”, “απομίμηση”, “άρωμα/γεύση”, είδος” ή άλλες ανάλογες, ακόμη και αν τα προϊόντα χρησιμοποιούνται ως συστατικά· κάθε άλλη ψευδή ή παραπλανητική ένδειξη σε σχέση με την προέλευση, την καταγωγή, το χαρακτήρα ή τις ουσιαστικές ιδιότητες του προϊόντος στην περιγραφή, παρουσίαση ή επισήμανση του, που μπορεί να οδηγήσει σε εσφαλμένη εντύπωση ως προς την καταγωγή του προϊόντος· κάθε άλλη πρακτική που μπορεί να παραπλανήσει τον καταναλωτή όσον αφορά στην πραγματική καταγωγή του προϊόντος.²¹³

Οι αιτήσεις καταχώρισης γεωγραφικής ένδειξης υποβάλλονται μόνον από ομάδες οι οποίες εργάζονται με το αλκοολούχο ποτό, η ονομασία του οποίου προτείνεται προς καταχώριση.²¹⁴ Ένα μεμονωμένο φυσικό ή νομικό πρόσωπο μπορεί να θεωρηθεί ως ομάδα, εάν είναι ο μοναδικός παραγωγός ο οποίος επιθυμεί να υποβάλει αίτηση, και η συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή διαθέτει αισθητά διαφορετικά χαρακτηριστικά από άλλες γειτονικές, ή τα χαρακτηριστικά του αλκοολούχου ποτού διαφέρουν από τα παραγόμενα σε γειτονικές περιοχές, ή η ιδιαίτερη ποιότητα, φήμη ή άλλο χαρακτηριστικό του μπορεί να αποδοθεί σαφώς στη γεωγραφική του καταγωγή.

210 Άρθρο 14, Κανονισμός (ΕΕ) 2019/787

211 Άρθρο 16, Κανονισμός (ΕΕ) 2019/787

212 Οι προδιαγραφές προϊόντος περιλαμβάνουν τουλάχιστον: την ονομασία που προστατεύεται με γεωγραφική ένδειξη· την κατηγορία του αλκοολούχου ποτού ή τον όρο “αλκοολούχο ποτό”· περιγραφή των χαρακτηριστικών· τον καθορισμό της γεωγραφικής περιοχής· περιγραφή της μεθόδου παραγωγής· λεπτομέρειες που αποδεικνύουν το δεσμό της ποιότητας, της φήμης ή άλλου χαρακτηριστικού και της γεωγραφικής καταγωγής· τα ονόματα και τις διευθύνσεις των αρμόδιων και αρχών και οργανισμών που ελέγχουν την τήρηση των προδιαγραφών· τυχόν ειδικούς κανόνες επισήμανσης (άρθρο 22).

213 Άρθρο 21, Κανονισμός (ΕΕ) 2019/787

214 Άρθρο 24, Κανονισμός (ΕΕ) 2019/787

2.4.6. Κανονισμός (ΕΕ) 251/2014 για τον ορισμό, την περιγραφή, την παρουσίαση, την επισήμανση και την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων των αρωματισμένων αμπελοοινικών προϊόντων και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 1601/91 του Συμβουλίου

Οι προηγούμενοι σχετικοί Κανονισμοί (ΕΟΚ) 1601/91 και (ΕΚ) 122/94 ρύθμισαν επιτυχώς τον τομέα των αρωματισμένων οίνων, των αρωματισμένων ποτών με βάση των οίνο και των αρωματισμένων κοκτέιλ αμπελοοινικών προϊόντων. Ωστόσο, ενόψει της τεχνολογικής καινοτομίας, των εξελίξεων της αγοράς και των εξελισσόμενων προσδοκιών των καταναλωτών, ήταν αναγκαία η επικαιροποίηση τους.²¹⁵ Η παραγωγή αρωματισμένων αμπελοοινικών προϊόντων συνιστά σημαντική διέξοδο για το γεωργικό τομέα της Ε.Ε.²¹⁶

Τα αρωματισμένα αμπελοοινικά προϊόντα είναι προϊόντα που λαμβάνονται από προϊόντα του αμπελοοινικού τομέα, τα οποία έχουν υποστεί αρωματισμό και ταξινομούνται στις εξής κατηγορίες: αρωματισμένοι οίνοι· αρωματισμένα ποτά με βάση τον οίνο· αρωματισμένα κοκτέιλ αμπελοοινικών προϊόντων.²¹⁷

Η γεωγραφική ένδειξη ορίζεται ως: ένδειξη που προσδιορίζει ένα αρωματισμένο αμπελοοινικό προϊόν ως προερχόμενο από μια περιοχή, συγκεκριμένη τοποθεσία ή χώρα, στις περιπτώσεις στις οποίες μια δεδομένη ποιότητα, φήμη ή άλλο χαρακτηριστικό του εν λόγω προϊόντος μπορεί να αποδοθεί κατά κύριο λόγο στη γεωγραφική καταγωγή του.²¹⁸ Η προέλευση του προϊόντος αναγράφεται με την ένδειξη “παράγεται στ... [...]” ή εκφράζεται με αντίστοιχους όρους και συμπληρώνεται από το όνομα του αντίστοιχου κράτους.²¹⁹ Η γεωγραφική ένδειξη πρέπει να αναγράφεται στην ετικέτα στη γλώσσα ή στις γλώσσες στις οποίες έχει καταχωριστεί.²²⁰

Για να δικαιούται προστασία με γεωγραφική ένδειξη, το προϊόν πρέπει να συμμορφώνεται με προδιαγραφές, οι οποίες περιλαμβάνουν: την ονομασία που πρέπει να προστατευτεί· περιγραφή του προϊόντος (τουλάχιστον τα βασικά αναλυτικά και οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του)· τις ειδικές διεργασίες παραγωγής και προδιαγραφές· οριοθέτηση της σχετικής γεωγραφικής περιοχής· λεπτομερή στοιχεία από τα οποία συνάγεται ο δεσμός μεταξύ της ποιότητας, φήμης ή άλλου χαρακτηριστικού και της γεωγραφικής καταγωγής· τις εφαρμοστέες απαιτήσεις που προβλέπονται από το ενωσιακό ή εθνικό δίκαιο· ένδειξη των βασικών πρώτων υλών από τις οποίες παρασκευάζεται· το όνομα και τη διεύθυνση των αρχών ή των οργανισμών που ελέγχουν την τήρηση των διατάξεων των προδιαγραφών του προϊόντος.²²¹

Οι γεωγραφικές ενδείξεις μπορούν να χρησιμοποιούνται από οποιαδήποτε επιχείρηση διαθέτει στην αγορά αρωματισμένα αμπελοοινικά προϊόντα που παράγονται σύμφωνα με τις αντίστοιχες προδιαγραφές προϊόντος.²²² Τα προϊόντα που φέρουν τις ενδείξεις προστατεύονται από: κάθε άμεση ή έμμεση εμπορική

215 Αιτιολογική σκέψη 1, Κανονισμός (ΕΕ) 251/2014

216 Αιτιολογική σκέψη 5, Κανονισμός (ΕΕ) 251/2014

217 Άρθρο 3, Κανονισμός (ΕΕ) 251/2014

218 Άρθρο 2, Κανονισμός (ΕΕ) 251/2014

219 Άρθρο 7, Κανονισμός (ΕΕ) 251/2014

220 Άρθρο 8, Κανονισμός (ΕΕ) 251/2014

221 Άρθρο 10, Κανονισμός (ΕΕ) 251/2014

222 Άρθρο 20, Κανονισμός (ΕΕ) 251/2014

χρήση προστατευόμενης ονομασίας από συγκρίσιμα προϊόντα που δεν πληρούν τις προδιαγραφές, ή με τη χρήση εκμεταλλεύονται τη φήμη της γεωγραφικής ένδειξης· κάθε κατάχρηση, απομίμηση ή επίκληση, ακόμη και αν αναφέρεται η πραγματική καταγωγή του προϊόντος, ή εάν η προστατευόμενη ονομασία χρησιμοποιείται σε μετάφραση, μεταγραφή ή συνοδεύεται από εκφράσεις όπως “στυλ”, “τύπος”, “μέθοδος”, “όπως παράγεται στ...”, “απομίμηση”, “άρωμα”, “είδος” ή άλλες ανάλογες· κάθε άλλη ψευδή ή παραπλανητική ένδειξη σχετικά με την προέλευση, την καταγωγή, τη φύση ή τις ουσιαστικές ιδιότητες του προϊόντος, αναγραφόμενη στη συσκευασία ή στο περιτύλιγμα, στο διαφημιστικό υλικό ή σε έγγραφα που αφορούν στο συγκεκριμένο προϊόν, καθώς και στη συσκευασία του προϊόντος εντός δοχείου που μπορεί να παραπλανήσει ως προς την καταγωγή του· κάθε άλλη πρακτική ικανή να παραπλανήσει τον καταναλωτή όσον αφορά στην πραγματική καταγωγή του προϊόντος.

Αποτελέσματα

Σύμφωνα με έρευνα της Επιτροπής που δημοσιεύτηκε τον Απρίλιο 2020,²²³ τα αγροτικά προϊόντα και τα ποτά που πιστοποιούνται με γεωγραφικές ενδείξεις από την Ευρωπαϊκή Ένωση αντιπροσωπεύουν πωλήσεις αξίας 74,76 δις ευρώ. Πάνω από ένα πέμπτο αυτού του ποσού προέρχεται από εξαγωγές σε χώρες εκτός της Ε.Ε. Η μέση τιμή πώλησης ενός προϊόντος προστατευόμενου με γεωγραφική ένδειξη ή ονομασία προέλευσης είναι διπλάσια από την αντίστοιχη παρεμφερών προϊόντων δίχως τέτοια πιστοποίηση.

Ο Επίτροπος για τη Γεωργία, Janusz Wojciechowski, είπε: “οι ευρωπαϊκές γεωγραφικές ενδείξεις αντιπροσωπεύουν τον πλούτο και την ποικιλία των προϊόντων του γεωργικού μας τομέα. Τα προνόμια των παραγωγών είναι προφανή. Πωλούν τα προϊόντα τους σε μεγαλύτερη τιμή, σε καταναλωτές που αναζητούν αυθεντικά τοπικά προϊόντα. Οι ΠΟΠ και οι ΠΓΕ είναι βασικό κομμάτι των εμπορικών συμφωνιών μας. Προστατεύοντας τα προϊόντα μας σε όλον τον πλανήτη, αποτρέπουμε την απατηλή χρήση ονομασιών και διατηρούμε την καλή φήμη των ευρωπαϊκών τροφίμων και ποτών. Οι γεωγραφικές ενδείξεις προστατεύουν την τοπική αξία σε όλον τον κόσμο”.

Τα ευρωπαϊκά τρόφιμα έχουν αποκτήσει φήμη για την ασφάλεια, τη θρεπτική αξία και την υψηλή ποιότητά τους. Οι παραδοσιακές μέθοδοι παραγωγής, επίσης συνεισφέρουν στο στόχο της Ε.Ε. να γίνει το παγκόσμιο πρότυπο βιωσιμότητας στην παραγωγή τροφής.

Τα ευρωπαϊκά συστήματα ελέγχου ποιότητας αποσκοπούν στην προστασία της ονομασίας συγκεκριμένων προϊόντων, ώστε να προάγουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, που συνδέονται με την γεωγραφική τους

²²³ Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Geographical Indications – a European treasure worth €75 billion*, 20.04.2020 (https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_683)

προέλευση. Αυτές οι ονομασίες είναι μέρος του συστήματος διανοητικής ιδιοκτησίας της Ε.Ε., το οποίο τους παρέχει έννομη προστασία ενάντια σε κατάχρηση και απομιμήσεις. Επιπλέον, τα εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα (ΕΠΙΠ), αναδεικνύουν τα παραδοσιακά στοιχεία ενός προϊόντος, δίχως να δημιουργούν δεσμό του με μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Οι συνολικές πωλήσεις τροφίμων και αγροτικών προϊόντων σεσημασμένων ως ΕΠΙΠ είναι 2,3 δις ευρώ.

Μέχρι και τον Μάρτιο 2020, ο συνολικός αριθμός προστατευόμενων ονομασιών σε ευρωπαϊκό επίπεδο ήταν 3.322. Σύμφωνα με την έρευνα, υπάρχουν σαφή οικονομικά οφέλη για τους παραγωγούς από άποψη προώθησης των προϊόντων και αύξησης των πωλήσεων, χάρη στην καλή ποιότητα και φήμη αυτών των προϊόντων, και στην προθυμία των καταναλωτών να πληρώσουν περισσότερο για να πάρουν το αυθεντικό προϊόν.

Τα κύρια συμπεράσματα είναι τα εξής:

- Οι ονομασίες και τα εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα από κοινού, απέδωσαν πωλήσεις ύψους 77,15 δις ευρώ το 2017, 7% της συνολικής αγοράς τροφίμων και ποτών στην Ευρώπη, με αξία 1,101 δις ευρώ το 2017. Οι οίνοι αντιπροσωπεύουν πάνω από το μισό αυτής της αξίας (39,4 δις ευρώ), τα γεωργικά προϊόντα και τρόφιμα 35% (27,34 δις ευρώ), τα αλκοολούχα ποτά 13% (10,35 δις ευρώ). Από τις 3.207 καταχωρισμένες ονομασίες το 2017 (συμπεριλαμβανομένων των ΕΠΙΠ), 49% ήταν οίνοι, 43% γεωργικά προϊόντα και τρόφιμα και 8% αλκοολούχα ποτά.
- *Μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία από τις πωλήσεις προστατευόμενων προϊόντων:* η τιμή πώλησης των προϊόντων της έρευνας ήταν κατ' αρχήν διπλάσια της τιμής για όμοια προϊόντα δίχως πιστοποίηση. Η πρόσθετη αξία ανά μονάδα προϊόντος ήταν 2,85€ για τους οίνους, 2,52€ για τα αλκοολούχα ποτά και 1,5€ για τα γεωργικά προϊόντα και τρόφιμα.
- *Πολιτική με πραγματική ευρωπαϊκή διάσταση:* κάθε κράτος-μέλος παράγει προϊόντα, των οποίων η ονομασία προστατεύεται σε ευρωπαϊκό επίπεδο και αποτελούν τις ναυαρχίδες της παραδοσιακής γαστρονομικής κληρονομιάς των διάφορων περιοχών, και οικονομικά κίνητρα για τους εθνικούς κλάδους γεωργίας και τροφίμων.
- *Το εξαγώγιμο των προστατευόμενων προϊόντων:* οι προστατευόμενες ονομασίες αντιπροσωπεύουν το 15,5% των συνολικών εξαγωγών γεωργικών προϊόντων και τροφίμων. Οι οίνοι παραμένουν το πιο επιτυχημένο προϊόν, τόσο από πλευράς συνολικών πωλήσεων (51%), όσο και εξωκοινοτικού εμπορίου (50%). Οι ΗΠΑ, η Κίνα και η Σιγκαπούρη είναι οι πρώτοι προορισμοί για τα ευρωπαϊκά προστατευόμενα προϊόντα, και αντιστοιχούν στο 50% της αξίας εξαγωγών προστατευόμενων προϊόντων.

2.5. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΑΠΟΡΡΗΤΑ

2.5.1. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στον τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

Σύμφωνα με το άρθρο 39, προστατεύονται οι πληροφορίες που είναι απόρρητες, έχουν εμπορική αξία λόγω του ότι είναι απόρρητες και στις οποίες έχει καταβληθεί εύλογη προσπάθεια ώστε να διατηρηθούν απόρρητες. Η τεχνογνωσία αυτή δεν αντιμετωπίζεται ως ιδιοκτησία, αλλά στον δικαιούχο τέτοιας απόρρητης πληροφορίας παρέχεται η δυνατότητα να αποτρέπει την αποκάλυψη της σε τρίτους, καθώς και την απόκτηση ή χρήση της από αυτούς, δίχως την συναίνεσή του και με τρόπο που αντίκειται στις θεμιτές εμπορικές πρακτικές (π.χ. παράβαση συμβατικής υποχρέωσης, παραβίαση εμπιστοσύνης, παρακίνηση σε τέτοια παραβίαση, απόκτηση της πληροφορίας από τρίτο εν γνώσει ότι αυτή αποκτήθηκε κατά τους προαναφερθέντες τρόπους).

Παρέχεται επίσης προστασία σε μη αποκαλυφθέντα εταιρικά δεδομένα δοκιμών και άλλα δεδομένα, των οποίων η κατάθεση απαιτείται από κυβερνήσεις για να εγκριθεί η εμπορία φαρμακευτικών ή γεωργικών χημικών προϊόντων, που χρησιμοποιούν νέες χημικές ουσίες. Τα κράτη μέλη πρέπει να προστατεύουν τα δεδομένα αυτά από αθέμιτη εμπορική χρήση.

2.5.2. Οδηγία (ΕΕ) 2016/943 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου περί προστασίας της τεχνογνωσίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν έχουν αποκαλυφθεί (εμπορικό απόρρητο) από την παράνομη απόκτηση, χρήση και αποκάλυψή τους

Θεσπίστηκε κατόπιν πρότασης Οδηγίας της Επιτροπής, για την προστασία της τεχνογνωσίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν αποκαλύπτονται (εμπορικών απορρήτων), κατά της παράνομης απόκτησης, χρήσης και αποκάλυψής τους.²²⁴ Από την εκτίμηση επιπτώσεων που συνόδεψε την πρόταση της Επιτροπής, παρατηρήθηκαν αποκλίσεις μεταξύ των εθνικών νομοθεσιών των κρατών-μελών όσον αφορά στην προστασία των εμπορικών απορρήτων.²²⁵ Η Ευρώπη διαθέτει ισχυρά πλεονεκτήματα στην

²²⁴ Πρόταση Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία της τεχνογνωσίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν αποκαλύπτονται (εμπορικών απορρήτων) κατά της παράνομης απόκτησης, χρήσης και αποκάλυψής τους (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013PC0813&from=EN>)

²²⁵ Έγγραφο Εργασίας της Επιτροπής που συνοδεύει την Πρόταση Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία της τεχνογνωσίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν αποκαλύπτονται (εμπορικών απορρήτων) κατά της παράνομης απόκτησης, χρήσης και αποκάλυψής τους (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013SC0471&from=EN>)

επιστήμη και στην καινοτομία, και έχει τη δυνατότητα να καταστεί παγκόσμιος ηγέτης. Η επιδίωξη ποιότητας στην επιστήμη δεν είναι μόνον στόχος των ερευνητών, αλλά και πηγή σημαντικών ωφελειών για το δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα. Ωστόσο, την κατεύθυνση στην έρευνα και ανάπτυξη (“E&A”) εντός της E.E. δεν την δίνουν τόσο οι επιχειρήσεις, σε σύγκριση με τις Η.Π.Α και την Ιαπωνία. Το μη ικανοποιητικό επίπεδο επιχειρηματικών επενδύσεων σε E&A έχει αρνητικές συνέπειες στην εμφάνιση νέων προϊόντων, διεργασιών, υπηρεσιών και τεχνογνωσίας.

Κατά τη διάρκεια της διαδικασίας έρευνας και δημιουργίας, συλλέγονται και αναπτύσσονται σημαντικά πληροφοριακά στοιχεία, που σταδιακά δημιουργούν γνώσεις ουσιαστικής οικονομικής αξίας, οι οποίες συχνά δεν πληρούν τις προϋποθέσεις για προστασία με δικαίωμα διανοητικής ιδιοκτησίας, αλλά είναι εξίσου σημαντικές για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία των επιχειρήσεων εν γένει.²²⁶ Για την διασφάλιση τέτοιων περιουσιακών στοιχείων και την προσέλευση χρηματοδότησης και επενδύσεων, απαιτείται να διατηρηθεί το απόρρητο της διανοητικής ιδιοκτησίας με την πιο αξιόπιστη και μακροχρόνια μορφή οικειοποίησης πολύτιμων πληροφοριών: τον εμπιστευτικό χαρακτήρα. Κάθε δικαίωμα διανοητικής ιδιοκτησίας αρχίζει με ένα απόρρητο. Οι συγγραφείς δεν αποκαλύπτουν την πλοκή πάνω στην οποία εργάζονται (μελλοντικό δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας). Οι κατασκευαστές αυτοκινήτων δεν κυκλοφορούν τα πρώτα σκίτσα ενός νέου μοντέλου (μελλοντικό βιομηχανικό σχέδιο). Οι εταιρείες δεν αποκαλύπτουν τα προκαταρκτικά αποτελέσματα των τεχνολογικών τους πειραμάτων (μελλοντικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας), και διακρατούν τις πληροφορίες που αφορούν στην κυκλοφορία ενός νέου προϊόντος (μελλοντικό εμπορικό σήμα) κτλ.

Οι επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως μεγέθους, αποδίδουν την ίδια αξία στα εμπορικά απόρρητα όσο και στα διπλώματα ευρεσιτεχνίας και στις άλλες μορφές διανοητικής ιδιοκτησίας.²²⁷ Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ειδικότερα, βασίζονται περισσότερο στα εμπορικά απόρρητα. Η εμπιστευτικότητα καλύπτει ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών, που εκτείνεται πέραν των τεχνολογικών γνώσεων σε εμπορικά δεδομένα, όπως πληροφορίες σχετικά με τους πελάτες και τους προμηθευτές, τα επιχειρηματικά σχέδια και την έρευνα και τις στρατηγικές της αγοράς.

Η ανοικτή καινοτομία, που είναι προϊόν συνεργατικής έρευνας μεταξύ διαφορετικών φορέων για την κοινή δημιουργία γνώσης, στηρίζει την δημιουργία νέων γνώσεων και την εμφάνιση νέων και καινοτόμων επιχειρηματικών μοντέλων. Η κυκλοφορία της γνώσης και των πληροφοριών διασφαλίζει την κατάλληλη δυναμική και ίσες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις, ιδίως τις μικρομεσαίες. Τα εμπορικά απόρρητα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην προστασία της ανταλλαγής γνώσεων μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων, όντας εκ των πλέον χρησιμοποιούμενων μορφών προστασίας της πνευματικής

²²⁶ Έγγραφο Εργασίας της Επιτροπής που συνοδεύει την Πρόταση Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία της τεχνογνωσίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν αποκαλύπτονται (εμπορικών απορρήτων) κατά της παράνομης απόκτησης, χρήσης και αποκάλυψης τους (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013SC0471&from=EN>)

²²⁷ Αιτιολογική Σκέψη 2, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

δημιουργίας και της καινοτόμου τεχνογνωσίας από τις επιχειρήσεις. Όμως, προ της Οδηγίας, προστατεύονταν λιγότερο από το νομικό πλαίσιο της Ε.Ε. έναντι της παράνομης απόκτησης, χρήσης ή αποκάλυψης τους από τρίτους.²²⁸

Η παράνομη απόκτηση, χρήση ή αποκάλυψη εμπορικού απορρήτου θέτει σε κίνδυνο την ικανότητα του νόμιμου κατόχου να αποκομίσει τα οφέλη του πρωτοπόρου, αξιοποιώντας τις καινοτόμες προσπάθειες του.²²⁹ Η Συμφωνία TRIPS περιέχει διατάξεις για την προστασία των εμπορικών απορρήτων, οι οποίες δημιούργησαν κοινά διεθνή πρότυπα.²³⁰ Εντούτοις, παρατηρήθηκαν σημαντικές διαφορές στις νομοθεσίες των κρατών-μελών, σχετικά με την προστασία των εμπορικών απορρήτων κατά της παράνομης απόκτησης, χρήσης και αποκάλυψης από τρίτους.²³¹ Διαφορές σε σχέση με τον ορισμό του εμπορικού απορρήτου, των ένδικων μέσων προστασίας κατά της παραβίασης τους, των υπολογισμών των αποζημιώσεων του νόμιμου κατόχου κτλ. Η μη ισοδύναμη προστασία σε επίπεδο Ένωσης, αποθάρρυνε τις επιχειρήσεις να αναλάβουν καινοτόμο διασυνοριακή οικονομική δραστηριότητα, όπως συνεργασία σε Ε&Α, παραγωγή με άλλους εταίρους, εξωτερική ανάθεση ή επενδύσεις σε άλλα κράτη-μέλη.²³²

Τα κράτη-μέλη με χαμηλότερα επίπεδα προστασίας παρουσίαζαν ενισχυμένο επιχειρηματικό κίνδυνο, με αποτέλεσμα την αναποτελεσματική κατανομή των κεφαλαίων σε καινοτομίες, λόγω των υψηλότερων δαπανών σε μέτρα προστασίας. Αυτό διευκόλυνε την δραστηριότητα αθέμιτων ανταγωνιστών, και την εισαγωγή παράνομων εμπορευμάτων στην Ε.Ε. από τρίτες χώρες, μέσω των σημείων εισόδου με ασθενέστερη προστασία.²³³

Δεν απονέμεται κανένα αποκλειστικό δικαίωμα στην τεχνογνωσία ή στις πληροφορίες που προστατεύονται ως εμπορικά απόρρητα, μέσω της Οδηγίας. Συνεπώς, η ανεξάρτητη ανακάλυψη της ίδιας τεχνογνωσίας ή των ίδιων πληροφοριών, παραμένει δυνατή (π.χ. αντίστροφη μηχανική προϊόντος που αποκτήθηκε νόμιμα συνιστά θεμιτό τρόπο κτήσης πληροφοριών, εκτός αντίθετης συμφωνίας).²³⁴ Επίσης, δεν θίγει: την άσκηση του δικαιώματος στην ελευθερία της έκφρασης και της πληροφόρησης· την εφαρμογή κανόνων – ενωσιακών ή εθνικών – που επιβάλλουν στους κατόχους εμπορικού απορρήτου να αποκαλύπτουν πληροφορίες για λόγους δημοσίου συμφέροντος στο κοινό ή σε διοικητικές ή δικαστικές αρχές· τους κανόνες που επιτρέπουν σε εθνικές ή ενωσιακές αρχές να αποκαλύπτουν τις πληροφορίες που υποβάλλονται από επιχειρήσεις· την αυτονομία και το δικαίωμα των κοινωνικών εταίρων να συνάπτουν συλλογικές συμβάσεις· την κινητικότητα των εργαζομένων, σχετικά με τη χρήση μη απόρρητων πληροφοριών, τη χρήση της εμπειρίας και των δεξιοτήτων που απέκτησαν νομότυπα από τη συνήθη εργασία τους, και την επιβολή πρόσθετων περιορισμών που δεν προβλέπονται.²³⁵

228 Αιτιολογική Σκέψη 3, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

229 Αιτιολογική Σκέψη 4, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

230 Αιτιολογική Σκέψη 5, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

231 Αιτιολογική Σκέψη 6, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

232 Αιτιολογική Σκέψη 8, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

233 Αιτιολογική Σκέψη 9, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

234 Αιτιολογική Σκέψη 16, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

235 Άρθρο 1 παρ. 2, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

Ως εμπορικό απόρρητο, ορίζονται οι πληροφορίες οι οποίες: είναι απόρρητες, δηλαδή είτε ως σύνολο είτε από την άποψη του ακριβούς περιεχομένου και της διάταξης των συνιστωσών τους, δεν είναι ευρέως γνωστές, ούτε άμεσα προσβάσιμες σε πρόσωπα ανήκοντα στους κύκλους που συνήθως ασχολούνται με τέτοιου είδους πληροφορίες· έχουν εμπορική αξία, λόγω του απόρρητου χαρακτήρα τους· η προστασία του απόρρητου χαρακτήρα τους έχει επιτευχθεί λόγω καταβολής εύλογης προσπάθειας, λαμβανομένων υπόψη των συνθηκών.²³⁶ Ο κάτοχος του εμπορικού απορρήτου είναι το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που ελέγχει νόμιμα ένα εμπορικό απόρρητο. Ο παραβάτης είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που παράνομα απέκτησε, χρησιμοποίησε ή αποκάλυψε ένα εμπορικό απόρρητο. Τα παράνομα εμπορεύματα είναι τα εμπορεύματα των οποίων οποιοδήποτε χαρακτηριστικό, αποκτά σημαντικό πλεονέκτημα από την παράνομη απόκτηση, χρήση, ή αποκάλυψη εμπορικών απορρήτων.

Η απόκτηση του εμπορικού απορρήτου είναι παράνομη όταν διενεργείται χωρίς τη συγκατάθεση του κατόχου: με μη επιτρεπόμενη πρόσβαση, ιδιοποίηση, ή αντιγραφή εγγράφων, αντικειμένων, υλικών, ουσιών ή ηλεκτρονικών αρχείων, που νόμιμα βρίσκονται υπό τον έλεγχο του κατόχου του απορρήτου, και περιέχουν εμπορικό απόρρητο, ή από αυτά μπορεί να εξαχθεί το εμπορικό απόρρητο· ή με οποιαδήποτε συμπεριφορά, η οποία υπό τις περιστάσεις θεωρείται αντικείμενη στα χρηστά συναλλακτικά ήθη.²³⁷

Η χρήση ή αποκάλυψη του εμπορικού απορρήτου είναι παράνομη, όταν πραγματοποιείται χωρίς τη συγκατάθεση του κατόχου, από πρόσωπο το οποίο αποδεδειγμένα: έχει αποκτήσει παράνομα το εμπορικό απόρρητο· έχει παραβιάσει συμφωνία εμπιστευτικότητας ή άλλη υποχρέωση μη αποκάλυψης του απορρήτου· έχει παραβιάσει συμβατική ή άλλη υποχρέωση να περιορίζει τη χρήση του απορρήτου.²³⁸

Η απόκτηση, η χρήση, ή η αποκάλυψη του εμπορικού απορρήτου είναι παράνομη, όταν το πρόσωπο - κατά τη στιγμή της απόκτησης, χρήσης, ή αποκάλυψης – γνώριζε, ή όφειλε υπό τις περιστάσεις να γνωρίζει, ότι το απόρρητο αποκτήθηκε άμεσα ή έμμεσα από άλλο πρόσωπο, το οποίο χρησιμοποιούσε ή αποκάλυπτε παράνομα το εμπορικό απόρρητο.²³⁹

Επίσης, η παραγωγή, προσφορά, ή διάθεση στην αγορά παράνομων εμπορευμάτων, ή η εισαγωγή, εξαγωγή ή αποθήκευση παράνομων εμπορευμάτων για τους σκοπούς αυτούς, θεωρείται παράνομη χρήση εμπορικού απορρήτου, όταν το πρόσωπο που ασκεί αυτές τις δραστηριότητες γνώριζε ή όφειλε να γνωρίζει ότι το εμπορικό απόρρητο χρησιμοποιήθηκε παράνομα.²⁴⁰

Εξαιρέσεις στο δικαίωμα του κατόχου εμπορικού απορρήτου προβλέπονται, και δεν είναι δυνατή η αναζήτηση ένδικης προστασίας, σε περίπτωση που η θεωρούμενη απόκτηση, χρήση ή αποκάλυψη πραγματοποιήθηκε:²⁴¹ για την άσκηση δικαιώματος στην ελευθερία της έκφρασης και της πληροφόρησης· για τη διαπίστωση πταίσματος, αδικοπρακτικής συμπεριφοράς ή παράνομης δραστηριότητας, και προς

236 Άρθρο 2, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

237 Άρθρο 4 παρ. 2, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

238 Άρθρο 4 παρ. 3, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

239 Άρθρο 4 παρ. 4, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

240 Άρθρο 4 παρ. 5, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

241 Άρθρο 5, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

σκοπό προστασίας του γενικού δημοσίου συμφέροντος· από τους εργαζομένους στους εκπροσώπους στο πλαίσιο της νόμιμης άσκησης των καθηκόντων των αντιπροσώπων αυτών, εφόσον η αποκάλυψη ήταν αναγκαία για την άσκηση των καθηκόντων· χάριν προστασίας έννομου συμφέροντος αναγνωριζόμενου από το ενωσιακό ή εθνικό δίκαιο.

Το εμπορικό απόρρητο θεωρείται νομίμως αποκτηθέν όταν: προέρχεται από ανεξάρτητη ανακάλυψη ή δημιουργία· παρατήρηση, μελέτη αποσυναρμολόγηση ή δοκιμή ενός προϊόντος ή αντικειμένου που βρίσκεται νόμιμα στην κατοχή του αποδέκτη, ο οποίος δεν υπέχει νόμιμη υποχρέωση περιορισμού της απόκτησης του εμπορικού απορρήτου· είναι αποτέλεσμα άσκησης δικαιώματος των εργαζομένων ή των εκπροσώπων τους στην ενημέρωση και στη διαβούλευση, σύμφωνα με το ενωσιακό και εθνικό δίκαιο· είναι αποτέλεσμα πρακτικής σύμφωνης με τα χρηστά συναλλακτικά ήθη· επιβάλλεται ή επιτρέπεται από ενωσιακό ή εθνικό δίκαιο.²⁴²

Όλα τα κράτη-μέλη προβλέπουν δίκαια και εύλογα μέτρα, διαδικασίες και μέσα ένδικης προστασίας κατά της παράνομης απόκτησης, χρήσης ή αποκάλυψης εμπορικών απορρητών, τα οποία είναι αποτελεσματικά και αποτρεπτικά, γρήγορα στην εξέταση τους, κατανοητά και προσιτά από άποψη κόστους.²⁴³

Εφαρμόζονται κατά τρόπο αναλογικό, που ενισχύει το νόμιμο εμπόριο στην ευρωπαϊκή αγορά, και δεν επιτρέπει την καταχρηστική ή κακόπιστη άσκηση τους.²⁴⁴ Η προθεσμία παραγραφής των αξιώσεων που πηγάζουν από παραβίαση βιομηχανικού απορρήτου δεν υπερβαίνει σε κανένα κράτος τα 6 έτη.²⁴⁵

Μετά από δεόντως αιτιολογημένη αίτηση κάποιου ενδιαφερομένου, απαγορεύεται σε όλα τα πρόσωπα που συμμετέχουν σε δίκη για παραβίαση απορρήτου, να χρησιμοποιούν ή να αποκαλύπτουν με οποιονδήποτε τρόπο το εμπορικό απόρρητο που έχει χαρακτηριστεί εμπιστευτικό, και περιήλθε σε γνώση τους λόγω της συμμετοχής τους στη δίκη.²⁴⁶ Η υποχρέωση αυτή παραμένει σε ισχύ και μετά την ολοκλήρωση των δικαστικών διαδικασιών, αλλά λήγει εφόσον οριστική δικαστική απόφαση κρίνει ότι το εμπορικό απόρρητο δεν πληροί τις προϋποθέσεις προστασίας, ή εάν με την πάροδο του χρόνου οι πληροφορίες καταστούν ευρέως γνωστές στα πρόσωπα του σχετικού κύκλου.

Μετά από δεόντως αιτιολογημένη αίτηση διαδίκου, οι δικαστικές αρχές δύνανται να λαμβάνουν ειδικά μέτρα για την προστασία κάθε εμπορικού απορρήτου, το οποίο χρησιμοποιείται ή αναφέρεται κατά την εξέλιξη της δικαστικής διαδικασίας που αφορά την παραβίαση εμπορικού απορρήτου. Σε κάποια κράτη-μέλη, τα μέτρα αυτά λαμβάνονται από τις δικαστικές αρχές και αυτοβούλως.²⁴⁷

Επιπλέον, κατόπιν αίτησης του κατόχου εμπορικού απορρήτου, οι δικαστικές αρχές μπορούν να διατάξουν προσωρινά και συντηρητικά μέτρα πριν από την κίνηση της δικαστικής διαδικασίας για: την προσωρινή παύση, ή απαγόρευση χρήσης, ή απαγόρευση αποκάλυψης του εμπορικού απορρήτου· την προσωρινή

242 Άρθρο 3, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

243 Άρθρο 6, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

244 Άρθρο 7, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

245 Άρθρο 8, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

246 Άρθρο 9 παρ. 1, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

247 Άρθρο 9 παρ. 2, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

απαγόρευση της παραγωγής, ή προσφοράς, ή διάθεσης στην αγορά και χρήσης εμπορευμάτων, ή την εισαγωγή, εξαγωγή και αποθήκευση τους· την κατάσχεση ή την παράδοση των εμπορευμάτων για τα οποία υπάρχουν υπόνοιες ότι είναι παράνομα.²⁴⁸ Τα προσωρινά μέτρα ανακαλούνται με αίτηση του εναγομένου, αν ο αιτών δεν κινήσει δικαστική διαδικασία εντός εύλογης προθεσμίας, ή οι πληροφορίες δεν μπορούν να χαρακτηριστούν πλέον απόρρητες, δίχως ευθύνη του εναγομένου.²⁴⁹ Σε περίπτωση ανάκλησης των προσωρινών μέτρων λόγω αδράνειας του αιτούντος, ή αν αποκαλυφθεί ότι δεν υπήρξε ποτέ απειλή για τις απόρρητες πληροφορίες, ο εναγόμενος δύναται να αξιώσει εύλογη αποζημίωση για τη ζημία που του προκλήθηκε.²⁵⁰

Αν η δικαστική απόφαση διαπιστώσει παραβίαση του εμπορικού απορρήτου, ο κάτοχος του απορρήτου μπορεί να αιτηθεί:²⁵¹ την παύση, ή την απαγόρευση χρήσης ή αποκάλυψης του εμπορικού απορρήτου· την απαγόρευση της παραγωγής, της προσφοράς, της διάθεσης στην αγορά ή της χρήσης παρανόμων εμπορευμάτων, ή της εισαγωγής, της εξαγωγής ή της αποθήκευσης παρανόμων εμπορευμάτων· τη λήψη των κατάλληλων μέτρων αποκατάστασης·²⁵² την καταστροφή του συνόλου ή μέρους τυχόν εγγράφου, αντικειμένου, υλικού, ουσίας ή ηλεκτρονικού αρχείου που περιέχει ή ενσωματώνει το εμπορικό απόρρητο ή, όπου ενδείκνυται, την παράδοση στον ενάγοντα του συνόλου ή μέρους των εν λόγω εγγράφων, αντικειμένων, υλικών, ουσιών ή ηλεκτρονικών αρχείων.

Αν ο κάτοχος του εμπορικού απορρήτου το ζητήσει και ο παραβάτης γνώριζε, ή όφειλε να γνωρίζει, ότι παραβιάζει το απόρρητο, μπορεί να του επιδικαστεί αποζημίωση ανάλογη προς την πραγματική ζημία που υπέστη από την παραβίαση του απορρήτου του. Αν παραβάτες ήταν εργαζόμενοι του κατόχου, οι οποίοι ενήργησαν δίχως δόλο, μπορεί να περιοριστεί η ευθύνη τους για καταβολή αποζημίωσης στον εργοδότη τους.²⁵³

Αποτελέσματα²⁵⁴

Προ της θέσπισης της Οδηγίας, υπήρχε μεγάλη διαφορά στις εθνικές προσεγγίσεις των κρατών-μελών, όσον αφορά στα βιομηχανικά απόρρητα. Μόλις 11 κράτη διέθεταν επίσημο ορισμό του τι συνιστά βιομηχανικό απόρρητο. Από τις προϋποθέσεις που θέτει η Οδηγία (απόρρητο, εμπορική αξία, εύλογες προσπάθειες για την προστασία του απόρρητου χαρακτήρα), αυτή της εμπορικής αξίας ήταν εντελώς νέα για πολλές χώρες, ενώ η προϋπόθεση των “εύλογων προσπαθειών”, σημαίνει ότι πολλές επιχειρήσεις

248 Άρθρο 10, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

249 Άρθρο 11 παρ. 3, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

250 Άρθρο 11 παρ. 5, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

251 Άρθρο 12, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

252 Τα μέτρα αποκατάστασης περιλαμβάνουν την ανάκληση των εμπορευμάτων από την αγορά, την αφαίρεση των χαρακτηριστικών που τα καθιστούν παράνομα και την καταστροφή τους.

253 Άρθρο 14, Οδηγία (ΕΕ) 2016/943

254 B. Fishley, 20.03.2018, *Impact of the EU Trade Secrets Directive on M&A Transactions*, LEXOLOGY (<https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=cc856ac4-1292-4bd2-826b-d1587a94d8c7>)

προσπάθησαν μετά την ψήφιση της Οδηγίας, να διασφαλίσουν ότι είχαν καταβάλει εύλογες προσπάθειες για να διατηρήσουν απόρρητα τα μυστικά τους.

Τα βιομηχανικά απόρρητα είναι ιδιαίτερα πολύτιμες πληροφορίες που δημιουργούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε πολλούς κλάδους, όπως αυτός των τροφίμων και των αναψυκτικών, ή στις τεχνολογικές εταιρείες που εστιάζουν σε καινοτόμες διεργασίες (π.χ. η συνταγή της Coca-Cola ή ο αλγόριθμος αναζήτησης της Google). Καταρχάς, τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας ενδέχεται να μην προστατεύουν επαρκώς ορισμένους τύπους εμπορικών ή τεχνικών πληροφοριών, συμπεριλαμβανομένης της τεχνογνωσίας, επιχειρηματικών σχεδίων και επιχειρησιακής στρατηγικής, παρά την συνήθως μεγάλη εμπορική τους αξία.

Ακόμη, οι μικρομεσαίες και νέες επιχειρήσεις συνήθως δίνουν την ίδια αξία στα βιομηχανικά απόρρητα με αυτή που δίνουν σε άλλες μορφές διανοητικής ιδιοκτησίας, καθώς κατά κανόνα δεν διαθέτουν τους εξειδικευμένους ανθρώπινους και οικονομικούς πόρους για να κατοχυρώσουν, να διαχειριστούν και να επιβάλουν ένα χαρτοφυλάκιο δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας. Επιπλέον, τα βιομηχανικά απόρρητα είναι ιδιαίτερα σημαντικά για την προστασία των πρώιμων σταδίων της καινοτομίας, όπου δεν είναι ακόμη δυνατή η κατοχύρωση δικαιώματος διανοητικής ιδιοκτησίας. Συνεπώς, ακόμα και μεγάλες τεχνικές εταιρείες με πλήρη χαρτοφυλάκια διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, πρέπει να διαθέτουν ένα εσωτερικό σύστημα διαχείρισης των βιομηχανικών απορρήτων, ώστε να προστατεύουν πιθανές καινοτομίες.

Το μεγάλο πλεονέκτημα του βιομηχανικού απορρήτου είναι ότι κατά κανόνα προσφέρει προστασία αορίστου χρόνου, σε σχέση με παράδειγμα, την 20ετή προστασία του διπλώματος ευρεσιτεχνίας. Συνεπώς, η Οδηγία αναμένεται να έχει ισχυρές επιδράσεις σε κλάδους όπως τα τρόφιμα, ποτά και τεχνολογία, καθώς και όλες τις επιχειρήσεις με ένταση σε E&A.

Σίγουρα, οι εταιρικοί μετασχηματισμοί θα επηρεαστούν, καθώς οι νέες ρυθμίσεις θα επιδράσουν στη διαδικασία έρευνας δέουσας επιμέλειας. Κατά τη διενέργεια συγχωνεύσεων και εξαγορών, οι επίδοξοι αγοραστές θα επιδιώκουν να βεβαιωθούν, ότι η αντισυμβαλλόμενη επιχείρηση εφαρμόζει τα διαθέσιμα οργανωτικά, τεχνολογικά και νομικά μέσα που διασφαλίζουν, ότι καταβάλλονται οι “εύλογες προσπάθειες” για την προστασία των απόρρητων πληροφοριών τους. Αν εντοπίζονται ελλείψεις στην πολιτική που αφορά τη διαχείριση και προστασία βιομηχανικών απορρήτων και ευαίσθητων πληροφοριών, αν παρατηρείται ότι η επιχείρηση δεν υπογράφει συμβάσεις τήρησης απορρήτου με τυχόν εργολάβους και συμβούλους που συνεργάζεται, αν δεν υπάρχει κάποιο σαφές σύστημα για την κατηγοριοποίηση των βιομηχανικών απορρήτων, αν πολλοί εργαζόμενοι έχουν εύκολη πρόσβαση σε εμπιστευτικές πληροφορίες, ή αν η ανώτερη διοίκηση δεν εποπτεύει την τήρηση απορρήτου και τις διαρροές, όλα αυτά συνιστούν λόγο για να μην προβεί στην αγορά ο αγοραστής.

Αντίστοιχα, ο πωλητής θα ενδιαφέρεται να αποδείξει σε υποψήφιους αγοραστές, ότι για τα βιομηχανικά απόρρητα που αγοράζουν έχει καταβληθεί “εύλογη προσπάθεια”, για την τήρηση του απορρήτου. Επίσης, θα πρέπει να ελέγξει, και ενδεχομένως να αναθεωρήσει, όλες τις συμφωνίες τήρησης απορρήτου, που έχει υπογράψει με τους εργαζομένους του, τους εξωτερικούς συνεργάτες, τους εργολάβους και τους συμβούλους. Θα πρέπει γενικά να αποδεικνύει εγγράφως ότι υπάρχει γενικότερη πολιτική απορρήτου στην επιχείρηση, σχετικά με το ποιες πληροφορίες είναι εμπιστευτικές, τι εταιρικές διαδικασίες προστατεύουν την εμπιστευτικότητα, και πώς εκπαιδεύονται οι εργαζόμενοι ώστε να χειρίζονται αυτές τις πληροφορίες.

Οι συμφωνίες τήρησης απορρήτου διαδραματίζουν το σημαντικότερο ρόλο στη διαφύλαξη των εμπιστευτικών πληροφοριών. Τέτοιες συμφωνίες πρέπει να υπογράφονται με κάθε εργαζόμενο, εργολάβο και άλλα τρίτα πρόσωπα. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να ανανεώσουν τυχόν παλαιότερες από την Οδηγία συμφωνίες, ώστε να περιλαμβάνουν τον ορισμό του εμπορικού απορρήτου που προβλέπεται στην Οδηγία, και να έχουν έτοιμο σχέδιο αντίδρασης σε περίπτωση παραβίασης του απορρήτου τους. Εργαζόμενοι που αποχωρούν πρέπει να επιστρέφουν ή να καταστρέφουν οποιοδήποτε απόρρητο ή εμπιστευτική πληροφορία έχουν στην κατοχή τους.

2.6. ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ & ΣΥΓΓΕΝΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ

Δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας & συγγενικό δικαίωμα: Η πνευματική ιδιοκτησία προστατεύει τα έργα λόγου, τέχνης ή επιστήμης που πηγάζουν από άτομα τα οποία προστατεύονται ως δημιουργοί και αποκτούν, με τη δημιουργία του έργου, δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας πάνω σε αυτό. Περιλαμβάνει, ως αποκλειστικά και απόλυτα δικαιώματα, το δικαίωμα εκμετάλλευσης του έργου (περιουσιακό δικαίωμα) και το δικαίωμα της προστασίας του προσωπικού τους δεσμού προς αυτό (ηθικό δικαίωμα). Η πνευματική ιδιοκτησία προστατεύει το έργο ως άυλο αγαθό και όχι τον υλικό φορέα στον οποίο ενσωματώνεται το έργο.

Τα συγγενικά δικαιώματα προστατεύουν ορισμένες κατηγορίες δικαιούχων των οποίων η συνεισφορά παρουσιάζει δημιουργικότητα ή τεχνική επιδεξιότητα χωρίς να πληρούνται οι προϋποθέσεις του πνευματικού έργου. Στα συγγενικά δικαιώματα περιλαμβάνονται οι εξής κατηγορίες δικαιούχων: ερμηνευτές ή εκτελεστές καλλιτέχνες, παραγωγοί φωνογραφημάτων, παραγωγοί οπτικοακουστικών έργων, ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί και εκδότες εντύπων.²⁵⁵

2.6.1. Σύμβαση της Βέρνης για την προστασία των λογοτεχνικών και καλλιτεχνικών έργων (1886)

Πριν από το 19ο αιώνα, η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας ήταν δυνατή αποκλειστικά σε εθνικό επίπεδο.²⁵⁶ Η ανάπτυξη της αστικής τάξης και ο εκβιομηχανισμός των εκδοτικών οίκων κατέστησαν δυνατό να αναπτυχθεί το εμπόριο και η επικοινωνία, γεγονός, που μεταξύ άλλων, οδήγησε σε συστηματική “πνευματική πειρατεία”. Η ελεύθερη αναπαραγωγή και εκτέλεση των έργων σε άλλα κράτη έγινε πολύ πιο εύκολη, με αποτέλεσμα, ότι, ενώ τα κράτη παρείχαν προστασία στα έργα δικών τους δημιουργών, δεν τιμωρούσαν την πειρατεία έργων υπηκόων άλλων κρατών. Κύρια θύματα της πνευματικής πειρατείας, στις αρχές του 19ου αιώνα, ήταν η Αγγλία και κυρίως η Γαλλία. Για να προστατευθούν από αυτήν την κατάσταση, τα κράτη σύναπταν διμερείς συμβάσεις προστασίας των έργων τους με βάση την αμοιβαιότητα (π.χ. Γαλλία 13, Βέλγιο 9, Ιταλία και Ισπανία 8, Αγγλία 5, Γερμανία 5).²⁵⁷ Όταν η ένωση Benelux αρνήθηκε να καταλήξει σε τέτοια συμφωνία με τη Γαλλία, η τελευταία θέσπισε το Διάταγμα της 28.3.1852, με το οποίο η πνευματική πειρατεία θεωρήθηκε παράνομη μέσα στα εθνικά της όρια, και η εφαρμογή των εθνικών νόμων επεκτεινόταν σε όλα τα έργα, ανεξαρτήτως του τόπου δημοσίευσής τους,

²⁵⁵ Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (<https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/web/observatory/faqs-on-copyright-el#1>)

²⁵⁶ Λ. Κοτσίρης, 2017, *Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας και κοινοτικό κεκτημένο*, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη, σελ. 8

²⁵⁷ Λ. Κοτσίρης, 2017, *Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας και κοινοτικό κεκτημένο*, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη, σελ. 8

της ιθαγένειας των δημιουργών τους και της προστασίας των γαλλικών έργων στη χώρα προέλευσης του δημιουργού.

Αυτή η κίνηση της Γαλλίας θέτει τη βάση για διεθνή προστασία. Η πολλαπλότητα των διμερών συμβάσεων και οι διαφορές που εντοπίζονταν στις εθνικές νομοθεσίες σχετικά με τις τυπικές προϋποθέσεις προστασίας των έργων, δημιουργούσαν αβεβαιότητα και διαφοροποίηση στην προστασία των δημιουργών. Όταν πλέον άρχισαν να παίζουν ενεργό ρόλο στον πνευματικό κόσμο και τα σκανδιναβικά κράτη, η ρώσικη και αυστροουγγρική αυτοκρατορία, και τα βαλκανικά κράτη, έγινε φανερό η ανάγκη για τη θέσπιση κοινού διεθνούς πλαισίου προστασίας. Το 1878 η Γαλλική Κυβέρνηση αποφασίζει την ίδρυση μιας Διεθνούς Λογοτεχνικής Εταιρίας ("Association littéraire et artistique internationale" - "ALAI"), με πρόεδρο τον συγγραφέα Βίκτωρ Ουγκό. Το Σεπτέμβριο 1883, η ALAI διοργανώνει διεθνές συνέδριο στη Βέρνη της Ελβετίας και καταλήγει σε σχέδιο συμβάσεως αποτελούμενης από 10 διατάξεις, που δημιουργούσαν Ένωση με σκοπό να προστατεύσει τα δικαιώματα των συγγραφέων. Ύστερα από σειρά διεθνών συνδιασκέψεων, την 6η Σεπτεμβρίου 1886, συνήλθε στη Βέρνη διεθνής συνδιάσκεψη με τη συμμετοχή δώδεκα χωρών (*Γερμανία, Βέλγιο, Ισπανία, ΗΠΑ, Γαλλία, Αγγλία, Ταϊτή, Ιταλία, Ιαπωνία, Λιθερία, Ελβετία και Τυνησία*), και υπέγραψαν (εξαιρουμένων των ΗΠΑ και της Ιαπωνίας), την 9η Σεπτεμβρίου 1886, τη Διεθνή Σύμβαση της Βέρνης για την προστασία των λογοτεχνικών και καλλιτεχνικών έργων.

Αντικείμενο της είναι η προστασία των έργων και των δικαιωμάτων των δημιουργών. Διέπεται από τρεις βασικές αρχές και περιέχει διατάξεις που καθορίζουν την ελάχιστη προστασία που αποδίδεται στα έργα, καθώς και ειδικές προβλέψεις για τις αναπτυσσόμενες χώρες που θα κάνουν χρήση των διατάξεων της Σύμβασης. Η Σύμβαση συμπληρώθηκε και αναθεωρήθηκε επανειλημμένα: Παρίσι 1896, Βερολίνο 1908, Βέρνη 1914, Ρώμη 1928, Βρυξέλλες 1948, Στοκχόλμη 1967 και Παρίσι 1971. Σήμερα αριθμεί 164 μέλη. Η Ευρωπαϊκή Ένωση δεν είναι συμβαλλόμενο μέρος στη Σύμβαση, αλλά όλα τα κράτη-μέλη της συμβάλλονται. Σύμφωνα με το άρθρο 9 της Συμφωνίας TRIPS, όλα τα συμβαλλόμενα κράτη στη Συμφωνία αυτή δεσμεύονται από τα άρθρα 1 έως 21 και το παράρτημα της Σύμβασης. Εξαιρείται ρητά το άρθρο 6bis που αφορά στο ηθικό δικαίωμα, από το οποίο τα μέρη που δεν είναι συμβαλλόμενα στην Σύμβαση της Βέρνης δεν μπορούν να αντλήσουν δικαιώματα δυνάμει της Συμφωνίας TRIPS. Η Ε.Ε. είναι μέρος της Συμφωνίας TRIPS και δεσμεύεται από τα ανωτέρω άρθρα της Σύμβασης της Βέρνης.

Με αυτήν την πολυμερή σύμβαση διεθνούς δικαίου, τα συμβαλλόμενα κράτη θέσπισαν Ένωση κρατών ("*Ένωση της Βέρνης*"), για την προστασία των πνευματικών δημιουργών και έδρα τη Γενεύη.²⁵⁸

Οι τρεις βασικές αρχές της Σύμβασης είναι οι εξής:

258 Λ. Κοτσίρης, 2017, *Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας και κοινοτικό κεκτημένο*, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη, σελ. 9

1) *Εθνική μεταχείριση* (άρθρο 5 παρ. 1): *έργα των οποίων ο δημιουργός είναι υπήκοος μίας εκ των συμβαλλομένων χωρών, ή τα οποία δημοσιεύθηκαν για πρώτη φορά από εκδοτικό οίκο σε μία συμβαλλόμενη χώρα, απολαμβάνουν σε κάθε συμβαλλόμενη χώρα της Σύμβασης την ίδια προστασία που χώρα αυτή απονέμει στους υπηκόους της. Η πολυμορφία των εθνικών νομοθεσιών διατηρείται και δεν απαιτείται τροποποίηση τους. Επιπλέον, η αρχή αυτή δεν επηρεάζει την προστασία που απολαμβάνουν οι δημιουργοί μέσα στη χώρα προέλευσης τους.*

2) *Αυτόματη προστασία* (άρθρο 5 παρ. 2 εδ. 1): *Τα δικαιώματα που παρέχει η Σύμβαση απονέμονται αυτόματα, δίχως να χρειάζεται να τηρηθούν τυπικές προϋποθέσεις (π.χ. καταχώριση του έργου).*

3) *Ανεξαρτησία της προστασίας* (άρθρο 5 παρ. 2 εδ. 1): *η παροχή προστασίας σε κάθε χώρα δεν εξαρτάται από την παροχή προστασίας στη χώρα προέλευσης. Όμως, αν η συμβαλλόμενη χώρα παρέχει στα έργα προστασία μεγαλύτερης διάρκειας, από το ελάχιστο που προβλέπει η Σύμβαση, και το έργο πάψει να προστατεύεται στη χώρα προέλευσης, τότε η πρώτη δύναται να πάψει την προστασία του έργου όταν αυτό σταματήσει να προστατεύεται στη χώρα προέλευσης.*

Οι βασικές αρχές της Σύμβασης της Βέρνης (άρθρα 1-21, εξαιρουμένου του άρθρου 9 παρ. 1 για το ηθικό δικαίωμα) δεσμεύουν όλα τα κράτη που είναι συμβαλλόμενα στη Συμφωνία TRIPS (μεταξύ των οποίων και Ε.Ε.) και είναι παράλληλα μέλη του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου, ακόμη και εάν δεν συμβάλλονται στη Σύμβαση της Βέρνης.

Εκτός των δικαιωμάτων που αναγνωρίζει το εκάστοτε εθνικό δίκαιο, η Σύμβαση απονέμει στα έργα ένα ελάχιστο προστασίας, με δικαιώματα τα οποία οι δημιουργοί μπορούν να επικαλεστούν σε άλλες συμβαλλόμενες χώρες, αν το εθνικό δίκαιο δεν τα παρέχει (άρθρο 5 παρ. 1).

Η ελάχιστη προστασία που αποδίδεται στα έργα και δικαιώματα, αφορά κατ' αρχάς στα έργα και δικαιώματα που δικαιούνται προστασίας και στη διάρκεια προστασίας τους. Κατά το άρθρο 2, *"Οι όροι "λογοτεχνικά και καλλιτεχνικά έργα" περιλαμβάνουν όλες τας παραγωγές λογοτεχνικής, επιστημονικής και καλλιτεχνικής φύσεως, οιοσδήποτε είναι ο τρόπος και η μορφή εκφράσεως, ως: τα βιβλία, φυλλάδια και λοιπά γραπτά, τας διαλέξεις, τας προσφωνήσεις, τα κηρύγματα και άλλα έργα της αυτής φύσεως, τα δραματικά και δραματικομουσικά έργα, τα χορογραφικά έργα και τας παντομίμας, τας μουσικές συνθέσεις μετά ή άνευ λόγων, τα κινηματογραφικά έργα, με τα οποία εξομοιούνται τα εκφραζόμενα διά μέσου αναλόγου προς την κινηματογραφίαν, τα έργα ιχνογραφίας, ζωγραφικής, αρχιτεκτονικής, γλυπτικής, χαρακτηριστικής, λιθογραφίας, τα φωτογραφικά έργα προς τα οποία εξομοιούνται τα εκφραζόμενα διά μέσου αναλόγου προς την φωτογραφίαν, τα έργα των εφηρμοσμένων τεχνών, τας εικονογραφήσεις, τους γεωγραφικούς χάρτες, τα σχέδια, σκίτσα και πλαστικά έργα σχετικά με την γεωγραφίαν, την τοπογραφίαν, την αρχιτεκτονικήν ή τας επιστήμας."*

Προστασία παρέχεται στα έργα που μπορούν να χαρακτηριστούν *ενωσιακά*. Προκειμένου έργο να χαρακτηριστεί ενωσιακό, πρέπει να πληρούται τουλάχιστον ένα από τα κατωτέρω:

- *Δημιουργός υπήκοος χώρας της Ένωσης: προστατεύονται τόσο τα δημοσιευθέντα όσο και τα αδημοσίευτα έργα του* (άρθρο 3 παρ. 1α)·
- *Ο δημιουργός δεν είναι υπήκοος χώρας της Ένωσης και το έργο δημοσιεύτηκε για πρώτη φορά σε χώρα της Ένωσης* (άρθρο 3 παρ. 1β)·
- *Ο δημιουργός δεν είναι υπήκοος χώρας της Ένωσης, αλλά έχει συνήθη διαμονή σε χώρα της Ένωσης: προστατεύεται όπως ο υπήκοος της χώρας αυτής για τα δημοσιευθέντα και αδημοσίευτα έργα του* (άρθρο 3 παρ. 2)·
- *Το έργο δημοσιεύθηκε συγχρόνως σε τρίτη χώρα και χώρα της Ένωσης* (άρθρο 3 παρ. 1β). Σύγχρονη δημοσίευση σε περισσότερες χώρες υπάρχει όταν το έργο εκδίδεται σε δύο ή περισσότερες χώρες μέσα σε τριάντα μέρες από την πρώτη δημοσίευση (άρθρο 3 παρ. 4)·
- *Η έδρα της εταιρείας παραγωγής κινηματογραφικών έργων ή η συνήθης διαμονή του παραγωγού βρίσκεται σε χώρα της Ένωσης* (άρθρο 4 περ. α)·
- *Αρχιτεκτονικό έργο που έχει ανεγερθεί σε χώρα της Ένωσης, ή έργο γραφικών και πλαστικών τεχνών το οποίο έχει ενσωματωθεί σε ακίνητο που βρίσκεται σε χώρα της Ένωσης* (άρθρο 4 περ. β)·

Η έννοια της δημοσίευσης προϋποθέτει ότι (άρθρο 3 παρ. 3):

- η δημοσίευση έγινε με τη *συναίνεση* του δημιουργού (για παράδειγμα, δημοσίευση κλεμμένου χειρόγραφου δεν ισχύει ως δημοσίευση κατά την έννοια της Σύμβασης)·
- η διάθεση του έργου ικανοποιεί τις *εύλογες ανάγκες* του κοινού, ανάλογα με τη φύση του έργου (εκτός από πώληση, η διάθεση μπορεί να γίνει με τη μορφή μίσθωσης ή ελεύθερης διάθεσης)·
- τα αντίτυπα του έργου έχουν με κάποια μορφή *ενσωματωθεί υλικά*, ανεξάρτητα από τον τρόπο κατασκευής τους.

*Δεν αποτελεί δημοσίευση η δημόσια εκτέλεση του έργου στην πιο ευρεία της μορφή.*²⁵⁹

Όσον αφορά την αναγνώριση της χώρας προέλευσης του έργου, η Σύμβαση προβλέπει τους εξής κανόνες (άρθρο 5 παρ. 4):

- αν το έργο *δημοσιεύθηκε για πρώτη φορά σε χώρα της Ένωσης*, αυτή είναι η χώρα προέλευσης του έργου·

²⁵⁹ Λ. Κοτσίρης, 2017, *Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας και κοινοτικό κεκτημένο*, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη, σελ. 8-10

- αν το έργο δημοσιεύθηκε συγχρόνως σε διάφορες χώρες της Ένωσης, και η διάρκεια προστασίας διαφέρει σε αυτές τις χώρες, η χώρα που παρέχει τη βραχύτερη διάρκεια προστασίας λογίζεται ως χώρα προέλευσης·
- αν το έργο δημοσιεύθηκε συγχρόνως σε χώρα της Ένωσης και σε χώρα έξω από την Ένωση, η χώρα της Ένωσης λογίζεται ως χώρα προέλευσης·
- αν το έργο δημοσιεύθηκε για πρώτη φορά σε χώρα έξω από την Ένωση, η χώρα της Ένωσης της οποίας είναι υπήκοος ο δημιουργός, είναι η χώρα προέλευσης·
- αν το έργο είναι αδημοσίευτο, η χώρα της Ένωσης, της οποίας είναι υπήκοος ο δημιουργός, είναι η χώρα προέλευσης·
- στα κινηματογραφικά έργα, η χώρα προέλευσης είναι η χώρα της Ένωσης όπου ο παραγωγός έχει την έδρα ή τη συνήθη διαμονή του· στα αρχιτεκτονικά έργα και τα έργα γραφικών και πλαστικών τεχνών που ενσωματώθηκαν σε ακίνητο, ως χώρα προέλευσης λογίζεται η χώρα της Ένωσης όπου ανεγέρθηκαν ή κείται το ακίνητο αντίστοιχα.

Στους δημιουργούς αναγνωρίζεται το ηθικό δικαίωμα και ορισμένα άλλα δυνάμει των οποίων μπορούν να επιτρέψουν ορισμένες ενέργειες επί των έργων τους, με τη δυνατότητα σε συγκεκριμένες περιπτώσεις να εκφραστούν επιφυλάξεις ή εξαιρέσεις και να εφαρμοστούν περιορισμοί, όπως:

- *Ηθικό δικαίωμα* (άρθρο 6 δις), δηλαδή το δικαίωμα να αναφέρεται ως δημιουργός του έργου και να αντιτάσσεται σε κάθε τροποποίηση, παραμόρφωση ή οποιαδήποτε ζημιογόνο ενέργεια σε σχέση με το έργο του, η οποία μπορεί να βλάψει την τιμή και την υπόληψή του·
- *Δικαίωμα μετάφρασης* του έργου ή *παροχής άδειας για τη μετάφραση* (άρθρο 8), για τους δημιουργούς λογοτεχνικών και καλλιτεχνικών έργων·
- *Δικαίωμα αναπαραγωγής* του έργου (άρθρο 9), για τους δημιουργούς λογοτεχνικών και καλλιτεχνικών έργων·
- *Δικαίωμα δημόσιας παράστασης και εκτέλεσης* του έργου, καθώς και *δημόσιας μετάδοσης* (άρθρο 11), για τους δημιουργούς δραματικών, δραματικο-μουσικών ή μουσικών έργων·
- *Δικαίωμα ραδιοφωνικής μετάδοσης και πάσης δημόσιας ανακοίνωσης* με οποιοδήποτε μέσο (άρθρο 11 δις), για τους δημιουργούς λογοτεχνικών και καλλιτεχνικών έργων·
- *Δικαίωμα δημόσιας απαγγελίας* του έργου και *δημόσιας μετάδοσης της απαγγελίας* (άρθρο 11 τρις), για τους δημιουργούς λογοτεχνικών έργων·

- Δικαίωμα προσαρμογής, διαρρύθμισης και κάθε άλλης μετατροπής του έργου (άρθρο 12), για τους δημιουργούς λογοτεχνικών και καλλιτεχνικών έργων·
- Δικαίωμα φωνογράφησης μουσικών έργων (άρθρο 13)
- Δικαίωμα κινηματογραφικής προσαρμογής, αναπαραγωγής και θέσης σε κυκλοφορία, καθώς και δημόσιας παράστασης, εκτέλεσης και ενσύρματης μετάδοσης στο κοινό αυτών των έργων (άρθρο 14), για τους δημιουργούς λογοτεχνικών και καλλιτεχνικών έργων και τους δικαιούχους επί του κινηματογραφικού έργου (άρθρο 14 δις)·
- Δικαίωμα παρακολούθησης – δηλαδή συμμετοχή στα κέρδη εκ των πωλήσεων του έργου, μετά την πρώτη εκχώρηση από το δημιουργό - (άρθρο 14 τρις), για τα πρωτότυπα έργα τέχνης και τα πρωτότυπα χειρόγραφα των συγγραφέων και συνθετών

Οι περιορισμοί και οι εξαιρέσεις που προβλέπονται, αφορούν σε περιπτώσεις που το έργο μπορεί να χρησιμοποιηθεί δίχως την άδεια του δημιουργού και δίχως την καταβολή αποζημίωσης. Το άρθρο 9 παρ. 2 προβλέπει ότι τα συμβαλλόμενα κράτη δύνανται να προβλέψουν ειδικές περιπτώσεις όπου επιτρέπεται η αναπαραγωγή του έργου δίχως την άδεια του δημιουργού, υπό τον όρον ότι η αναπαραγωγή αυτή δεν βλάπτει την κανονική εκμετάλλευση του έργου, ούτε προκαλεί αδικαιολόγητη βλάβη στα νόμιμα συμφέροντα του δημιουργού. Επίσης, το άρθρο 10 προβλέπει πως είναι νόμιμη η παράθεση αποσπασμάτων έργου, το οποίο κατέστη ήδη νομίμως προσιτό στο κοινό, υπό τον όρον ότι είναι σύμφωνη προς τα χρηστά ήθη και κατά το μέτρο που δικαιολογείται από τον επιδιωκόμενο σκοπό, συμπεριλαμβανομένων αποσπασμάτων εξ άρθρων εφημερίδων και περιοδικών συλλογών υπό τη μορφή επισκοπήσεων του τύπου. Τα συμβαλλόμενα κράτη μπορούν να προβλέπουν ρυθμίσεις, όσον αφορά την ευχέρεια νόμιμης χρήσης, κατά το μέτρο που δικαιολογείται από τον επιδιωκόμενο σκοπό, των λογοτεχνικών ή καλλιτεχνικών έργων για τον εμπλουτισμό της εκπαίδευσης μέσω εκδόσεων, ραδιοφωνικών εκπομπών ή ηχητικών ή οπτικών εγγραφών, υπό την επιφύλαξη ότι η χρησιμοποίηση είναι σύμφωνη προς τα χρηστά ήθη. Ακόμη, είναι νόμιμη η παράθεση αποσπασμάτων έργου, το οποίον κατέστη ήδη νομίμως προσιτό στο κοινό, υπό τον όρον ότι είναι σύμφωνη με τα χρηστά ήθη και κατά το μέτρο που δικαιολογείται από τον επιδιωκόμενο σκοπό, συμπεριλαμβανομένων αποσπασμάτων από άρθρα εφημερίδων και περιοδικών υπό την μορφή επισκοπήσεων του τύπου. Τα συμβαλλόμενα κράτη μπορούν να προβλέπουν ρυθμίσεις, όσον αφορά στην νόμιμη χρήση, στο μέτρο που δικαιολογείται από τον επιδιωκόμενο σκοπό, των λογοτεχνικών ή καλλιτεχνικών έργων για τον εμπλουτισμό της εκπαίδευσης μέσω εκδόσεων, ραδιοφωνικών εκπομπών ή ηχητικών ή οπτικών εγγραφών, υπό την επιφύλαξη η χρησιμοποίηση να είναι σύμφωνη με τα χρηστά ήθη. Στο άρθρο 11 δις προβλέπεται ότι τα συμβαλλόμενα κράτη μπορούν να προσδιορίσουν το καθεστώς των εφήμερων εγγραφών, τις οποίες πραγματοποιεί ραδιοφωνικός οργανισμός με δικά του μέσα, και για τις εκπομπές του όπου λαμβάνει χώρα ραδιοφωνική

μετάδοση λογοτεχνικών ή καλλιτεχνικών έργων ή δημόσια ανακοίνωση τους. Οι εν λόγω νομοθεσίες δύνανται να επιτρέπουν την διατήρηση των εγγραφών τούτων σε επίσημα αρχεία, λόγω του εξαιρετικού πληροφοριακού χαρακτήρα τους. Επίσης, στο άρθρο 13 προβλέπεται ότι τα κράτη μπορούν να θεσπίσουν όρους και επιφυλάξεις σχετικά με το αποκλειστικό δικαίωμα του συνθέτη μουσικού έργου και του συγγραφέα του κειμένου, ώστε να επιτρέπουν ο καθένας την εγγραφή του εν λόγω μουσικού έργου με το κείμενο, εφόσον ένας εκ των δύο έχει δώσει τη συγκατάθεση του για κοινή εγγραφή.

Τέλος, το παράρτημα του Πρωτοκόλλου του Παρισίων στη Σύμβαση της Βέρνης (άρθρο II) επιτρέπει σε αναπτυσσόμενες χώρες να προβλέπουν άδειες για τη μετάφραση και αναπαραγωγή των έργων σε συγκεκριμένες περιπτώσεις που σχετίζονται με εκπαιδευτικές δραστηριότητες. Δεν απαιτείται άδεια του δημιουργού σε αυτές τις περιπτώσεις, ωστόσο η νομοθεσία οφείλει να προβλέπει αμοιβή, η οποία θα καταβάλλεται στον δημιουργό.

Η ελάχιστη διάρκεια της προστασίας που μπορούν να προβλέπουν οι χώρες της Ένωσης, καλύπτει, κατά γενικό κανόνα, τη ζωή του δημιουργού και τουλάχιστον 50 έτη μετά το θάνατο του (άρθρο 7 παρ. 1). Ωστόσο, στην περίπτωση των ανώνυμων και ψευδώνυμων έργων, τα 50 έτη υπολογίζονται από την ημερομηνία που το έργο έγινε νόμιμα προσιτό στο κοινό, εκτός εάν το ψευδώνυμο δεν αφήνει καμία αμφιβολία όσον αφορά την ταυτότητα του δημιουργού ή εάν ο δημιουργός αποκαλύψει την ταυτότητα του κατά αυτό το χρονικό διάστημα, οπότε η διάρκεια υπολογίζεται από το θάνατο του. Στην περίπτωση των οπτικοακουστικών – κινηματογραφικών έργων, τα 50 έτη υπολογίζονται απ' όταν το έργο κατέστη προσιτό στο κοινό, ή, αν το έργο δεν κυκλοφόρησε ποτέ, από την δημιουργία του έργου. Για τα φωτογραφικά έργα και τα έργα εφαρμοσμένης τέχνης, η ελάχιστη διάρκεια προστασίας είναι 25 έτη από την δημιουργία του έργου.

2.6.2. Διεθνής Σύμβαση για την προστασία των ερμηνευτών ή εκτελεστών καλλιτεχνών, των παραγωγών φωνογραφημάτων και των οργανισμών ραδιοτηλεόρασης (Ρώμη, 1961)²⁶⁰

Η Σύμβαση διασφαλίζει τα συγγενικά δικαιώματα των ερμηνευτών ή εκτελεστών καλλιτεχνών στις εκτελέσεις τους, των παραγωγών φωνογραφημάτων στα φωνογραφήματα και των οργανισμών ραδιοτηλεόρασης στις ραδιοτηλεοπτικές μεταδόσεις. Η Συμφωνία TRIPS (της οποίας η Ε.Ε. είναι μέλος) επίσης περιλαμβάνει διατάξεις για την προστασία συγγενικών δικαιωμάτων, όπως αυτά των των

²⁶⁰ Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the Rome Convention for the Protection of Performers, Producers of Phonograms and Broadcasting Organisations (1961)* (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/rome/summary_rome.html)

ερμηνευτών/εκτελεστών καλλιτεχνών. Ωστόσο, πρόκειται για διαφορετικές ρυθμίσεις σε σχέση με αυτές που προβλέπονται στην Σύμβαση της Ρώμης.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση δεν είναι συμβαλλόμενο μέρος στη Σύμβαση της Ρώμης, αλλά όλα τα κράτη-μέλη της είναι. Σύμφωνα με το άρθρο 2 της Συμφωνίας TRIPS, οι υποχρεώσεις που τα μέρη αναλαμβάνουν δυνάμει της Συμφωνίας αυτής, *δεν επηρεάζουν τις υποχρεώσεις που έχουν αναλάβει δυνάμει της Σύμβασης της Ρώμης.*

Κατά το άρθρο 2, παρέχεται *εθνική μεταχείριση* (δηλαδή όμοια με αυτήν που προβλέπει η νομοθεσία του για τους υπηκόους του) σε κάθε συμβαλλόμενο κράτος, *στους ερμηνευτές/εκτελεστές καλλιτέχνες, στους παραγωγούς φωνογραφημάτων και τους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς, οι οποίοι είναι υπήκοοι ή έχουν την έδρα τους σε άλλο συμβαλλόμενο κράτος.*

Οι ερμηνευτές/εκτελεστές καλλιτέχνες (ηθοποιοί, τραγουδιστές, μουσικοί, χορευτές και όποιοι αποδίδουν λογοτεχνικά ή καλλιτεχνικά έργα) προστατεύονται έναντι συγκεκριμένων πράξεων για τις οποίες δεν έχουν συναινέσει, όπως *την ραδιοτηλεοπτική μετάδοση και παρουσίαση στο κοινό μιας ζωντανής εμφάνισής τους· την υλική ενσωμάτωση της ζωντανής εμφάνισής τους· την αναπαραγωγή της πρωτότυπης υλικής ενσωμάτωσης, εφόσον αυτή έγινε δίχως την συναίνεση του ερμηνευτή/εκτελεστή ή αν η αναπαραγωγή έγινε για σκοπούς διαφορετικούς από αυτούς για τους οποίους είχε δοθεί η συναίνεση* (άρθρο 7). Για να δικαιούνται προστασίας, πρέπει είτε η εκτέλεση να έχει γίνει σε συμβαλλόμενο κράτος, είτε να έχει εγγραφεί σε προστατευόμενο φωνογράφημα, είτε να μεταδίδεται από εκπομπή που προστατεύεται κατά την Σύμβαση (άρθρο 4).

Οι παραγωγοί φωνογραφημάτων έχουν δικαίωμα να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν *την άμεση ή έμμεση αναπαραγωγή των φωνογραφημάτων τους* (άρθρο 10). Ως φωνογράφημα νοείται *κάθε αποκλειστικά ακουστική/ωτολογική υλική ενσωμάτωση του ήχου μιας παράστασης ή άλλων ήχων.* Ο παραγωγός φωνογραφημάτων είναι *το φυσικό ή νομικό πρόσωπο, που για πρώτη φορά εγγράφει ήχους προερχόμενους από εκτέλεση ή άλλους ήχους* (άρθρο 3). Για τα φωνογραφήματα που έχουν δημοσιευθεί για εμπορικούς σκοπούς και προκαλούν *δευτερεύουσες χρήσεις* (όπως ραδιοτηλεοπτική μετάδοση ή παρουσίαση στο κοινό υπό οποιοδήποτε μορφή), ο χρήστης πρέπει να καταβάλλει *ενιαία και εύλογη αμοιβή* στον ερμηνευτή/εκτελεστή καλλιτέχνη, στον παραγωγό ή και τους δύο. Ωστόσο, στα συμβαλλόμενα κράτη επιτρέπεται να μην εφαρμόσουν αυτόν τον κανόνα, ή να μειώσουν την εφαρμογή του. Για να προστατεύεται το φωνογράφημα, θα πρέπει είτε ο παραγωγός να είναι υπήκοος συμβαλλόμενου κράτους, είτε η πρώτη εγγραφή του ήχου να πραγματοποιήθηκε σε συμβαλλόμενο κράτος, είτε το φωνογράφημα να δημοσιεύθηκε για πρώτη φορά σε συμβαλλόμενο κράτος.

Οι οργανισμοί ραδιοτηλεόρασης έχουν δικαίωμα να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν συγκεκριμένες χρήσεις, όπως *την ραδιοτηλεοπτική αναμετάδοση των εκπομπών τους· την υλική ενσωμάτωση των*

ραδιοτηλεοπτικών μεταδόσεων τους· την αναπαραγωγή τέτοιων υλικών ενσωματώσεων· την παρουσίαση στο κοινό των τηλεοπτικών εκπομπών τους, όταν η παρουσίαση γίνεται σε χώρους όπου το κοινό αποκτά πρόσβαση έναντι αμοιβής (άρθρο 13). Η προστασία τους με την παρούσα Σύμβαση τελεί υπό την προϋπόθεση, ότι η έδρα του οργανισμού είναι εγκατεστημένη σε συμβαλλόμενο κράτος, ή η εκπομπή μεταδόθηκε από πομπό εγκατεστημένο στο έδαφος συμβαλλόμενου κράτους (άρθρο 6).

Η Σύμβαση αφήνει στα συμβαλλόμενα κράτη να προβλέπουν στα εθνικά τους δίκαια περιορισμούς και εξαιρέσεις στα ανωτέρω δικαιώματα, σε σχέση με την ιδιωτική χρήση, την χρήση σύντομων αποσπασμάτων για την παρουσίαση γεγονότων της επικαιρότητας, την εφήμερη υλική ενσωμάτωση από έναν ραδιοτηλεοπτικό οργανισμό με δικά του μέσα και παρουσίαση σε δικές του εκπομπές, την χρήση για σκοπούς διδασκαλίας και επιστημονικής έρευνας, καθώς και κάθε άλλη περίπτωση στην οποία το εθνικό δίκαιο του κράτους προβλέπει εξαιρέσεις στα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, στα λογοτεχνικά και καλλιτεχνικά έργα (άρθρο 15).

Η διάρκεια προστασίας υπολογίζεται σε τουλάχιστον 20 έτη (άρθρο 14), τα οποία υπολογίζονται από το τέλος τους έτους, εντός του οποίου: έγινε η υλική ενσωμάτωση, για φωνογραφήματα και για εκτελέσεις που περιέχονται σε αυτά· έλαβε χώρα η εκτέλεση, για εκτελέσεις που δεν ενσωματώνονται σε φωνογραφήματα· έλαβε χώρα η ραδιοτηλεοπτική μετάδοση. Ωστόσο, όλο και περισσότερα εθνικά δίκαια προβλέπουν 50ετή προστασία, τουλάχιστον για φωνογραφήματα και εκτελέσεις.

2.6.3. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στον τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

Τα άρθρα 9 έως 14 αφορούν στην πνευματική ιδιοκτησία. Κατά το Γύρο της Ουρουγουάης της Γενικής Συμφωνίας Δασμών και Εμπορίου (GATT), τα μέρη συμφώνησαν ότι η Σύμβαση της Βέρνης παρείχε ένα επαρκές πλαίσιο προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας, όπως αυτό διαμορφώθηκε κατά το Πρωτόκολλο των Παρισίων 1971 της αυτής σύμβασης. Συνεπώς, η Συμφωνία TRIPS εκκινεί από εκεί που άφησε η Σύμβαση της Βέρνης, και, σύμφωνα με το άρθρο 9, προβλέπει πως όλα τα συμβαλλόμενα κράτη δεσμεύονται από τα άρθρα 1 έως 21 και το παράρτημα της Σύμβασης (άρθρο 9). Εξαιρείται ρητά το άρθρο 6bis που αφορά στο ηθικό δικαίωμα, από το οποίο τα μέρη που δεν είναι συμβαλλόμενα στην Σύμβαση της Βέρνης δεν μπορούν να αντλήσουν δικαιώματα δυνάμει της Συμφωνίας TRIPS. Στο άρθρο 9 παρ. 2 διευκρινίζεται πως η προστασία που παρέχει το δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας, εκτείνεται στην

δημιουργία (εξωτερίκευση του διανοήματος) και όχι στις ιδέες, στις διαδικασίες, στις μεθόδους λειτουργίας ή στις μαθηματικές έννοιες καθαυτές.

Βασική ρύθμιση της Συμφωνίας είναι, ότι τα προγράμματα ηλεκτρονικού υπολογιστή, είτε σε πρωτογενή κώδικα, είτε σε καταληκτικό κώδικα, προστατεύονται όπως και τα λογοτεχνικά έργα δυνάμει της Σύμβασης τη Βέρνης (άρθρο 10 παρ. 1). Συνεπώς, οι διατάξεις της Σύμβασης που εφαρμόζουν στα λογοτεχνικά έργα, θα εφαρμόζουν και στα προγράμματα Η/Υ. Στα προγράμματα μπορούν να επιβληθούν μόνο περιορισμοί τέτοιας φύσης, που επιβάλλονται και στα λογοτεχνικά έργα. Επιπλέον, η διάρκεια προστασίας τους είναι ίση με τη ζωή του δημιουργού και τουλάχιστον 50 έτη μετά το θάνατό του. Οι βάσεις δεδομένων και κάθε άλλο υλικό, είτε είναι σε μορφή αναγνώσιμη από μηχανή, είτε όχι, που εξαιτίας της επιλογής ή της διάταξης των περιεχομένων τους αποτελούν πνευματικές δημιουργίες χαίρουν προστασίας ως τέτοιες (άρθρο 10 παρ. 2). Δεν έχει σημασία εάν το περιεχόμενο τους προστατεύεται από πνευματική ιδιοκτησία καθεαυτό. Το πνευματικό έργο είναι η ίδια η βάση δεδομένων.

Αναγνωρίζεται - τουλάχιστον - στους δημιουργούς προγραμμάτων Η/Υ και κινηματογραφικών έργων δικαίωμα να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν την εμπορική μίσθωση των πρωτοτύπων ή αντιγράφων των έργων τους (άρθρο 11).

Όσον αφορά στην διάρκεια προστασίας, το άρθρο 12 της Συμφωνίας προβλέπει ότι όποια νομοθεσία δεν προβλέπει, ότι το έργο (εξαιρουμένων των φωτογραφικών έργων και των έργων των εφαρμοσμένων τεχνών) θα προστατεύεται καθ' όλη την ζωή του δημιουργού, τότε δεν μπορεί να παρέχει προστασία μικρότερη από 50 έτη, υπολογιζόμενα από το τέλος του έτους όπου συνέπεσε η κυκλοφορία του, ή, εφόσον δεν επετεύχθη η κυκλοφορία του μέσα σε αυτό το διάστημα, 50 έτη από το τέλος του έτους δημιουργίας.

Τυχόν περιορισμοί και εξαιρέσεις στα δικαιώματα του δημιουργού που προβλέπουν τα συμβαλλόμενα κράτη, θα πρέπει να περιορίζονται σε καθορισμένες ειδικές περιπτώσεις, να μην παρακωλύουν την κανονική εκμετάλλευση του έργου και να μην θλάπτουν σε υπερβολικό βαθμό τα νόμιμα συμφέροντα του δικαιούχου (άρθρο 13).

Το άρθρο 14 προστατεύει τα συγγενικά δικαιώματα ερμηνευτών, παραγωγών φωνογραφημάτων και ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών. Οι καλλιτέχνες ερμηνευτές έχουν το δικαίωμα να εμποδίζουν, εφόσον επιχειρούνται δίχως την άδεια τους: την εγγραφή κάποιας ερμηνείας τους που δεν έχει αποτελέσει αντικείμενο εγγραφής, την αναπαραγωγή της ερμηνείας αυτής, την αναμετάδοση δια ασυρμάτων μέσων και τη διάθεση στο κοινό κάποιας ζωντανής ερμηνείας τους. Το δικαίωμα εγγραφής καλύπτει μόνο το ακουστικό, και όχι το οπτικοακουστικό κομμάτι της ερμηνείας.

Οι παραγωγοί φωνογραφημάτων έχουν το αποκλειστικό δικαίωμα να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν την άμεση ή έμμεση αναπαραγωγή των φωνογραφημάτων τους. Επιπρόσθετα, όπως προβλέπεται για τους

δημιουργούς προγραμμάτων Η/Υ, παρέχεται στους παραγωγούς, και όποιον άλλον αντλεί δικαιώματα σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο, δικαίωμα εμπορικής εκμίσθωσης των έργων τους.

Οι ραδιοτηλεοπτικών οργανισμοί έχουν το δικαίωμα να απαγορεύουν τις ακόλουθες πράξεις, όταν αυτές επιχειρούνται χωρίς την άδειά τους: *την εγγραφή, την αναπαραγωγή των εγγραφών και την αναμετάδοση διά ασυρμάτων μέσων των εκπομπών τους, καθώς και τη διάθεση στο κοινό τηλεοπτικών εκπομπών με αντικείμενο τα ανωτέρω.*

Η διάρκεια των δικαιωμάτων καθορίζεται για τους καλλιτέχνες ερμηνευτές και τους παραγωγούς φωνογραφημάτων σε 50 έτη από την λήξη του έτους κατά το οποίο πραγματοποιήθηκε η εγγραφή ή ερμηνεία, και για τους οργανισμούς ραδιοφωνίας ή τηλεόρασης σε 20 έτη από την λήξη του έτους κατά το οποίο πραγματοποιήθηκε η εκπομπή.

2.6.4. Συμφωνία της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας για τα δικαιώματα του δημιουργού, WCT (1996)²⁶¹

Πρόκειται για ειδική συμφωνία δυνάμει της Σύμβασης της Βέρνης υπό την αιγίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας. Αντικείμενο της είναι η προστασία των έργων και τα δικαιώματα των δημιουργών τους στο ψηφιακό περιβάλλον. Κάθε συμβαλλόμενο μέρος (ακόμη κι αν δεν είναι συμβαλλόμενο μέρος στη Σύμβαση της Βέρνης) πρέπει να συμμορφώνεται με τις ουσιαστικές διατάξεις της Πράξης των Παρισίων του 1971 της Σύμβασης της Βέρνης (άρθρα 1-21 και Παράρτημα της Σύμβασης της Βέρνης). Στόχος της Συμφωνίας είναι να προσαρμόσει τη διεθνή προστασία δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων στην εποχή του διαδικτύου συμπληρώνοντας τη Σύμβαση της Βέρνης.²⁶²

Η Ευρωπαϊκή Ένωση υπέγραψε τη Συμφωνία το 1996 και την έχει θέσει σε ισχύ από το 2010.²⁶³

Η Συμφωνία για τα δικαιώματα του δημιουργού εντάσσει 2 νέες έννοιες στο αντικείμενο προστασίας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας: τα *προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών*, ανεξαρτήτως του τρόπου ή της μορφής έκφρασής τους· τις συλλογές δεδομένων ή άλλου υλικού (*βάσεις δεδομένων*), σε οποιαδήποτε μορφή, η οποία λόγω της επιλογής ή διαρρύθμισης του περιεχομένου τους, αποτελούν

261 Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the WIPO Copyright Treaty (WCT) (1996)* (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/wct/summary_wct.html)

262 Προσχώρηση στις συνθήκες του Παγκόσμιου Οργανισμού Διανοητικής Ιδιοκτησίας (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:126054&from=EN>)

263 Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Contracting Parties at WIPO Copyright Treaty* (https://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=16)

πνευματικές δημιουργίες. Όταν η βάση δεδομένων δεν συνιστά πνευματική δημιουργία με βάση τα αναφερόμενα κριτήρια, βρίσκεται εκτός του πεδίου εφαρμογής της Συμφωνίας.

Εκτός από τα δικαιώματα που αναγνωρίζει στους δημιουργούς η Σύμβαση της Βέρνης, η Συμφωνία για τα δικαιώματα του δημιουργού χορηγεί: *δικαίωμα διανομής* (άρθρο 6)· *δικαίωμα εκμίσθωσης* (άρθρο 7)· και ευρύτερο *δικαίωμα παρουσίασης στο κοινό* (άρθρο 8).

Το *δικαίωμα διανομής* είναι το δικαίωμα του δημιουργού να επιτρέπει την διάθεση στο κοινό του πρωτοτύπου και αντιγράφων του έργου του, μέσω πώλησης ή άλλης μεταβίβασης της ιδιοκτησίας.

Το *δικαίωμα εκμίσθωσης* είναι το δικαίωμα του δημιουργού να επιτρέπει την εμπορική εκμίσθωση στο κοινό του πρωτοτύπου και αντιγράφων τριών τύπων έργων: προγράμματα ηλεκτρονικού υπολογιστή (εκτός από την περίπτωση που το πρόγραμμα ηλεκτρονικού υπολογιστή δεν αποτελεί το ουσιαστικό αντικείμενο της εκμίσθωσης)· *κινηματογραφικά έργα* (μόνο στις περιπτώσεις που η εμπορική εκμίσθωση έχει οδηγήσει σε εκτεταμένη αντιγραφή των έργων αυτών προκαλώντας ουσιαστική βλάβη στο αποκλειστικό δικαίωμα αναπαραγωγής)· και *έργα που ενσωματώνονται σε φωνογραφήματα, όπως καθορίζονται στα εθνικά δίκαια των συμβαλλόμενων κρατών* (με εξαίρεση τις χώρες, στις οποίες από 15 Απριλίου 1994 ίσχυε σύστημα δίκαιης αμοιβής για τέτοιες εκμισθώσεις).

Το *δικαίωμα παρουσίασης στο κοινό* είναι το δικαίωμα του δημιουργού, να επιτρέπει κάθε παρουσίαση έργων στο κοινό, με ενσύρματα ή ασύρματα μέσα, συμπεριλαμβανομένης της διάθεσης έργων στο κοινό κατά τρόπο ώστε το κοινό να έχει πρόσβαση σε αυτά από τόπο και σε χρόνο της απολύτου επιλογής του. Η τελευταία περίπτωση αφορά ιδίως σε διαδραστικές κατ' αίτηση υπηρεσίες μέσω διαδικτύου.

Το άρθρο 10 της Συμφωνίας για τους περιορισμούς και εξαιρέσεις στα δικαιώματα, ενσωματώνει την τριπλή προϋπόθεση που προβλέπει το άρθρο 9 παρ. 2 της Σύμβασης της Βέρνης,²⁶⁴ διευρύνοντας την εφαρμογή του σε όλα τα δικαιώματα. Η Κοινή Δήλωση που αφορά στη Συμφωνία προβλέπει ότι τέτοιοι περιορισμοί και εξαιρέσεις, όπως προβλέπονται στα εθνικά δίκαια σε συμμόρφωση με τη Σύμβαση της Βέρνης, μπορούν να επεκταθούν στο ψηφιακό περιβάλλον. Τα συμβαλλόμενα κράτη μπορούν να προβλέπουν νέες εξαιρέσεις και περιορισμούς που αρμόζουν στο ψηφιακό περιβάλλον. Η επέκταση των υπάρχοντων περιορισμών και εξαιρέσεων ή η δημιουργία νέων επιτρέπεται εφόσον οι τρεις προϋποθέσεις πληρούνται.

Δεν τροποποιείται η διάρκεια προστασίας που προβλέπει η Σύμβαση της Βέρνης, η οποία πρέπει να είναι τουλάχιστον *ίση με τη ζωή του δημιουργού και 50 έτη από το θάνατό του* για κάθε τύπο έργου.

²⁶⁴ Σύμφωνα με το άρθρο 9 παρ. 2 της Σύμβασης της Βέρνης, οι περιορισμοί και εξαιρέσεις στο αποκλειστικό δικαίωμα του δημιουργού, που προβλέπονται από τις εθνικές νομοθεσίες πρέπει: 1) να αφορούν σε ειδικές μόνο περιπτώσεις, 2) να μην βλάπτουν την κανονική εκμετάλλευση του έργου, 3) να μην προκαλούν αδικαιολόγητη βλάβη στα νόμιμα συμφέροντα του δημιουργού.

Η κτήση και η άσκηση των δικαιωμάτων που προβλέπονται στη Συμφωνία δεν υπόκεινται σε καμία διατύπωση.

Η Συμφωνία δεσμεύει τα συμβαλλόμενα μέρη να προβλέπουν ένδικα βοηθήματα κατά της καταστρατήγησης των τεχνολογικών μέτρων (π.χ. κρυπτογράφηση), που χρησιμοποιούν οι δημιουργοί για την άσκηση των δικαιωμάτων τους (άρθρα 11 και 12), και κατά της αφαίρεσης ή αλλοίωσης των πληροφοριών, όπως συγκεκριμένα δεδομένα που ταυτοποιούν τα έργα ή τους δημιουργούς τους, απαραίτητα για τη διαχείριση των δικαιωμάτων τους (π.χ. παραχώρηση άδειας, συλλογή και διανομή αμοιβής).

Επιπλέον, κάθε συμβαλλόμενο μέρος υποχρεούται να θεσπίσει, σε συμφωνία με το νομικό του σύστημα, τα απαραίτητα μέτρα για να διασφαλίσει την εφαρμογή της Συμφωνίας. Συγκεκριμένα, πρέπει να προβλέπονται στις εθνικές νομοθεσίες αποτελεσματικές διαδικασίες κατά οποιασδήποτε παραβίασης των δικαιωμάτων που αναγνωρίζει η Συμφωνία, όπως ταχέως εκδικαζόμενες αγωγές αποζημίωσης και για ποσά που αποτρέπουν την τέλεση περαιτέρω παραβάσεων (άρθρο 14).

2.6.5. Συνθήκη της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας για τις ερμηνείες/εκτελέσεις και τα φωνογραφήματα, WPPT (1996)²⁶⁵

Η Συνθήκη WPPT ασχολείται με τα δικαιώματα στο ψηφιακό περιβάλλον δύο ειδών δικαιούχων: *ερμηνευτές/εκτελεστές καλλιτέχνες* (ηθοποιοί, τραγουδιστές, μουσικοί κτλ)· και *παραγωγοί φωνογραφημάτων* (φυσικά πρόσωπα ή νομικές οντότητες που αναλαμβάνουν την πρωτοβουλία και την ευθύνη για την υλική ενσωμάτωση ήχων). Τα δύο ειδών δικαιώματα αντιμετωπίζονται με τον ίδιο τρόπο, καθώς τα περισσότερα δικαιώματα που απονέμονται από την Συνθήκη στους ερμηνευτές/εκτελεστές συνδέονται με τις υλικά ενσωματωμένες, καθαρά ακουστικές παραστάσεις τους (οι οποίες περιέχονται στα φωνογραφήματα). Στόχος της Συνθήκης είναι να προσαρμόσει τη διεθνή προστασία δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων στην εποχή του διαδικτύου συμπληρώνοντας τη Σύμβαση της Βέρνης και τη Σύμβαση της Ρώμης.²⁶⁶

Η Ευρωπαϊκή Ένωση υπέγραψε τη Συνθήκη το 1996 και την έθεσε σε ισχύ το 2010.²⁶⁷

265 Summary of the WIPO Performances and Phonograms Treaty (WPPT) (1996), WIPO (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/wppt/summary_wppt.html)

266 Προσχώρηση στις συνθήκες του Παγκόσμιου Οργανισμού Διανοητικής Ιδιοκτησίας (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:l26054&from=EN>)

267 Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, Contracting Parties to WIPO Performances and Phonograms Treaty (https://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=20)

Όσον αφορά στους ερμηνευτές/εκτελεστές, η Συνθήκη τους απονέμει τα εξής οικονομικά δικαιώματα στις υλικά ενσωματωμένες σε φωνογραφήματα παραστάσεις τους (όχι σε οπτικοακουστικές υλικές ενσωματώσεις, όπως κινηματογραφικές ταινίες): το δικαίωμα αναπαραγωγής (άρθρο 7)· το δικαίωμα διανομής (άρθρο 8)· το δικαίωμα εκμίσθωσης (άρθρο 9)· και το δικαίωμα διάθεσης (άρθρο 10).

Το δικαίωμα αναπαραγωγής νοείται ως το δικαίωμα του ερμηνευτή/καλλιτέχνη να επιτρέπει την άμεση ή έμμεση αναπαραγωγή του φωνογραφήματος με οποιοδήποτε τρόπο ή μορφή.

Το δικαίωμα διανομής είναι το δικαίωμα του ερμηνευτή/καλλιτέχνη να επιτρέπει την διάθεση στο κοινό του πρωτότυπου και αντιγράφων του φωνογραφήματος, μέσω πώλησης ή άλλου μέσου μεταβίβασης κυριότητας.

Το δικαίωμα εκμίσθωσης είναι το δικαίωμα του ερμηνευτή/καλλιτέχνη να επιτρέπει την εμπορική εκμίσθωση στο κοινό του πρωτότυπου ή αντιγράφων του φωνογραφήματος, όπως καθορίζεται στα εθνικά δίκαια των συμβαλλομένων μερών (εκτός από χώρες στις οποίες, από 15 Απριλίου 1994, ίσχυε σύστημα δίκαιης αμοιβής για τέτοια μίσθωση).

Το δικαίωμα διάθεσης είναι το δικαίωμα του ερμηνευτή/καλλιτέχνη να επιτρέπει τη διάθεση στο κοινό, με ενσύρματα ή ασύρματα μέσα, κάθε υλικά ενσωματωμένης σε φωνογράφημα παράστασής του, με τέτοιο τρόπο ώστε το κοινό να έχει πρόσβαση από τόπο και σε χρόνο της επιλογής του. Το τελευταίο αφορά ιδίως την διαδραστική, κατ' αίτηση διάθεση μέσω διαδικτύου.

Σε σχέση με τις μη υλικώς ενσωματωμένες ζωντανές παραστάσεις, η Συνθήκη απονέμει στους ερμηνευτές/καλλιτέχνες (άρθρο 6): δικαίωμα ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης (εκτός από την περίπτωση ραδιοτηλεοπτικής αναμετάδοσης)· δικαίωμα παρουσίας στο κοινό (εκτός από όταν η παράσταση είναι μέρος ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης)· δικαίωμα υλικής ενσωμάτωσης.

Επίσης, η Συνθήκη προβλέπει το ηθικό δικαίωμα των ερμηνευτών/εκτελεστών, δηλαδή το δικαίωμα τους να αναγνωρίζονται ως οι ερμηνευτές/εκτελεστές και το δικαίωμα να απαγορεύουν κάθε στρέβλωση, περικοπή ή άλλη τροποποίηση του έργου τους, η οποία θα μπορούσε να προκαλέσει ζημία στη φήμη του ερμηνευτή/εκτελεστή (άρθρο 5).

Στους παραγωγούς φωνογραφημάτων, η Συνθήκη αναγνωρίζει τα ακόλουθα οικονομικά δικαιώματα στα φωνογραφήματά τους: δικαίωμα αναπαραγωγής (άρθρο 11)· δικαίωμα διανομής (άρθρο 12)· δικαίωμα εκμίσθωσης (άρθρο 13)· και δικαίωμα διάθεσης (άρθρο 14).

Το δικαίωμα αναπαραγωγής είναι το δικαίωμα του παραγωγού να επιτρέπει την άμεση ή έμμεση αναπαραγωγή του φωνογραφήματος με οποιοδήποτε τρόπο ή μορφή.

Το δικαίωμα διανομής είναι το δικαίωμα του παραγωγού να επιτρέπει την διάθεση στο κοινό του πρωτότυπου και αντιγράφων του φωνογραφήματος μέσω πώλησης ή άλλης μεταβίβασης κυριότητας.

Το δικαίωμα εκμίσθωσης είναι το δικαίωμα του παραγωγού να επιτρέπει την εμπορική εκμίσθωση στο κοινό του πρωτότυπου ή αντιγράφων του φωνογραφήματος, όπως ρυθμίζεται από τα εθνικά δίκαια των συμβαλλομένων μερών (εκτός από χώρες, στις οποίες ίσχυε, από 15 Απριλίου 1994, σύστημα δίκαιης αμοιβής για τέτοιες μισθώσεις).

Το δικαίωμα διάθεσης νοείται ως το δικαίωμα του παραγωγού να επιτρέπει τη διάθεση του φωνογραφήματος στο κοινό, με ενσύρματα ή ασύρματα μέσα, ώστε το κοινό να αποκτή πρόσβαση στο φωνογράφημα από τόπο και χρόνο της απολύτου επιλογής του. Το τελευταίο ισχύει ιδίως, για την κατ' αίτηση διαδραστική διάθεση μέσω διαδικτύου.

Η Συνθήκη προβλέπει ότι οι ερμηνευτές/εκτελεστές και οι παραγωγοί φωνογραφημάτων έχουν δικαίωμα σε ενιαία εύλογη αμοιβή για την άμεση ή έμμεση χρήση των φωνογραφημάτων, που έχουν δημοσιευθεί για εμπορικούς σκοπούς, για ραδιοτηλεοπτική μετάδοση ή παρουσίαση στο κοινό (άρθρο 15). Ωστόσο, τα συμβαλλόμενα κράτη δύνανται να περιορίσουν ή, εφόσον εκφράσουν επιφύλαξη στην Συνθήκη, να μην απονείμουν το συγκεκριμένο δικαίωμα. Σε περίπτωση που συμβαλλόμενο κράτος εκφράσει επιφύλαξη στη συγκεκριμένη ρύθμιση, και αναλόγως της έκτασής της, τα άλλα συμβαλλόμενα μέρη μπορούν να αρνηθούν την εθνική μεταχείριση στους υπηκόους του επιφυλασσομένου συμβαλλόμενου κράτους, στο πλαίσιο της αμοιβαιότητας.

Το άρθρο 16 της Συνθήκης εφαρμόζει την τριπλή προϋπόθεση που προβλέπεται στο άρθρο 9 παρ. 2 της Σύμβασης της Βέρνης, όσον αφορά τους περιορισμούς και τις εξαιρέσεις στα δικαιώματα, διευρύνοντας την εφαρμογή της. Η συνοδεύουσα Κοινή Δήλωση στην Συνθήκη προβλέπει ότι οι περιορισμοί και οι εξαιρέσεις που προβλέπονται στα εθνικά δίκαια, σύμφωνα με τη Σύμβαση της Βέρνης, επεκτείνονται στο ψηφιακό περιβάλλον. Τα συμβαλλόμενα κράτη μπορούν να προβλέπουν νέες εξαιρέσεις και περιορισμούς, κατάλληλους για το ψηφιακό περιβάλλον. Η διεύρυνση των ήδη υπαρχόντων ή δημιουργία νέων περιορισμών και εξαιρέσεων επιτρέπεται εφόσον πληρούνται η τριπλή προϋπόθεση.

Η διάρκεια προστασίας των δικαιωμάτων είναι τουλάχιστον 50 έτη (άρθρο 17), τα οποία υπολογίζονται για τους ερμηνευτές/εκτελεστές από το τέλος του έτους μέσα στο οποίο έγινε η εγγραφή της ερμηνείας τους σε φωνογράφημα· και για τους παραγωγούς φωνογραφημάτων από το τέλος του έτους μέσα στο οποίο δημοσιεύθηκε το φωνογράφημα, ή αν δεν έγινε δημοσίευση, από το έτος που έγινε η εγγραφή.

Η κτήση και άσκηση των δικαιωμάτων που προβλέπονται στη Συνθήκη δεν υπόκειται σε καμία διατύπωση (άρθρο 20).

Τα συμβαλλόμενα κράτη δεσμεύονται να προβλέπουν ένδικα βοηθήματα ενάντια στην καταστρατήγηση των τεχνολογικών μέτρων που χρησιμοποιούν οι ερμηνευτές/εκτελεστές ή παραγωγοί φωνογραφημάτων (π.χ. κρυπτογράφηση) σε σχέση με την άσκηση των δικαιωμάτων τους (άρθρα 18 και 19), και ενάντια στην αφαίρεση ή αλλοίωση πληροφοριών (όπως την ένδειξη συγκεκριμένων στοιχείων που ταυτοποιούν τον ερμηνευτή/εκτελεστή, την παράσταση, τον παραγωγό φωνογραφημάτων ή το ίδιο το φωνογράφημα), οι οποίες είναι απαραίτητες για τη διαχείριση των εν λόγω δικαιωμάτων (π.χ. παραχώρηση άδειας, συλλογή και διανομή των δικαιουμένων αμοιβών).

Κάθε συμβαλλόμενο μέρος υποχρεούται να υιοθετήσει τα κατάλληλα μέτρα, σύμφωνα με το νομικό του σύστημα (άρθρο 23), ώστε να διασφαλίσει την εφαρμογή της Συνθήκης και την αποτελεσματική αντιμετώπιση κάθε παραβίασης δικαιωμάτων που αυτή απονέμει (γρήγορες διαδικασίες, πρόστιμα αρκετά υψηλά ώστε να αποθαρρύνουν περαιτέρω παραβιάσεις).

2.6.6. Συνθήκη του Πεκίνου για τις οπτικοακουστικές παραστάσεις (2012)²⁶⁸

Αφορά στα δικαιώματα των ερμηνευτών/εκτελεστών καλλιτεχνών στις οπτικοακουστικές παραστάσεις. Απονέμει στους ερμηνευτές/εκτελεστές τέσσερα οικονομικά δικαιώματα στις παραστάσεις τους που είναι υλικώς ενσωματωμένες σε οπτικοακουστικά έργα, όπως κινηματογραφικές ταινίες: δικαίωμα αναπαραγωγής (άρθρο 7)· δικαίωμα διανομής (άρθρο 8)· δικαίωμα εκμίσθωσης (άρθρο 9)· δικαίωμα διάθεσης στο κοινό (άρθρο 10).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι συμβαλλόμενο μέρος στη Συνθήκη.

Το δικαίωμα αναπαραγωγής είναι το δικαίωμα του ερμηνευτή/εκτελεστή να επιτρέπει την άμεση ή έμμεση αναπαραγωγή της παράστασης που είναι υλικώς ενσωματωμένη σε οπτικοακουστικό έργο με οποιοδήποτε τρόπο ή μορφή.

Το δικαίωμα διανομής είναι το δικαίωμα του ερμηνευτή/εκτελεστή να επιτρέπει την διάθεση στο κοινό του πρωτοτύπου ή αντιγράφων της παράστασης που είναι υλικώς ενσωματωμένη σε οπτικοακουστικό έργο, μέσω πώλησης ή άλλης μεταφοράς κυριότητας.

Το δικαίωμα εκμίσθωσης είναι το δικαίωμα του ερμηνευτή/εκτελεστή να επιτρέπει την εμπορική εκμίσθωση στο κοινό του πρωτοτύπου ή αντιγράφων της παράστασης που είναι υλικώς ενσωματωμένη σε οπτικοακουστικό έργο.

Το δικαίωμα διάθεσης στο κοινό είναι το δικαίωμα του ερμηνευτή/εκτελεστή να επιτρέπει την διάθεση στο κοινό, μέσω ενσύρματων ή ασύρματων μέσων, κάθε παράστασης που είναι υλικώς ενσωματωμένη σε

²⁶⁸ Summary of the Beijing Treaty on Audiovisual Performances (2012), WIPO
(https://www.wipo.int/treaties/en/ip/beijing/summary_beijing.html)

οπτικοακουστικό έργο, με τέτοιο τρόπο ώστε το κοινό να έχει πρόσβαση από τόπο και χρόνο της επιλογής του. Το τελευταίο αφορά ιδίως στην κατ' αίτηση του χρήστη διαδραστική διάθεση μέσω διαδικτύου.

Όσον αφορά στις μη υλικώς ενσωματωμένες ζωντανές εμφανίσεις, η Συνθήκη απονέμει στους ερμηνευτές εκτελεστές τρία είδη δικαιωμάτων (άρθρο 6): το δικαίωμα μετάδοσης (εκτός από τις περιπτώσεις αναμετάδοσης)· το δικαίωμα παρουσίας στο κοινό (εκτός από τις μεταδόσεις της παράστασης)· το δικαίωμα υλικής ενσωμάτωσης.

Επιπλέον, απονέμεται ηθικό δικαίωμα στους ερμηνευτές/εκτελεστές (άρθρο 5), ώστε να μπορούν να απαιτούν να αναφέρονται ως οι ερμηνευτές/εκτελεστές (εκτός αν η παράλειψη αναφοράς τους απαιτείται από τον τρόπο χρήσης της παράστασης), και να μπορούν να αντιτίθενται σε κάθε στρέβλωση, περικοπή ή άλλη τροποποίηση του έργου τους ικανή να βλάψει την φήμη του ερμηνευτή/εκτελεστή, λαμβάνοντας υπόψη τη φύση των οπτικοακουστικών έργων.

Οι ερμηνευτές έχουν δικαίωμα να επιτρέπουν την μετάδοση και παρουσίαση στο κοινό των παραστάσεων τους που ενσωματώνονται σε οπτικοακουστικά έργα δυνάμει της Συνθήκης (άρθρο 11). Εντούτοις, τα συμβαλλόμενα κράτη μπορούν να προβλέψουν δικαίωμα δίκαιης αμοιβής για την άμεση ή έμμεση χρήση των παραστάσεων για την μετάδοση ή παρουσίαση στο κοινό, αντί του δικαιώματος του ερμηνευτή/εκτελεστή να το επιτρέπει ή να το απαγορεύει. Κάθε συμβαλλόμενο κράτος δύναται να περιορίσει ή να αρνηθεί να ενσωματώσει αυτό το δικαίωμα (υπό την προϋπόθεση ότι θα εκφράσει επιφύλαξη στη Συνθήκη). Αναλόγως της έκτασης της επιφύλαξης, τα άλλα συμβαλλόμενα κράτη μπορούν να αρνηθούν να παρέχουν εθνική μεταχείριση στους υπηκόους του κράτους αυτού, στο πλαίσιο της αρχής της αμοιβαιότητας.

Το αποκλειστικό δικαίωμα του ερμηνευτή/εκτελεστή στην παράσταση του μεταφέρεται στον παραγωγό του οπτικοακουστικού έργου (άρθρο 12), όταν ο ερμηνευτής/εκτελεστής παρέχει τη συναίνεσή του για την υλική ενσωμάτωση της παράστασης στο οπτικοακουστικό έργο (εκτός αν η σύμβαση μεταξύ των δύο προβλέπει διαφορετικά). Ανεξαρτήτως της μεταβίβασης, τα εθνικά δίκαια των κρατών ή οι συμβάσεις είναι ελεύθερα να απονέμουν στον ερμηνευτή/εκτελεστή δικαίωμα να λαμβάνει δίκαιη αμοιβή για κάθε χρήση της παράστασης του.

Για τους περιορισμούς και εξαιρέσεις στο αποκλειστικό δικαίωμα του ερμηνευτή/εκτελεστή, η Συνθήκη προβλέπει την τριπλή προϋπόθεση της Σύμβασης της Βέρνης, και επεκτείνει την εφαρμογή της σε όλα τα δικαιώματα (άρθρο 13). Η Κοινή Δήλωση στη Συνθήκη του Πεκίνου προβλέπει, ότι η Κοινή Δήλωση στη Συμφωνία WCT εφαρμόζεται και στη Συνθήκη του Πεκίνου, και οι επιτρεπόμενοι περιορισμοί και εξαιρέσεις που συμφωνούν με την τριπλή προϋπόθεση, επεκτείνονται και στο ψηφιακό περιβάλλον. Η διάρκεια προστασίας των δικαιωμάτων είναι τουλάχιστον 50 έτη.

Η κτήση και άσκηση των δικαιωμάτων που προβλέπει η Συνθήκη δεν υπόκειται σε καμία διατύπωση (άρθρο 17).

Τα συμβαλλόμενα κράτη οφείλουν να θεσπίσουν *ένδικα βοηθήματα ενάντια στην καταστρατήγηση των τεχνολογικών μέτρων προστασίας που λαμβάνουν οι ερμηνευτές/εκτελεστές για την άσκηση των δικαιωμάτων τους* (π.χ. κρυπτογράφηση), και *ενάντια στην αφαίρεση ή αλλοίωση πληροφοριών που είναι απαραίτητες για τη διαχείριση των δικαιωμάτων* (π.χ. παροχή άδειας, συλλογή και κατανομή των αμοιβών) [άρθρα 15 και 16]. Κάθε κράτος πρέπει να διασφαλίζει την εφαρμογή της Συνθήκης και να προβλέπει στο εθνικό δίκαιο διαδικασίες επιβολής των δικαιωμάτων, ώστε να καθιστά δυνατή την αποτελεσματική καταπολέμηση κάθε παραβίασης των δικαιωμάτων που απονέμει η Συνθήκη. Πρέπει να προβλέπεται ταχεία επιδίκαση αποζημίωσης και πρόστιμα τέτοιου ύψους, που να αποθαρρύνουν άλλες παραβιάσεις (άρθρο 20).

Σύμφωνα με μια Κοινή Δήλωση στη Συνθήκη σε σχέση με την αλληλεπίδραση μεταξύ τεχνολογικών μέτρων προστασίας και περιορισμών και εξαιρέσεων, διευκρινίζει ότι τα συμβαλλόμενα κράτη μπορούν να λαμβάνουν *κατάλληλα μέτρα που διευκολύνουν την κατ' εξαίρεση και κατά περιορισμό χρήση*, ώστε ο εκάστοτε δικαιούχος εξαίρεσης να αποκτά νόμιμη πρόσβαση σε αυτή. Τα ανωτέρω μέτρα λαμβάνονται όταν ο δικαιούχος ερμηνευτής/εκτελεστής δεν έχει λάβει ο ίδιος τα κατάλληλα τεχνολογικά μέτρα προστασίας.

2.6.7. Συνθήκη του Μαρακές για την πρόσβαση τυφλών και ατόμων με προβλήματα όρασης σε δημοσιευμένα έργα (2013)²⁶⁹

Είναι η τελευταία πράξη του διεθνούς δικαίου πνευματικής ιδιοκτησίας που βρίσκεται υπό την διοίκηση της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας. Εμφορεύεται από ανθρωπιστικούς σκοπούς και μια διάσταση κοινωνικής εξέλιξης, με βασικό στόχο τη θέσπιση *υποχρεωτικών περιορισμών και εξαιρέσεων στα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας προς όφελος των τυφλών και ατόμων με προβλήματα όρασης*.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι συμβαλλόμενο μέρος στη Συνθήκη.

Τα συμβαλλόμενα κράτη αναλαμβάνουν να νομοθετήσουν περιορισμούς και εξαιρέσεις στις νομοθεσίες πνευματικής ιδιοκτησίας, ώστε να επιτραπεί η αναπαραγωγή, η διανομή και η παρουσίαση στο κοινό των έργων, με τρόπο που να επιτρέπει την πρόσβαση σε άτομα με προβλήματα στην όραση και την διασυννοριακή ανταλλαγή τέτοιων έργων από οργανώσεις που εξυπηρετούν τα συμφέροντα αυτών των ανθρώπων (άρθρο 4).

Το πεδίο εφαρμογής της Συνθήκης εκτείνεται σε *όλα τα πρόσωπα που πάσχουν από παθήσεις ή αναπηρίες, οι οποίες επηρεάζουν την ανάγνωση τυπωμένου υλικού*. Σε αυτά συμπεριλαμβάνονται οι

²⁶⁹ Summary of the Marrakesh Treaty to Facilitate Access to Published Works for Persons Who Are Blind, Visually Impaired, or Otherwise Print Disabled (MVT) (2013), WIPO (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/marrakesh/summary_marrakesh.html)

τυφλοί, οι έχοντες προβλήματα όρασης και όσοι λόγω κάποιας πάθησης είναι ανίκανοι να κρατήσουν ή να χρησιμοποιήσουν ένα βιβλίο (άρθρο 3).

Τα έργα στα οποία αφορά η Συνθήκη είναι σε μορφή κειμένου, σημείωσης και/ή σχετικών εικόνων, είτε έχουν δημοσιευτεί είτε με κάποιο άλλο μέσο διατεθεί στο κοινό, συμπεριλαμβανομένων των μαγνητοφωνημένων βιβλίων.

Οι αρμόδιες εξουσιοδοτημένες οργανώσεις για την διασυνοριακή ανταλλαγή των έργων είναι κατά κατά κανόνα μη-κερδοσκοπικές και κρατικές. Είτε εξουσιοδοτούνται είτε αναγνωρίζονται από τις κυβερνήσεις σαν οντότητες που εκτελούν πολλές λειτουργίες, μεταξύ των οποίων πρόσβαση σε εκπαίδευση και πληροφόρηση στα ευεργετούμενα πρόσωπα. Οι εξουσιοδοτούμενες οντότητες οφείλουν οι ίδιες να εξακριβώνουν τα δικαιούμενα πρόσωπα και να λαμβάνουν μέτρα κατά της μη εξουσιοδοτημένης χρήσης των έργων, τα οποία χειρίζονται με μεγάλη προσοχή.

Η Συνθήκη προβλέπει τόσο εθνικούς, όσο και για διασυνοριακούς περιορισμούς και εξαιρέσεις των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Κατ' αρχάς δεσμεύει τα συμβαλλόμενα κράτη να προβλέπουν στα εθνικά τους δίκαια περιορισμούς και εξαιρέσεις για τους τυφλούς και άτομα με προβλήματα στην όραση (άρθρα 11 και 12). Τα δικαιώματα στα οποία αφορούν είναι το δικαίωμα αναπαραγωγής, το δικαίωμα διανομής και το δικαίωμα διάθεσης στο κοινό. Οι εξουσιοδοτημένες οντότητες επιτρέπεται να φτιάχνουν αντίγραφα σε προσβάσιμη μορφή, μόνο μη-κερδοσκοπικά, τα οποία διανέμονται στους δικαιούχους με μη-εμπορικές μισθώσεις ή με ηλεκτρονική αποστολή. Για να είναι νόμιμη αυτή η δραστηριότητα πρέπει η πρόσβαση στο έργο να είναι σύμφωνη με το νόμο, οι αλλαγές που γίνονται στο έργο, για να γίνει προσβάσιμο, να είναι μόνο οι απολύτως απαραίτητες, και τα αντίγραφα να διανέμονται μόνο σε δικαιούμενα πρόσωπα. Τυφλοί και άτομα με προβλήματα στην όραση μπορούν να φτιάξουν αντίγραφο έργου για προσωπική χρήση, και σε μορφή κατάλληλη για τους ίδιους, όπου θα έχουν νόμιμη πρόσβαση. Τα κράτη μέλη μπορούν να περιορίσουν αυτήν τη δυνατότητα μόνο στα έργα, τα οποία τα δικαιούμενα πρόσωπα δεν μπορούν να αποκτήσουν στο εμπόριο με δίκαιους όρους.

Επίσης, η Συνθήκη υποχρεώνει τα συμβαλλόμενα κράτη να επιτρέπουν εισαγωγή και εξαγωγή αντιγράφων σε κατάλληλη μορφή υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις. Όσον αφορά στην εισαγωγή, όταν σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο κράτους ένα αντίγραφο έργου σε κατάλληλη μορφή μπορεί να φτιαχτεί, τότε επιτρέπεται και να εισαχθεί αντίγραφο, δίχως τη συναίνεση του δικαιούχου πνευματικής ιδιοκτησίας στο κράτος αυτό. Αντίστοιχα, όταν σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο του κράτους αντίγραφα έργων σε κατάλληλη μορφή μπορούν να διανεμηθούν ή να διατεθούν στο κοινό από εξουσιοδοτημένη οντότητα, μπορούν σε εξαχθούν σε δικαιούμενο πρόσωπο ή άλλη εξουσιοδοτημένη οντότητα σε άλλο συμβαλλόμενο κράτος. Προϋπόθεση είναι τα έργα να χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά από δικαιούμενα πρόσωπα και η εξουσιοδοτημένη οντότητα πρέπει, προτού προβεί στη διανομή ή διάθεση στο κοινό, να μην γνωρίζει ή να μην έχει βάσιμους λόγους να γνωρίζει ότι το αντίγραφο του έργου θα χρησιμοποιηθεί από άλλους.

Τα συμβαλλόμενα κράτη είναι ελεύθερα να εφαρμόσουν την Συνθήκη σύμφωνα με το δικό τους νομικό σύστημα, συμπεριλαμβανομένου του τρόπου με τον οποίο θα ορίσουν τις ορθές πρακτικές, συναλλαγές ή χρήσεις, υπό την προϋπόθεση ότι συμμορφώνονται με την τριπλή προϋπόθεση για τους περιορισμούς και εξαιρέσεις στο απόλυτο δικαίωμα του δικαιούχου πνευματικής ιδιοκτησίας (*ο περιορισμός ή εξαίρεση να αφορά μόνο σε συγκεκριμένες ρυθμιζόμενες περιπτώσεις· να μην έρχεται σε σύγκρουση με την κανονική εκμετάλλευση του έργου· να μην ζημιώνει δυσανάλογα τα έννομα συμφέροντα του δικαιούχου πνευματικής ιδιοκτησίας*).

Τα συμβαλλόμενα κράτη που παραλαμβάνουν αντίγραφα σε κατάλληλη μορφή, αλλά δεν είναι μέλη της Σύμβασης της Βέρνης και δεν έχουν υποχρέωση να τηρούν την τριπλή προϋπόθεση, πρέπει να διασφαλίζουν, ότι αντίγραφα δεν διανέμονται στη συνέχεια εκτός του εδάφους τους. Επιπλέον, η διασυνοριακή μεταφορά από εξουσιοδοτημένες οντότητες δεν επιτρέπεται, εκτός αν το συμβαλλόμενο κράτος όπου παρασκευάζονται τα αντίγραφα είναι συμβαλλόμενο μέρος στη Συνθήκη για τα δικαιώματα του δημιουργού (WCT), ή με κάποιον άλλο τρόπο εφαρμόζει την τριπλή προϋπόθεση στη θέσπιση περιορισμών και εξαιρέσεων.

2.6.8. Οδηγία 93/83/ΕΟΚ του Συμβουλίου περί συντονισμού ορισμένων κανόνων όσον αφορά το δικαίωμα του δημιουργού και τα συγγενικά δικαιώματα που εφαρμόζονται στις δορυφορικές ραδιοτηλεοπτικές μεταδόσεις και την καλωδιακή αναμετάδοση

Θεσπίστηκε με σκοπό να συμπληρώσει το νομικό πλαίσιο που εισήγαγε η Οδηγία 85/552/ΕΟΚ για το συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών-μελών σχετικά με την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων.²⁷⁰ Οι διασυνοριακές ραδιοτηλεοπτικές μεταδόσεις εντός της Κοινότητας αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα μέσα για την επίτευξη των στόχων της διαρκώς στενότερης συνένωσης των ευρωπαϊκών λαών και της εγκαθίδρυσης κοινής αγοράς χωρίς εσωτερικά σύνορα.²⁷¹ Η Οδηγία 85/552/ΕΟΚ περιείχε, μεταξύ άλλων, διατάξεις για την προώθηση της διανομής και παραγωγής ευρωπαϊκών τηλεοπτικών προγραμμάτων και την τηλεοπτική διαφήμιση και χορηγία. Ωστόσο, οι διαφορές των εθνικών ρυθμίσεων, όσον αφορά στο δικαίωμα του δημιουργού, δημιουργούσαν νομική αβεβαιότητα, παρακωλύοντας τους στόχους της διασυνοριακής ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης προγραμμάτων μέσω δορυφόρου και της αναμετάδοσης προγραμμάτων μέσω καλωδίου από άλλα κράτη-μέλη.²⁷² Συνεπώς, η ελεύθερη κυκλοφορία των προγραμμάτων μέσα στην Κοινότητα δημιουργούσε τον κίνδυνο, τα έργα των δικαιούχων να τύχουν εκμετάλλευσης δίχως την καταβολή αμοιβής ή οι μεμονωμένοι δικαιούχοι αποκλειστικών δικαιωμάτων να δημιουργούν προσκόμματα στην εκμετάλλευση των δικαιωμάτων τους σε διάφορα κράτη-μέλη.

²⁷⁰ Αιτιολογική Σκέψη 12, Οδηγία 93/83/ΕΟΚ

²⁷¹ Αιτιολογική Σκέψη 3, Οδηγία 93/83/ΕΟΚ

²⁷² Αιτιολογική Σκέψη 5, Οδηγία 93/83/ΕΟΚ

Προ της θέσπιση της Οδηγίας, οι ραδιοτηλεοπτικές μεταδόσεις ρυθμιζόνταν από διεθνείς συμβάσεις (π.χ. άρθρο 11 δις, Σύμβαση της Βέρνης). Ως ραδιοτηλεοπτική μετάδοση, νοείτο η μετάδοση τηλεοπτικών ή ραδιοφωνικών καναλιών μέσω επίγειων δικτύων με τη χρήση μέρους του ραδιοφάσματος, και η αναμετάδοση ραδιοτηλεοπτικών μεταδόσεων σήμαινε την καλωδιακή αναμετάδοση. “Όταν θεσπίστηκε για πρώτη φορά το δικαίωμα ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης, τα ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά προγράμματα μεταδίδονταν με κύματα Hertz. Οι φορείς εκμετάλλευσης διένειμαν αυτά τα προγράμματα λαμβάνοντας το μεταδιδόμενο σήμα Hertz μέσω κεραίας και παρουσιάζοντας αυτά τα σήματα στο καλωδιακό δίκτυο τους, ώστε να φέρουν τα σχετικά προγράμματα στις συνδεδεμένες συσκευές ραδιοφώνου ή τηλεόρασης. Τον καιρό εκείνο, η ραδιοτηλεοπτική μετάδοση γινόταν κατανοητή ως ασύρματη μετάδοση στο κοινό, και κάθε άλλη παρουσίαση στο κοινό (μέσω καλωδίου) δεν συνιστούσε ραδιοτηλεοπτική μετάδοση”.²⁷³

Επίσης, όσον αφορά στο δικαίωμα του δημιουργού, το προηγούμενο καθεστώς έκανε διάκριση μεταξύ της παρουσίας στο κοινό μέσω δορυφόρων απευθείας μετάδοσης και της παρουσίας στο κοινό μέσω τηλεπικοινωνιακών δορυφόρων.²⁷⁴ Στην παρουσίαση μέσω δορυφόρων απευθείας μετάδοσης, οι φορείς της αγοράς αντιμετώπιζαν τη νομική αβεβαιότητα, αν το δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας ίσχυε μόνο στη χώρα προέλευσης της ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης ή σε όλες της χώρες λήψης του δορυφορικού σήματος. Ως απάντηση, οι ραδιοτηλεοπτικοί φορείς αναγκάζονταν να λαμβάνουν άδειες για όλες τις πιθανές χώρες λήψης. Όμως η αβεβαιότητα συνέχιζε, καθώς λόγω των δυνατοτήτων της δορυφορικής μετάδοσης, σίγουρα το περιεχόμενο θα μεταδιδόταν κάποια στιγμή σε χώρες, όπου η άδεια τους δικαιούχου δεν είχε εξασφαλιστεί, και οι δικαιούχοι θα μπορούσαν να κινηθούν νομικά σε αυτές τις χώρες και να διακόψουν τη δορυφορική μετάδοση για όλες τις χώρες. Η παρουσίαση στο κοινό μέσω τηλεπικοινωνιακών δορυφόρων δεν επηρέαζε κατά κανόνα τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, καθώς το περιεχόμενο δεν διατίθετο στο κοινό. Η λήψη άδειας χρειαζόταν μόνο στα κράτη-μέλη όπου η εθνική νομοθεσία την θεωρούσε αντικείμενο πνευματικής ιδιοκτησίας, δηλ. στη Γαλλία, στην Ισπανία και στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Η Οδηγία απορρίπτει αυτήν τη διάκριση και διακρίνει μεταξύ έργων και άλλων προστατευόμενων αντικειμένων που παρουσιάζονται στο κοινό, και αυτών που δεν παρουσιάζονται στο κοινό.²⁷⁵ Επιπρόσθετα, ήταν αβέβαιο αν η ραδιοτηλεοπτική μετάδοση μέσω δορυφόρων, των οποίων τα σήματα είναι δυνατό να ληφθούν απευθείας θίγει τα δικαιώματα μόνο στη χώρα εκπομπής ή σε όλες μαζί τις χώρες λήψης. Ακόμα και αν είχαν συναφθεί συμβάσεις για την κτήση δικαιωμάτων μετάδοσης, οι επιχειρήσεις εκμετάλλευσης του καλωδιακού δικτύου δεν μπορούσαν να είναι βέβαιες ότι είχαν αποκτήσει όλα τα δικαιώματα επί των προγραμμάτων, τα οποία κάλυπτε η άδεια τους.²⁷⁶

273 De Wolf & Partners, 2013, *Study on the application of Directive 2001/29/EC on copyright and related rights in the information society (the "Infosoc Directive")*, p. 200

(<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9ebb5084-ea89-4b3e-bda2-33816f11425b>)

274 Αιτιολογική Σκέψη 6, Οδηγία 93/83/ΕΟΚ

275 Αιτιολογική Σκέψη 13, Οδηγία 93/83/ΕΟΚ

276 Αιτιολογική Σκέψη 10, Οδηγία 93/83/ΕΟΚ

Η νομική αβεβαιότητα σχετικά με τις απαιτούμενες άδειες αίρεται με την αρχή της χώρας προέλευσης.²⁷⁷

Σύμφωνα με την αρχή, η παρουσίαση στο κοινό μέσω δορυφόρου λαμβάνει χώρα στο κράτος-μέλος από όπου προέρχεται το σήμα το προγράμματος. Η άδεια του δικαιούχου πρέπει να αποκτηθεί μόνο για αυτό το κράτος, ασχέτως των κρατών-μελών όπου θα γίνει μετάδοση του σήματος.

Η Οδηγία απονέμει στο δημιουργό αποκλειστικό δικαίωμα, να επιτρέπει την μέσω δορυφόρου παρουσίαση στο κοινό έργων, επί των οποίων έχει το δικαίωμα δημιουργού.²⁷⁸ Η παρουσίαση μέσω δορυφόρου επιτρέπεται, εφόσον ο δημιουργός παράσχει άδεια, η οποία αποκτάται με συμφωνία.²⁷⁹ Αν τα δικαιώματα του δημιουργού διαχειρίζεται οργανισμός συλλογικής διαχείρισης (“ΟΣΔ”) είναι δυνατόν ο ΟΣΔ να συνάψει συλλογική σύμβαση για μια δεδομένη κατηγορία έργων με ραδιοτηλεοπτικό οργανισμό, η οποία μπορεί να επεκταθεί και σε μη εκπροσωπούμενους από τον ΟΣΔ δικαιούχους της ίδιας κατηγορίας, εφόσον η παρουσίαση στο κοινό μέσω δορυφόρου συνιστά ταυτόχρονη αναμετάδοση επίγειας εκπομπής του ίδιου ραδιοτηλεοπτικού οργανισμού και ο μη εκπροσωπούμενος δικαιούχος έχει δυνατότητα να αποκλείσει από την επέκταση της συλλογικής σύμβασης τα έργα του (η επέκταση αυτή δεν εφαρμόζεται σε κινηματογραφικά έργα). Το δικαίωμα αυτό υπάγεται πλέον στο δικαίωμα παρουσίας έργων στο κοινό και στο δικαίωμα διάθεσης άλλων αντικειμένων στο κοινό που προβλέπεται στο άρθρο 3 της Οδηγίας 2001/92/ΕΚ για τους δημιουργούς, ερμηνευτές ή εκτελεστές, για τους παραγωγούς φωνογραφήματων, για τους παραγωγούς της πρώτης υλικής ενσωμάτωσης ταινιών και για τους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς. Σε σχέση με τους δικαιούχους συγγενικών δικαιωμάτων (ερμηνευτές ή εκτελεστές καλλιτέχνες, παραγωγοί φωνογραφήματων, ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί), η παρουσίαση στο κοινό μέσω δορυφόρου γίνεται βάσει των δικαιωμάτων που προβλέπει η Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ (δικαίωμα υλικής ενσωμάτωσης, δικαίωμα αναπαραγωγής, δικαίωμα να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν την παρουσίαση στο κοινό μέσω δορυφόρου των εκτελέσεων τους).²⁸⁰

Επιπλέον, εξασφαλίζεται για τους δημιουργούς και τους δικαιούχους συγγενικών δικαιωμάτων το δικαίωμα καλωδιακής αναμετάδοσης σε άλλα κράτη-μέλη, ώστε αυτή να γίνεται πάντα βάσει ατομικών ή συλλογικών συμβάσεων μεταξύ των δικαιούχων και των επιχειρήσεων εκμετάλλευσης καλωδιακών δικτύων.²⁸¹ Το δικαίωμα αυτό ασκείται μόνο μέσω οργανισμού συλλογικής διαχείρισης, εκτός αν δικαιούχος είναι ραδιοτηλεοπτικός οργανισμός. Αν ο δικαιούχος δεν εκπροσωπείται από ΟΣΔ, τότε ο ΟΣΔ, που έχει αναλάβει τη διαχείριση δικαιωμάτων της ίδιας κατηγορίας, θεωρείται εξουσιοδοτημένος να διαχειρίζεται τα δικαιώματα του.

277 Άρθρο 1 παρ. 2β, Οδηγία 93/83/ΕΟΚ

278 Άρθρο 2, Οδηγία 93/83/ΕΟΚ

279 Άρθρο 3, Οδηγία 93/83/ΕΟΚ

280 Άρθρο 2, Οδηγία 93/83/ΕΟΚ

281 Άρθρο 8, Οδηγία 93/83/ΕΟΚ

Αποτελέσματα

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2015,²⁸² και συνέλεξε στοιχεία από ενδιαφερόμενα μέρη, το νομικό πλαίσιο που θέσπισε η Οδηγία (η αρχή ότι η αδειοδότηση στη χώρα προέλευσης του σήματος αρκεί για την μετάδοση του έργου σε όσες άλλες χώρες της Ένωσης επιλεγούν) διευκολύνει την απόκτηση άδειας για ραδιοτηλεοπτική μετάδοση μέσω δορυφόρου, τουλάχιστον σε έναν βαθμό. Ωστόσο, οι απόψεις είναι διχασμένες σχετικά με το εάν η ανωτέρω αρχή έχει αυξήσει την πρόσβαση των καταναλωτών σε διασυνοριακές υπηρεσίες μετάδοσης μέσω δορυφόρου. Οι καταναλωτές ισχυρίζονται ότι η Οδηγία δεν εξασφαλίζει επαρκώς την πρόσβαση σε περιεχόμενο που είναι διαθέσιμο σε άλλα κράτη-μέλη, τόσο σε σχέση με περιεχόμενο υψηλής ζήτησης, όσο και για πολιτιστικά προγράμματα.

Οι εθνικές αρχές υποστηρίζουν ότι η αρχή της χώρας προέλευσης διευκολύνει την απόκτηση άδειας, αλλά εκφράζουν επιφυλάξεις για την περιορισμένη εφαρμογή αυτής της αρχής στα οπτικοακουστικά έργα. Οι δικαιούχοι πνευματικής ιδιοκτησίας δεν θεωρούν, ότι η αρχή της χώρας προέλευσης διευκολύνει την παροχή αδειών, προτάσσοντας ότι υπάρχει ήδη καθεστώς για την παροχή πολυεδαφικών αδειών, οι οποίες μπορούν να αποκτηθούν πολύ πιο εύκολα. Η διασυνοριακή παροχή περιεχομένου είναι περιορισμένη λόγω της χαμηλής καταναλωτικής ζήτησης, των εμποδίων στη γλώσσα και των επιχειρηματικών επιλογών των παρόχων υπηρεσιών. Οι παραγωγοί κινηματογραφικών ταινιών και οπτικοακουστικών έργων καταγγέλλουν, ότι η αρχή της χώρας προέλευσης τους στερεί από την ελευθερία να παρέχουν άδειες για τα δικαιώματά τους κατά το δοκούν. Οι ΟΣΔ κατ' αρχήν, δεν πιστεύουν ότι η αρχή διευκολύνει την παροχή αδειών. Οι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί θεωρούν ότι η αρχή διευκολύνει, τουλάχιστον σε έναν βαθμό, την παροχή αδειών, καθώς και ότι η διασυνοριακή πρόσβαση των καταναλωτών σε δορυφορικές υπηρεσίες έχει αυξηθεί.

Όσον αφορά την καλωδιακή αναμετάδοση, η πλειοψηφία των ενδιαφερόμενων μερών θεωρεί ότι η Οδηγία έχει απλοποιήσει την παροχή αδειών για την καλωδιακή αναμετάδοση εκπομπών από άλλα κράτη-μέλη, και έχει αυξήσει την πρόσβαση των καταναλωτών στη διασυνοριακή μετάδοση εκπομπών. Εντούτοις, οι ίδιοι οι καταναλωτές δεν θεωρούν αποτελεσματική την Οδηγία, ούτε τον βαθμό στον οποίο αυξήθηκε η πρόσβαση τους σε υπηρεσίες μετάδοσης, εκφράζοντας παράπονα για κενά στην προσφορά σταθμών στα καλωδιακά δίκτυα. Οι εθνικές αρχές υποστηρίζουν, ότι η Οδηγία έχει απλοποιήσει την παροχή αδειών και ότι έχει αυξήσει την πρόσβαση των καταναλωτών σε υπηρεσίες μετάδοσης ανά την Ε.Ε. Όμως, εκφράζουν επιφυλάξεις για την ασάφεια, όσον αφορά στο ποια δικαιώματα διαχειρίζονται οι ΟΣΔ και ποια οι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί. Οι περισσότεροι δικαιούχοι δεν θεωρούν ότι το καθεστώς καλωδιακής αναμετάδοσης έχει διευκολύνει την παροχή αδειών ή ότι έχει αυξήσει την πρόσβαση των καταναλωτών σε υπηρεσίες μετάδοσης ανά την Ε.Ε. Την πιο θετική άποψη έχουν οι συγγραφείς και οι εκτελεστές. Οι παραγωγοί φωνογραφημάτων, οι εκδότες μουσικής και οι παραγωγοί οπτικοακουστικών

²⁸² Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *Full report on the public consultation on the review of the EU Satellite and Cable Directive*, 04.05.2016 (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/full-report-public-consultation-review-eu-satellite-and-cable-directive>)

έργων θεωρούν ότι αυτό το καθεστώς δεν τους επιτρέπει να διαπραγματεύονται τους όρους των αδειών επί ίσοις όροις. Ορισμένοι επισημαίνουν την χαμηλή ζήτηση των καταναλωτών για τη διασυνοριακή πρόσβαση σε υπηρεσίες οπτικοακουστικού περιεχομένου ή την περιορισμένη επιχειρηματική ζήτηση για ξένους τηλεοπτικούς σταθμούς και πολυεδαφικές άδειες. Οι ΟΣΔ θεωρούν ότι η Οδηγία διευκολύνει την παροχή αδειών και αύξησε την πρόσβαση των καταναλωτών σε ραδιοτηλεοπτικές υπηρεσίες ανά την Ε.Ε. Οι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί και οι φορείς εκμετάλλευσης καλωδιακών υπηρεσιών έχουν επίσης θετική άποψη για τις ρυθμίσεις της Οδηγίας και πιστεύουν ότι έχει αυξηθεί η πρόσβαση των καταναλωτών σε ραδιοτηλεοπτικές υπηρεσίες ανά την Ε.Ε.

Σύμφωνα με Έκθεση της Επιτροπής από το 2016,²⁸³ σχετικά με την αξιολόγηση της Οδηγίας, τα προβλήματα που κλήθηκε να επιλύσει η Οδηγία ήταν: η νομική αβεβαιότητα όσον αφορά τις απαιτούμενες άδειες που έπρεπε να διασφαλίσουν οι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί για την μετάδοση περιεχομένου μέσω δορυφόρου [*“Λόγω της τεχνικής της φύσης, η μετάδοση μέσω δορυφόρου καλύπτει το έδαφος διάφορων κρατών (το “αποτύπωμά της”). Υπήρχε ασυμφωνία σχετικά με το αν η άδεια του δικαιούχου χρειαζόταν μόνο στο κράτος μετάδοσης ή σε καθένα από τα κράτη λήψης[...]”*].²⁸⁴ *“σε κάποια κράτη-μέλη η νομολογία είχε κρίνει ότι η μετάδοση περιεχομένου μέσω δορυφόρου είναι περιορισίμη σε όλα τα κράτη-μέλη του αποτυπώματος, με την έννοια ότι οι δικαιούχοι σε ένα κράτος-μέλος μπορούσαν να εμποδίσουν την δορυφορική μετάδοση που προοριζόταν για όλη την Ευρώπη”*].²⁸⁵ και η δυσκολία στο να διασφαλιστούν πολλαπλές άδειες σε σύντομο χρονικό διάστημα για την καλωδιακή αναμετάδοση – *“το δομικό πρόβλημα της διαχείρισης δικαιωμάτων”*²⁸⁶ (*“οι βασικοί ραδιοτηλεοπτικοί φορείς καθορίζουν το χρόνο και το περιεχόμενο των προγραμμάτων, και εξ αυτού συναγόταν ότι είχαν αρκετό χρόνο για να λάβουν την άδεια από κάθε δικαιούχο.[...] Αντιθέτως, ήταν αδύνατον για τους φορείς εκμετάλλευσης καλωδιακής τηλεόρασης να λάβουν με τον ίδιο τρόπο τις απαιτούμενες άδειες από κάθε δικαιούχο”*).²⁸⁷ Λαμβάνοντας υπόψη ότι κάθε αναμεταδιδόμενο κανάλι περιέχει πολυάριθμα προγράμματα που αποτελούνται από πληθώρα έργων, που προστατεύονται με πνευματική ιδιοκτησία, ότι κατά κανόνα οι υπηρεσίες καλωδιακής τηλεόρασης προσφέρουν πολυάριθμα κανάλια, ότι ο φορέας εκμετάλλευσης καλωδιακής τηλεόρασης δεν ελέγχει τη χρήση των έργων σε κάθε κανάλι, ούτε έχει το χρόνο να λαμβάνει τις άδειες για τα προστατευόμενα έργα, ο φόρτος για τον φορέα εκμετάλλευσης καλωδιακής τηλεόρασης,

283 Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *Commission Staff Working Document: Evaluation of the Council Directive 93/83/EEC on the coordination of certain rules concerning copyright and rights related to copyright applicable to satellite broadcasting and cable retransmission*, 14.09.2016 (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/evaluation-council-directive-9383eec-coordination-certain-rules-concerning-copyright-and-rights>)

284 De Wolf & Partners, 2013, *Study on the application of Directive 2001/29/EC on copyright and related rights in the information society (the “Infosoc Directive”)*, p. 59 (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9ebb5084-ea89-4b3e-bda2-33816f11425b>)

285 T. Dreier, P. B. Hugenholtz, 2016, *Concise European Copyright Law*, Wolters Kluwer, p. 263

286 P. B. Hugenholtz, 2009-8, *“SatCab Revisited: The Past, Present and Future of the Satellite and Cable Directive”*, IRIS plus, p. 13

287 De Wolf & Partners, 2013, *Study on the application of Directive 2001/29/EC on copyright and related rights in the information society (the “Infosoc Directive”)*, p. 206-207 (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9ebb5084-ea89-4b3e-bda2-33816f11425b>)

που συνεπάγεται η εξασφάλιση αδειών για τα έργα, ήταν σημαντικός. Οι χρονοβόρες διαπραγματεύσεις και επαναδιαπραγματεύσεις για την λήψη αδειών συνιστούσαν πρόβλημα.

Επιπλέον, η Οδηγία κλήθηκε να επιλύσει το πρόβλημα των δικαιούχων που δεν εκπροσωπούνταν από τους ΟΣΔ με τους οποίους οι φορείς συμβάλλονταν για να εξασφαλίσουν άδειες: *“σε πολλά κράτη-μέλη, οι καλωδιακές αναμεταδόσεις προγραμμάτων γίνονταν βάσει συλλογικών συμβάσεων (πριν ακόμα από τη θέσπιση της Οδηγίας). Ωστόσο, οι φορείς εκμετάλλευσης καλωδιακής τηλεόρασης ήταν και πάλι αβέβαιοι σχετικά με τους μη εκπροσωπούμενους δικαιούχους, δηλ. τους δικαιούχους που δεν σχετίζονταν ούτε εκπροσωπούνταν από τους συμβαλλόμενους οργανισμούς συλλογικής διαχείρισης, και για το λόγο αυτό ήταν ικανοί να διεκδικήσουν αποζημίωση ή να εμποδίσουν την εκμετάλλευση μέσω προσφυγής.[...]”*²⁸⁸

Τα παραπάνω προβλήματα αντιμετωπίζονται από τη Οδηγία τους εξής τρόπους:

- Προκειμένου να αποτραπεί ο κατακερματισμός της ευρωπαϊκής αγοράς δορυφόρων, και η σωρευτική εφαρμογή πολλών διαφορετικών εθνικών δικαίων σε μία δορυφορική μετάδοση, θεσπίζεται ένα δικαίωμα παρουσίας στο κοινό μέσω δορυφόρου με ισχύ σε όλη την Ε.Ε.²⁸⁹ και ορίζεται ότι η παρουσίαση στο κοινό μέσω δορυφόρου λαμβάνει χώρα στη χώρα προέλευσης της δορυφορικής μετάδοσης. Σύμφωνα με την αρχή της χώρας προέλευσης, άδεια χρειάζεται να ληφθεί μόνο στη χώρα προέλευσης της μετάδοσης και όχι σε όλες τις χώρες όπου το σήμα λαμβάνεται. Για αυτόν το λόγο, για τη μετάδοση σε άλλα κράτη-μέλη απαιτείται μόνο μία άδεια στη χώρα προέλευσης της δορυφορικής μετάδοσης. Ο αριθμός χωρών όπου θα γίνει η μετάδοση λαμβάνεται υπόψη μόνο για την αμοιβή του δικαιούχου.²⁹⁰ Η αρχή της χώρας προέλευσης δεν επηρεάζει τη συμβατική ελευθερία και είναι δυνατό να περιορίζεται η εκμετάλλευση των δικαιωμάτων, ιδίως σε σχέση με συγκεκριμένα τεχνικά μέσα μετάδοσης ή εκδόσεις σε διαφορετική γλώσσα.²⁹¹
- Για να αντιμετωπιστεί το δομικό πρόβλημα της διαχείρισης δικαιωμάτων, η Οδηγία προβλέπει σύστημα υποχρεωτικής συλλογικής διαχείρισης των δικαιωμάτων διασυνοριακής καλωδιακής αναμετάδοσης. Οι δικαιούχοι, όπως παραγωγοί κινηματογραφικών ταινιών και σεναριογράφοι, δεν μπορούν να διαχειρίζονται αυτοτελώς τα δικαιώματα καλωδιακής αναμετάδοσης έναντι των φορέων εκμετάλλευσης καλωδιακής τηλεόρασης. *Η διαχείριση των δικαιωμάτων μπορεί να γίνεται μόνο από οργανισμούς συλλογικής διαχείρισης που εκπροσωπούν κάθε δικαιούχο, εκτός από τα δικαιώματα των ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών. Το σύστημα διευκολύνει την παροχή*

288 ω.α. υποσημ. 270

289 Prof. P. B. Hugenholtz, 2009-8, *A legal novelty at the time, "SatCab Revisited: The Past, Present and Future of the Satellite and Cable Directive"*, IRIS plus, p. 9

290 De Wolf & Partners, 2013, *Study on the application of Directive 2001/29/EC on copyright and related rights in the information society (the "Infosoc Directive")*, p. 59-61

(<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9ebb5084-ea89-4b3e-bda2-33816f11425b>)

291 Αιτιολογική Σκέψη 16, Οδηγία 93/83/ΕΟΚ

αδειών για τις καλωδιακές αναμεταδόσεις και αποτρέπει τα εκ των υστέρων προβλήματα στις καλωδιακές αναμεταδόσεις”.²⁹²

- Το ζήτημα των μη εκπροσωπούμενων δικαιούχων αντιμετωπίζεται με *τεκμήριο εκπροσώπησης*, δηλ. ο ΟΣΔ που διαχειρίζεται δικαιώματα της ίδιας κατηγορίας με αυτά του μη εκπροσωπούμενου δικαιούχου, τεκμαίρεται ως αρμόδιος για να παράσχει άδεια για τα δικαιώματα αυτού του δικαιούχου.²⁹³ Το τεκμήριο αυτό δεν ισχύει για τα δικαιώματα ραδιοτηλεοπτικού οργανισμού επί των ίδιων μεταδόσεων, ασχέτως αν τα δικαιώματα είναι δικά του ή του έχουν μεταφερθεί από άλλους δικαιούχους πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων.

Τα συμπεράσματα όπου καταλήγει η Έκθεση της Επιτροπής, είναι ότι η Οδηγία στο σύνολο της (μέσω της αρχής της χώρας προέλευσης) *έχει διευκολύνει την παροχή αδειών χρήσης δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων για την δορυφορική μετάδοση από ραδιοτηλεοπτικούς φορείς*, ιδίως αυτούς που δραστηριοποιούνται στην δωρεάν δορυφορική τηλεόραση, το ραδιόφωνο (εξαιρουμένων των κρυπτογραφημένων και τοπικά περιορισμένων υπηρεσιών δορυφορικής τηλεόρασης και ραδιοφώνου επί πληρωμή). Για την δωρεάν μετάδοση οι ραδιοτηλεοπτικοί φορείς χρειάζονται άδεια μόνο στο κράτος-μέλος προέλευσης. Συνεπώς, μπορεί να υποστηριχθεί ότι η Οδηγία ενίσχυσε την πρόσβαση σε τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά προγράμματα από άλλα κράτη-μέλη σε έναν ορατό βαθμό.

Σε σχέση με την καλωδιακή αναμετάδοση από άλλα κράτη-μέλη, η Έκθεση καταλήγει πως η Οδηγία έχει βοηθήσει πολύ την παροχή αδειών για δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικά δικαιώματα μέσω της υποχρέωσης συλλογικής διαχείρισης. Πολλοί ενδιαφερόμενοι φορείς δηλώνουν ότι προτιμούν την ατομική διαχείριση των δικαιωμάτων, αλλά η Οδηγία έχει στο σύνολο της διασφαλίσει υψηλό επίπεδο προστασίας για τους δικαιούχους. Επιπλέον, βελτίωσε την πρόσβαση των καταναλωτών σε τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές μεταδόσεις από άλλα κράτη-μέλη.

Ακόμη, η Οδηγία μπορεί να θεωρηθεί αποδοτική από πλευράς κόστους και ευεργετική. Δεν παρήγαγε διοικητικά βάρη ή σημαντικά έξοδα για την συμμόρφωση και την εφαρμογή της ούτε για τα ενδιαφερόμενα μέρη, ούτε για τα κράτη-μέλη. Μείωσε το κόστος συναλλαγής τόσο για τους παρόχους, όσο και για τους κατόχους άδειας. Το κόστος λήψης μιας άδειας για δορυφορική μετάδοση υπολογίζεται πλέον με βάση το υπαρκτό και το δυνητικό ακροατήριο των ραδιοτηλεοπτικών φορέων στη χώρα προέλευσης και στις χώρες λήψης του σήματος. Κάποια συγκεκριμένα έξοδα που δημιουργεί η υποχρεωτική συλλογική διαχείριση, λόγω της αμοιβής που παρακρατούν οι ΟΣΔ, θεωρείται ότι αντισταθμίζονται από τα κέρδη στο κόστος συναλλαγής. Βέβαια, κάποιοι δικαιούχοι αναφέρθηκαν σε πιθανά αρνητικά αποτελέσματα της Οδηγίας στη λειτουργία της αγοράς, ισχυριζόμενοι ότι η αρχή της χώρας προέλευσης μπορεί να υπονομεύσει την στρατηγική κατανομής του περιεχομένου ανά χώρα και ότι

²⁹² Study on the Satellite and Cable Directive, 30.06.2016, Section 4.2.2 (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/study-satellite-and-cable-directive>)

²⁹³ Άρθρο 9 παρ. 2, Οδηγία 93/83/ΕΟΚ

υποχρεωτική συλλογική διαχείριση δεν επιτρέπει την αδειοδότηση των δικαιωμάτων καλωδιακής αναμετάδοσης επί ίσοις όροις.

Όμως δεν λαμβάνονται υπόψη για την αρχή της χώρας προέλευσης, καθώς η Οδηγία επιτρέπει τον συμβατικό περιορισμό της δορυφορικής ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης. Η υποχρεωτική συλλογική διαχείριση των δικαιωμάτων καλωδιακής αναμετάδοσης, ευνοεί τους ιδιώτες και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (η πλειονότητα των δικαιούχων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων ανήκει σε αυτές τις κατηγορίες), λόγω της περιορισμένης δυνατότητας τους να διεξάγουν πολλές ξεχωριστές διαπραγματεύσεις.

Σε σχέση με την δορυφορική ραδιοτηλεοπτική μετάδοση, η Οδηγία παρήγαγε υπολογίσιμη προστιθέμενη αξία στην Ε.Ε., καθώς καμία δράση δεν μπορούσε να έχει ληφθεί σε επίπεδο κρατών-μελών με αντίστοιχα αποτελέσματα. Για την καλωδιακή αναμετάδοση, η δράση σε επίπεδο κρατών-μελών είναι πιθανή, αλλά η Οδηγία παρήγαγε προστιθέμενη αξία θεσπίζοντας εναρμονισμένους κανόνες σε όλη την εσωτερική αγορά. Επίσης, η Οδηγία μπορεί να πιστωθεί ότι προώθησε ανερχόμενες αγορές τηλεοπτικής και ραδιοφωνικής μετάδοσης και διανομής: 28,7 εκ. ευρωπαϊκά νοικοκυριά λαμβάνουν δωρεάν δορυφορικές ραδιοτηλεοπτικές υπηρεσίες και 56,4 εκ. λαμβάνουν υπηρεσίες καλωδιακής αναμετάδοσης. Βέβαια, οι διατάξεις της Οδηγίας αφορούν σε συγκεκριμένα τεχνολογικά μέσα, τα οποία αποκλειστικά καλύπτουν, αφήνοντας εκτός της εφαρμογής της διάφορα μέσα ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης και αναμετάδοσης που έχουν προκύψει τα τελευταία χρόνια.

2.6.9. Οδηγία 2009/24/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη νομική προστασία των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών

Η Οδηγία τέθηκε σε ισχύ για να κωδικοποιήσει την Οδηγία 91/250/ΕΟΚ, η οποία είχε υποστεί τροποποιήσεις. Συνεπώς, είναι σκόπιμο οι δύο Οδηγίες να εξεταστούν από κοινού. Στόχος της προγενέστερης Οδηγίας ήταν να παρέχεται νομική προστασία στα προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών σε εκείνα τα κράτη-μέλη όπου δεν προβλεπόταν.²⁹⁴ Η κατάρτιση των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών απαιτεί την ανάληψη σημαντικών ανθρώπινων, τεχνικών και οικονομικών πόρων, και το αποτέλεσμα αυτών των κόπων (δηλαδή το πρόγραμμα) μπορεί να αντιγραφεί με μικρό κόστος σε σχέση με αυτό που απαιτείται για την ανεξάρτητη κατάρτιση του.²⁹⁵ Ωστόσο, τα προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών διαδραματίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην σύγχρονη οικονομική ζωή. Είναι

²⁹⁴ Έκθεση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και στην Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή σχετικά με την εφαρμογή και τα αποτελέσματα της Οδηγίας 91/250/ΕΟΚ για τη νομική προστασία των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών, 10.04.2000 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52000DC0199&from=EL>)

²⁹⁵ Αιτιολογική Σκέψη 2, Οδηγία 2009/24/ΕΚ

συνεπώς να απαραίτητο να προβλέπεται μια ενιαία ρύθμιση της προστασίας τους στην ενιαία αγορά που βασίζεται σε κοινές αρχές.

Βασική παραδοχή των δύο Οδηγιών είναι, ότι τα προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών προστατεύονται με δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας σαν λογοτεχνικά έργα κατά την έννοια της Σύμβασης της Βέρνης για την προστασία των λογοτεχνικών και καλλιτεχνικών έργων.²⁹⁶ Προϋπόθεση προστασίας είναι το έργο να είναι πρωτότυπο υπό την έννοια ότι είναι αποτέλεσμα προσωπικής πνευματικής εργασίας του δημιουργού.

Η Οδηγία προστατεύει μόνο την έκφραση του προγράμματος.²⁹⁷ Οι ιδέες και οι αρχές στις οποίες βασίζεται οποιοδήποτε στοιχείο του προγράμματος, συμπεριλαμβανομένων και εκείνων στις οποίες βασίζονται στα συστήματα διασύνδεσης, δεν προστατεύονται με δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας. Οι ιδέες αυτές μπορούν να έχουν τη μορφή αλγόριθμου, γλώσσας προγραμματισμού ή κοινής λογικής.²⁹⁸ Εντούτοις, προστατεύεται η προπαρασκευαστική εργασία σχεδιασμού που οδηγεί στην κατάρτιση ενός προγράμματος, εφόσον η φύση της προπαρασκευαστικής εργασίας είναι τέτοια, που το πρόγραμμα μπορεί να προκύψει από αυτήν σε ύστερο στάδιο.²⁹⁹

Η λειτουργία του προγράμματος Η/Υ απαιτεί επικοινωνία και συνεργασία με τις άλλες μονάδες ενός συστήματος Η/Υ και τους χρήστες. Τα συστήματα διασύνδεσης είναι τα μέρη του προγράμματος που εξασφαλίζουν τη διασύνδεση και το διάλογο μεταξύ των στοιχείων υλικού και λογισμικού, ώστε να επιτευχθεί η επικοινωνία μεταξύ τους με όλους τους τρόπους λειτουργίας τους.³⁰⁰

Δημιουργός του προγράμματος είναι το φυσικό πρόσωπο ή ομάδα φυσικών προσώπων που το έχει δημιουργήσει. Αν η εθνική νομοθεσία το επιτρέπει, δημιουργός μπορεί να είναι και νομικό πρόσωπο.³⁰¹ Το πρόγραμμα μπορεί να αποτελεί συλλογικό έργο, εφόσον τέτοια έργα προβλέπονται από τη νομοθεσία κράτους-μέλους. Σε αυτήν την περίπτωση, δημιουργός θεωρείται το φυσικό πρόσωπο που αναγνωρίζει ως δημιουργό η οικεία νομοθεσία.

Η Οδηγία απονέμει ηθικό και περιουσιακό δικαίωμα στον δικαιούχο. Το ηθικό δικαίωμα προκύπτει από την παραπομπή της Οδηγίας στη Σύμβαση της Βέρνης και από το άρθρο 3, που κάνει λόγο για προστασία που εφαρμόζεται όπως και στα λογοτεχνικά έργα. Το περιουσιακό δικαίωμα αφορά στο δικαίωμα του δημιουργού να πραγματοποιεί ή να παρέχει άδεια για:³⁰²

- οριστική ή προσωρινή αναπαραγωγή του προγράμματος, με κάθε μέσο και μορφή·

296 Άρθρο 1, Οδηγία 2009/24/EK· Άρθρο 1, Οδηγία 91/250/ΕΟΚ

297 Αιτιολογική Σκέψη 11, Οδηγία 2009/24/EK

298 Αιτιολογική Σκέψη 11, Οδηγία 2009/24/EK

299 Αιτιολογική Σκέψη 7, Οδηγία 2009/24/EK

300 Αιτιολογική Σκέψη 10, Οδηγία 2009/24/EK

301 Άρθρο 2, Οδηγία 2009/24/EK

302 Άρθρο 4, Οδηγία 2009/24/EK

- *μετάφραση, προσαρμογή, διαρρύθμιση ή οποιαδήποτε άλλη μετατροπή του προγράμματος και αναπαραγωγή αποτελεσμάτων του·*
- *οποιαδήποτε μορφή διανομής στο κοινό, συμπεριλαμβανομένης της εκμίσθωσης, του πρωτότυπου προγράμματος Η/Υ ή των αντιγράφων του. Η πρώτη πώληση στην Ε.Ε. αντιγράφου ενός προγράμματος από τον δικαιούχο ή με τη συγκατάθεσή του, εξαντλεί το δικαίωμα διανομής του αντιγράφου αυτού εντός της Ε.Ε.*

Στο περιουσιακό δικαίωμα του δημιουργού προβλέπονται ορισμένες εξαιρέσεις.³⁰³ Δεν απαιτείται η άδεια του δημιουργού για την αναπαραγωγή, τη μετάφραση, προσαρμογή, διαρρύθμιση ή άλλη μετατροπή του προγράμματος, όταν αυτές είναι αναγκαίες για την κατά προορισμό χρήση του προγράμματος ή τη διόρθωση σφαλμάτων από το πρόσωπο που το απέκτησε νόμιμα. Ο χρήστης μπορεί επίσης να προβεί σε πράξεις φόρτωσης και εκτέλεσης που απαιτούνται για τη χρήση ενός νομίμως αποκτηθέντος αντιγράφου, και σε διόρθωση σφαλμάτων.³⁰⁴ Επίσης, εφόσον η λήψη πληροφοριών που χρειάζονται για την επίτευξη της διαλειτουργικότητας ενός ανεξάρτητα δημιουργηθέντος προγράμματος με άλλα προγράμματα είναι εφικτή μόνο ύστερα από αναπαραγωγή, μετάφραση ή προσαρμογή κώδικα που περιέχεται σε αντίγραφο προγράμματος, η τέλεση των πράξεων αυτών δεν χρειάζεται άδεια υπό προϋποθέσεις (αντίστροφη μεταγλώττιση).³⁰⁵

Επιτρέπεται η δημιουργία εφεδρικού αντιγράφου που είναι απαραίτητη για τη χρήση, από το νόμιμο αδειούχο του προγράμματος.³⁰⁶ Ακόμη, ο νόμιμος αδειούχος δεν χρειάζεται άδεια του δημιουργού, προκειμένου να μελετά, να παρακολουθεί ή να δοκιμάζει τη λειτουργία του προγράμματος, ώστε να εντοπίσει τις ιδέες και αρχές που αποτελούν τη βάση οποιουδήποτε στοιχείου του προγράμματος.

Η διάρκεια προστασίας του δικαιώματος καλύπτει τη ζωή του δημιουργού και τουλάχιστον 50 έτη μετά το θάνατο του, ή μετά το θάνατο του τελευταίου επιζώντος δημιουργού.³⁰⁷ Ακόμη, είναι δυνατή η κατοχύρωση προγράμματος η/υ με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, εφόσον πληροί τους όρους καινοτομίας και βιομηχανικής εφαρμογής, ώστε να προστατευθούν οι βασικές ιδέες και αρχές του προγράμματος, που δεν προστατεύονται με δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας.

Τέλος, τα κράτη-μέλη ανέλαβαν υποχρέωση να περιορίσουν με τις εθνικές νομοθεσίες τους κάθε περίπτωση που κλεψίτυπο αντίγραφο προγράμματος έχει τεθεί σε κυκλοφορία ή βρίσκεται στην κατοχή προσώπου για σκοπούς εμπορικούς, και αντίστοιχα τα μέσα που στοχεύουν να διευκολύνουν την χωρίς άδεια αφαίρεση ή εξουδετέρωση τεχνικού συστήματος ασφαλείας προγράμματος Η/Υ.³⁰⁸

303 Άρθρο 5, Οδηγία 2009/24/EK

304 Αιτιολογική Σκέψη 13, Οδηγία 2009/24/EK

305 Άρθρο 6, Οδηγία 2009/24/EK

306 Άρθρο 5, Οδηγία 2009/24/EK

307 Άρθρο 8, Οδηγία 91/250/ΕΟΚ

308 Άρθρο 7, Οδηγία 2009/24/EK

Αποτελέσματα

Σύμφωνα με την Έκθεση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και στην Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή σχετικά με την εφαρμογή της Οδηγίας 91/250/ΕΟΚ που δημοσιεύθηκε τον Απρίλιο 2000,³⁰⁹ οι στόχοι της Οδηγίας επετεύχθησαν και τα αποτελέσματα στον κλάδο παραγωγής λογισμικού ήταν ικανοποιητικά. Πράγματι, ο κλάδος είχε έντονη οικονομική μεγέθυνση και φαινόμενα πειρατείας λογισμικού μειώθηκαν. Συμπέρασμα της Έκθεσης ήταν πως δεν ήταν αναγκαία κάποια τροποποίηση των ουσιαστικών διατάξεων για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, πράγμα που συνεχίζει να ισχύει, καθώς η Οδηγία 2009/24/ΕΚ θεσπίστηκε με σκοπό την κωδικοποίηση των επουσιωδών τροποποιήσεων που επήλθαν με το πέρασμα του χρόνου. Η Έκθεση βασίστηκε σε μελέτη που κατάρτισαν εξωτερικοί σύμβουλοι το 1997 και σε σχόλια ενδιαφερομένων.

Οι στόχοι της Οδηγίας, να θεσπιστεί η νομική προστασία των προγραμμάτων Η/Υ στα κράτη-μέλη όπου δεν υπήρχαν σχετικές διατάξεις και να εξασφαλιστεί ότι η προστασία σε όλα τα κράτη-μέλη θα βασίζεται σε κοινές αρχές, επετεύχθησαν στο σύνολο τους. Όλοι οι εκπρόσωποι των ενδιαφερόμενων κύκλων απάντησαν ότι η Οδηγία συνέβαλε σημαντικά στην εναρμόνιση με τον καθορισμό προτύπων για την προστασία των προγραμμάτων Η/Υ με δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας ως έργων λόγου. Στον καιρό της μελέτης, ως αποτέλεσμα της εφαρμογής της Οδηγίας, η πειρατεία μειώθηκε σε όλη τη Δυτική Ευρώπη από 78% κατά μέσο όρο το 1990 σε 36% το 1998. Η ευρωπαϊκή βιομηχανία λογισμικού αυξήθηκε από 19 δις ΕΛΜ (Ευρωπαϊκή Λογιστική Μονάδα – προπομπός του Ευρω) το 1992 σε 31 δις το 1997. Η νομοθεσία όλων των κρατών-μελών εναρμονίστηκε, όσον αφορά στα προγράμματα Η/Υ που δημιουργούνται από μισθωτούς, και η παραγωγή προγραμμάτων μετατοπίστηκε προς λογισμικά ανοιχτού κώδικα (ο πηγαίος κώδικας του προγράμματος είναι ελεύθερα διαθέσιμος σε καθέναν που έχει αποκτήσει άδεια χρήσης, ώστε να τον δει και να τον τροποποιήσει εφόσον το κρίνει αναγκαίο).

Η Οδηγία χρησιμοποιήθηκε ως πρότυπο σε σημαντικό αριθμό χωρών της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, στο Χονγκ-Κονγκ, στις Φιλιππίνες και στην Αυστραλία.

³⁰⁹ Έκθεση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και στην Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή σχετικά με την εφαρμογή και τα αποτελέσματα της Οδηγίας 91/250/ΕΟΚ για τη νομική προστασία των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών, 10.04.2000 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52000DC0199&from=EL>)

2.6.10. Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ του Συμβουλίου σχετικά με το δικαίωμα εκμίσθωσης, το δικαίωμα δανεισμού και ορισμένα δικαιώματα συγγενικά προς την πνευματική ιδιοκτησία στον τομέα των προϊόντων διανοίας

Στόχος θέσπισης της Οδηγίας ήταν η κωδικοποίηση των αλλαγών που είχαν επέλθει στην Οδηγία 92/100/ΕΟΚ για το δικαίωμα εκμίσθωσης και δανεισμού και ορισμένα συγγενικά δικαιώματα. Για αυτόν το λόγο οι δύο Οδηγίες θα εξεταστούν από κοινού. Ενόψει της συνεχώς αυξανόμενης απειλής από την πειρατεία, η προσήκουσα προστασία της εκμίσθωσης και δανεισμού των έργων που προστατεύονται από την πνευματική ιδιοκτησία και του υλικού που προστατεύεται από τα συγγενικά δικαιώματα αποκτά διαρκώς μεγαλύτερη σημασία.³¹⁰ Το πλαίσιο προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας και των συγγενικών δικαιωμάτων πρέπει να προσαρμόζεται στις νέες οικονομικές εξελίξεις, ώστε να είναι δυνατή η συνέχεια του δημιουργικού και καλλιτεχνικού έργου εξασφαλίζοντας την ύπαρξη επαρκούς εισοδήματος για τις υψηλές και ριψοκίνδυνες επενδύσεις που απαιτούνται, ιδίως για την παραγωγή φωνογραφημάτων και ταινιών.³¹¹ Οι εν λόγω δημιουργικές, καλλιτεχνικές και επιχειρηματικές δραστηριότητες αφορούν κυρίως σε παροχή υπηρεσίας από ελεύθερους επαγγελματίες, και για αυτό κρίθηκε σκόπιμη η εναρμόνιση της έννομης προστασίας τους στα κράτη-μέλη, κατά τρόπο που να συμφωνεί με τις υποχρεώσεις που έχουν αναλάβει τα κράτη από τις διεθνείς συμβάσεις (Σύμβαση Βέρνης, Σύμβαση Ρώμης).³¹²

Κατά την έννοια της εκμίσθωσης και του δανεισμού που περιέχεται στην Οδηγία, εξαιρούνται από την εφαρμογή της ορισμένες μορφές διάθεσης, όπως η διάθεση φωνογραφημάτων ή ταινιών με σκοπό τη δημόσια προβολή ή ραδιοτηλεοπτική μετάδοση, η διάθεση για έκθεση ή η διάθεση για επί τόπου συμβουλευτική χρήση. Ακόμη, ο δανεισμός κατά την έννοια της Οδηγίας δεν καλύπτει την διάθεση μεταξύ ιδρυμάτων ανοιχτών στο κοινό.³¹³ Όταν ο δανεισμός που γίνεται από ίδρυμα ανοιχτό στο κοινό συνεπάγεται πληρωμή της οποίας το ύψος δεν υπερβαίνει το αναγκαίο για την κάλυψη εξόδων λειτουργίας του ιδρύματος, τότε δεν υφίσταται άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος.³¹⁴

Η Οδηγία παρέχει στους δημιουργούς, καλλιτέχνες, ερμηνευτές, παραγωγούς φωνογραφημάτων και στους παραγωγούς και σκηνοθέτες κινηματογραφικών ή οπτικοακουστικών έργων δύο δικαιώματα: το δικαίωμα εκμίσθωσης και δανεισμού (άρθρο 1) και το δικαίωμα διανομής (άρθρο 9). Στον δικαιούχο εκμίσθωσης και δανεισμού αναγνωρίζεται το δικαίωμα συναίνεσης ή απαγόρευσης για την εκμίσθωση και το δανεισμό πρωτοτύπων και αντιγράφων των προστατευόμενων έργων.³¹⁵ Δεν εξαντλείται από οποιαδήποτε πώληση ή άλλη πράξη διανομής πρωτοτύπων ή αντιγράφων έργων ή άλλων προστατευόμενων αντικειμένων.

310 Αιτιολογική Σκέψη 2, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

311 Αιτιολογική Σκέψη 5, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

312 Αιτιολογική Σκέψη 6, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

313 Αιτιολογική Σκέψη 10, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

314 Αιτιολογική Σκέψη 11, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

315 Άρθρο 1, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

Εκμίσθωση σημαίνει διάθεση προς χρήση, για περιορισμένο χρονικό διάστημα και για άμεσο ή έμμεσο οικονομικό ή εμπορικό όφελος. Δανεισμός είναι η διάθεση προς χρήση από ιδρύματα που είναι ανοιχτά στο κοινό, για περιορισμένο χρονικό διάστημα, δίχως να επιδιώκεται άμεσο ή έμμεσο οικονομικό ή εμπορικό όφελος.³¹⁶ Η Οδηγία δεν καλύπτει δικαιώματα εκμίσθωσης και δανεισμού σε σχέση με αρχιτεκτονικά έργα και έργα εφαρμοσμένης τέχνης,³¹⁷ ούτε έρχεται σε σύγκρουση με το άρθρο 4, στοιχείο γ) της Οδηγίας 2009/24/EK για τη νομική προστασία των προγραμμάτων Η/Υ που απονέμει στον δημιουργό του προγράμματος δικαίωμα για οποιαδήποτε μορφή διανομής στο κοινό, συμπεριλαμβανομένης της εκμίσθωσης.³¹⁸

Το αποκλειστικό δικαίωμα εκμίσθωσης και δανεισμού ανήκει:³¹⁹

- στο δημιουργό, όσον αφορά το πρωτότυπο και τα αντίγραφα του έργου του·
- στον καλλιτέχνη ερμηνευτή ή εκτελεστή, όσον αφορά τις υλικές ενσωματώσεις της εκτέλεσής του·
- στον παραγωγό φωνογραφημάτων, όσον αφορά τα φωνογραφήματα του·
- στον παραγωγό της πρώτης υλικής ενσωμάτωσης μια ταινίας, όσον αφορά το πρωτότυπα και τα αντίγραφα της ταινίας του.

Το δικαίωμα εκμίσθωσης και δανεισμού είναι ελεύθερα μεταβιβάστο και μπορεί να εκχωρηθεί και να αποτελέσει αντικείμενο συμβατικών αδειών.³²⁰ Εάν ο δημιουργός, ή ο καλλιτέχνης ερμηνευτής ή εκτελεστής μεταβιβάσει ή εκχωρήσει το δικαίωμα εκμίσθωσης ενός φωνογραφήματος ή του πρωτοτύπου ή αντιγράφου ταινίας σε παραγωγό φωνογραφημάτων ή ταινιών, διατηρεί το δικαίωμα εύλογης αμοιβής για την εκμίσθωση.³²¹ Οι δικαιούχοι της εύλογης αμοιβής δεν μπορούν να παραιτηθούν από το δικαίωμα τους. Είναι δυνατόν η διαχείριση του δικαιώματος τους να ανατεθεί σε οργανισμό συλλογικής διαχείρισης. Τα κράτη μέλη δύνανται να θεσπίσουν εξαίρεση από το αποκλειστικό δικαίωμα εκμίσθωσης και δανεισμού όσον αφορά στον δημόσιο δανεισμό, υπό την προϋπόθεση ότι οι δικαιούχοι λαμβάνουν αμοιβή για το δανεισμό. Επίσης, μπορούν να προβλέπουν την εξαίρεση ορισμένων κατηγοριών ιδρυμάτων από την πληρωμή αμοιβής.³²²

Το δικαίωμα διανομής συνίσταται στο αποκλειστικό δικαίωμα διάθεσης στο κοινό, μέσω πώλησης ή με άλλους τρόπους, των πρωτοτύπων και των αντιγράφων.³²³

- των υλικών ενσωματώσεων των εκτελέσεων τους, όσον αφορά τους καλλιτέχνες ερμηνευτές ή εκτελεστές·
- των φωνογραφημάτων τους, όσον αφορά τους παραγωγούς φωνογραφημάτων·

316 Άρθρο 2, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

317 Άρθρο 3 παρ. 3, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

318 Άρθρο 4, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

319 Άρθρο 3 παρ. 1, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

320 Άρθρο 3 παρ. 3, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

321 Άρθρο 5 παρ. 1, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

322 Άρθρο 6 παρ. 3, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

323 Άρθρο 9 παρ. 3, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

- του πρωτοτύπου και των αντιγράφων των ταινιών τους, όσον αφορά τους παραγωγούς των πρώτων υλικών ενσωματώσεων ταινιών·
- των υλικών ενσωματώσεων των εκπομπών τους, όσον αφορά τους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς.

Το δικαίωμα εξαντλείται εντός Κοινότητας σε σχέση με κάποιο από τα ανωτέρω αντικείμενα, σε περίπτωση πρώτης πώλησης στην Κοινότητα του αντικειμένου αυτού από το δικαιούχο ή με τη συγκατάθεση του. Μπορεί να μεταβιβάζεται, να εκχωρείται και να αποτελεί αντικείμενο συμβατικών αδειών.³²⁴

Στον τομέα των συγγενικών δικαιωμάτων, η Οδηγία προβλέπει αποκλειστικό δικαίωμα υλικής ενσωμάτωσης για τους καλλιτέχνες ή εκτελεστές, ώστε να μπορούν να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν την υλική ενσωμάτωση των εκτελέσεων τους.³²⁵ Στους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς παρέχεται αποκλειστικό δικαίωμα να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν την υλική ενσωμάτωση των εκπομπών τους, ανεξάρτητα από τον τρόπο μετάδοσης τους.

Επίσης, στους καλλιτέχνες ερμηνευτές ή εκτελεστές δίνεται αποκλειστικό δικαίωμα να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν την ασύρματη ραδιοτηλεοπτική μετάδοση και την παρουσίαση στο κοινό των εκτελέσεων τους, εκτός απ' όταν η εκτέλεση αποτελεί ήδη μέρος ραδιοτηλεοπτικής εκπομπής ή γίνεται από άλλη υλική ενσωμάτωση.³²⁶ Προβλέπεται δικαίωμα εύλογης και ενιαίας αμοιβής, που καταβάλλεται από το χρήστη, σε περίπτωση που ένα φωνογράφημα, το οποίο εκδίδεται για εμπορικούς σκοπούς, ή μια αναπαραγωγή του φωνογραφήματος χρησιμοποιείται για ασύρματη ραδιοτηλεοπτική μετάδοση ή για οποιαδήποτε παρουσίαση στο κοινό, και το δικαίωμα εξασφαλίζει την δίκαιη κατανομή της αμοιβής μεταξύ των ερμηνευτών ή εκτελεστών και των παραγωγών των φωνογραφημάτων. Για τους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς προβλέπεται ακόμα, αποκλειστικό δικαίωμα να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν την ασύρματη ραδιοτηλεοπτική αναμετάδοση των εκπομπών τους, καθώς και την παρουσίαση των εκπομπών τους στο κοινό, εάν η παρουσίαση γίνεται σε μέρη όπου η είσοδος επιτρέπεται στο κοινό έναντι καταβολής αντιτίμου.

Τα κράτη-μέλη μπορούν προβλέπουν περιορισμούς των συγγενικών δικαιωμάτων που προβλέπονται στην Οδηγία σε σχέση με:³²⁷

- την ιδιωτική χρήση·
- τη χρήση σύντομων αποσπασμάτων κατά την παρουσίαση γεγονότων της επικαιρότητας·
- την εφήμερη υλική ενσωμάτωση, από έναν ραδιοτηλεοπτικό οργανισμό, με χρήση των δικών του εγκαταστάσεων, και για τις δικές του εκπομπές·
- τη χρήση αποκλειστικά για σκοπούς διδασκαλίας ή επιστημονικής έρευνας.

324 Άρθρο 9 παρ. 3, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

325 Άρθρο 7, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

326 Άρθρο 8, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

327 Άρθρο 10 παρ. 3, Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ

Είναι επιπλέον δυνατό στα κράτη, να προβλέπουν περιορισμούς των συγγενικών δικαιωμάτων της ίδιας φύσης με αυτούς που προβλέπονται στην εθνική νομοθεσία για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας, για λογοτεχνικά ή καλλιτεχνικά έργα. Σε κάθε περίπτωση, οι περιορισμοί εφαρμόζονται μόνο σε ειδικές περιπτώσεις και δεν μπορούν να αντίκεινται στην κανονική εκμετάλλευση των προστατευόμενων αντικειμένων και να θίγουν αδικαιολόγητα τα έννομα συμφέροντα του δικαιούχου.

Αποτελέσματα

Η διεθνείς συμβάσεις περί πνευματικής ιδιοκτησίας είναι φειδωλές όσον αφορά στο δικαίωμα εκμίσθωσης των δικαιούχων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων. Η Σύμβαση της Ρώμης δεν προβλέπει δικαίωμα εκμίσθωσης για τους ερμηνευτές ή εκτελεστές καλλιτέχνες. Η Συμφωνία TRIPS προβλέπει αποκλειστικό δικαίωμα εκμίσθωσης για τους παραγωγούς φωνογραφήματων και όσους άλλους δικαιούχους του φωνογραφήματος ορίζονται στο εθνικό δίκαιο. Η Συνθήκη WPPT αναγνωρίζει ξεκάθαρο αποκλειστικό δικαίωμα εκμίσθωσης στο κοινό για εμπορικούς σκοπούς στους ερμηνευτές ή εκτελεστές καλλιτέχνες, για τις παραστάσεις τους που έχουν ενσωματωθεί υλικά σε φωνογραφήματα. Η Σύμβαση του Πεκίνου για τις οπτικοακουστικές εκτελέσεις προβλέπει αποκλειστικό δικαίωμα εκμίσθωσης στο κοινό για εμπορικούς σκοπούς για τους ερμηνευτές ή εκτελεστές καλλιτέχνες, όσον αφορά στις οπτικοακουστικές εκτελέσεις τους που ενσωματώνονται υλικά. Ωστόσο, καμία από τις διεθνείς συμβάσεις δεν περιέχει ορισμό της έννοιας “εκμίσθωση”. Το πρώτο νομοθέτημα που το έπραξε ήταν η ευρωπαϊκή Οδηγία 92/100/ΕΟΚ, που όρισε την εκμίσθωση ως *διάθεση προς χρήση, για περιορισμένο χρονικό διάστημα και για άμεσο ή έμμεσο οικονομικό ή εμπορικό όφελος*.

Η Οδηγία 92/100/ΕΟΚ ήταν το πρώτο ευρωπαϊκό νομοθέτημα με οριζόντια εφαρμογή στα δικαιώματα όλων των δημιουργών, και όχι μία μόνο κατηγορία αυτών, και παρέχει σε όλους τους δικαιούχους της αλυσίδας δημιουργίας συγκεκριμένα δικαιώματα.³²⁸ Εκτός από τη σημασία της για το γεγονός ότι επιτρέπει την προσωρινή διάθεση στο κοινό των προστατευόμενων έργων, αποτελεί σημείο αναφοράς για το δικαίωμα σε αμοιβή, από το οποίο δεν χωρεί παραίτηση, και τον ορισμό του σκηνοθέτη ως δημιουργού μιας κινηματογραφικής ταινίας.

Το αποκλειστικό δικαίωμα αμοιβής για την εκμίσθωση του έργου αναγνωριζόταν μόνο σε 3 κράτη-μέλη (Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία, Δανία), από τα συνολικά 12 της ΕΟΚ, προ της θέσπισης της Οδηγίας. Η ανάγκη για εναρμόνιση του δικαιώματος εκμίσθωσης τονίστηκε από το ΔΕΚ με την απόφαση 156/86 του 1988 (υπόθεση 158/86, *Warner Brothers Inc. και Metronome Video ApS κατά Erik Viuff Christiansen* [1988] ECR 2605). Ο ιδιοκτήτης ενός καταστήματος εκμίσθωσης βιντεοκασετών στην Κοπεγχάγη αγόρασε το αντίγραφο μιας κινηματογραφικής ταινίας στο Λονδίνο, και το εισήγαγε πίσω στην Κοπεγχάγη με σκοπό να το εκμισθώνει στους πελάτες του. Ο κάτοχος των δικαιωμάτων της ταινίας στην Δανία ενήγαγε τον

328 I. Stamatoudi, P. Torremans, 2014, *EU Copyright Law: A Commentary*, Edward Edgar Publishing Limited

ιδιοκτήτη του καταστήματος για τον λόγο ότι ο τελευταίος δεν είχε αποκτήσει την άδεια για εκμίσθωση αντιγράφων της ταινίας, δικαίωμα που αναγνωριζόταν από το δανικό δίκαιο. Ο ιδιοκτήτης του καταστήματος υποστήριξε ότι ο παραγωγός μιας ταινίας, ο οποίος προσφέρει προς πώληση αντίγραφο του έργου του σε κράτος-μέλος, όπου η εθνική νομοθεσία δεν του αναγνωρίζει αποκλειστικό δικαίωμα εκμίσθωσης, πρέπει να αποδεχθεί τις συνέπειες της επιλογής του και την ανάλωση του δικαιώματος να απαγορεύει την εκμίσθωση αυτού του αντιγράφου στα άλλα κράτη-μέλη. Το Δικαστήριο απέρριψε τους ισχυρισμούς περί ανάλωσης του δικαιώματος και συμφώνησε με τον ενάγοντα.

2.6.11. Οδηγία 96/9/ΕΟΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τη νομική προστασία των βάσεων δεδομένων

Η Οδηγία θεσπίστηκε με στόχο την παροχή επαρκούς προστασίας στις βάσεις δεδομένων σε όλα τα κράτη-μέλη, ιδίως όσον αφορά στην ελευθερία των φυσικών και νομικών προσώπων ως προς τη διάθεση προϊόντων και την παροχή υπηρεσιών σχετικών με βάσεις δεδομένων άμεσης επικοινωνίας υπό εναρμονισμένο νομικό καθεστώς.³²⁹ Κατ' αρχάς, αναγνωρίζεται, ότι για την κατασκευή βάσεων δεδομένων απαιτείται η επένδυση σημαντικών ανθρώπινων, τεχνικών και οικονομικών πόρων, ενώ η αντιγραφή τους ή η πρόσβαση σε αυτές είναι δυνατές με πολύ μικρότερο κόστος, από αυτό που απαιτείται για τη δημιουργία τους.³³⁰ Ο κατασκευαστής βάσης δεδομένων λαμβάνει την πρωτοβουλία και επωμίζεται τον κίνδυνο αυτών των επενδύσεων. Η ποσότητα πληροφοριών που παράγεται και υφίσταται επεξεργασία σε όλους τους τομείς του εμπορίου και της βιομηχανίας καθιστά απαραίτητες τις επενδύσεις σε προηγμένα συστήματα διαχείρισης πληροφορίας. Τον καιρό ψήφισης της Οδηγίας, παρατηρείτο μεγάλη έλλειψη ισορροπίας μεταξύ κρατών-μελών στο επίπεδο των επενδύσεων. Συνεπώς, το σταθερό και ομοιόμορφο καθεστώς που εισάγει η Οδηγία είχε σαν στόχο να συνδράμει την εν λόγω επένδυση σε συστήματα αποθήκευσης και ανάκτησης πληροφοριών.³³¹

Προστασία παρέχεται και στις μη ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων.³³² Δεν απαιτείται καμία αξιολόγηση της ποιότητας ή της αισθητικής αξίας της βάσης για την παροχή προστασίας.³³³

Ως βάση δεδομένων νοείται η συλλογή έργων, δεδομένων, ή άλλων ανεξάρτητων στοιχείων, διευθετημένων κατά συστηματικό ή μεθοδικό τρόπο και ατομικώς προσιτών με ηλεκτρονικά μέσα ή κατ' άλλο τρόπο.³³⁴ Με τον όρο καλύπτονται κάθε είδους συλλογές έργων, όπως καλλιτεχνικά, λογοτεχνικά,

329 Αιτιολογική Σκέψη 2, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

330 Αιτιολογική Σκέψη 7, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

331 Αιτιολογική Σκέψη 12, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

332 Αιτιολογική Σκέψη 14, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

333 Αιτιολογική Σκέψη 16, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

334 Άρθρο 1, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

μουσικά ή ήχοι, εικόνες, κείμενα, αριθμοί, πραγματικά στοιχεία και δεδομένα.³³⁵ Κριτήριο της προστασίας είναι η πρωτότυπη επιλογή ή διευθέτηση του περιεχομένου. Συνεπώς, οπτικοακουστικά, κινηματογραφικά, λογοτεχνικά ή μουσικά έργα δεν προστατεύονται από την Οδηγία. Τα προγράμματα Η/Υ, που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία βάσεων προσιτών με ηλεκτρονικά μέσα, δεν εμπίπτουν στην έννοια της βάσης δεδομένων και δεν προστατεύονται από την Οδηγία.³³⁶ Το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει καθορίσει τις προϋποθέσεις για τον χαρακτηρισμό ενός συνόλου στοιχείων ως βάση δεδομένων ως εξής:³³⁷

- Ύπαρξη συλλογής ανεξάρτητων στοιχείων (δηλ. μπορούν να χωριστούν μεταξύ τους χωρίς να επηρεασθεί η αξία του πληροφοριακού, λογοτεχνικού, καλλιτεχνικού, μουσικού ή άλλου περιεχομένου τους).
- Διευθέτηση των ανεξάρτητων στοιχείων, που συνιστούν τη συλλογή, κατά τρόπο συστηματικό ή μεθοδικό, και το ατομικώς προσιτό των στοιχείων κατά τον έναν ή τον άλλο τρόπο (δηλ. η συλλογή βρίσκεται σε ένα σταθερό υπόθεμα, οποιασδήποτε φύσεως, και περιλαμβάνει ένα τεχνικό μέσο, όπως ηλεκτρονική, ηλεκτρομαγνητική ή ηλεκτροοπτική μέθοδο, ή κάποιο άλλο μέσο όπως ευρετήριο, πίνακα περιεχομένου, σχέδιο ή ιδιαίτερο τρόπο ταξινόμησης, που να επιτρέπει τον εντοπισμό κάθε ανεξάρτητου στοιχείου που περιέχεται στη βάση).

Σε μεταγενέστερη απόφαση του,³³⁸ το ΔΕΕ έκρινε ως αποφασιστικό κριτήριο για την προστασία της βάσης δεδομένων, την πρωτοτυπία κατά την επιλογή ή τη διευθέτηση των περιλαμβανομένων στη βάση δεδομένων. Βάσεις δεδομένων που δεν εμπεριέχουν πρωτότυπα έργα, όπως κατάλογοι νομικών υποθέσεων και νόμων, λίστες διαφημίσεων ή βάσεις δεδομένων με περιεχόμενο επιστημονικές δημοσιεύσεις, δύνανται να προστατεύονται, αν η επένδυση για την εξεύρεση, εξακρίβωση και παρουσίαση των δεδομένων ήταν ουσιώδης (δικαίωμα ειδικής φύσης του κατασκευαστή).³³⁹

Δημιουργός της βάσης δεδομένων είναι το φυσικό πρόσωπο ή ομάδα φυσικών προσώπων, που έχει δημιουργήσει τη βάση δεδομένων, ή εφόσον προβλέπεται από τη νομοθεσία του κράτους-μέλους, το νομικό πρόσωπο που ορίζεται ως δικαιούχος.³⁴⁰ Αν πρόκειται για κοινή δημιουργία από πλείονα πρόσωπα, το αποκλειστικό δικαίωμα του δημιουργού ανήκει σε όλα τα πρόσωπα από κοινού. Αν πρόκειται για συλλογικό έργο, και τέτοιου είδους έργα αναγνωρίζονται από τη νομοθεσία, δημιουργός θεωρείται το πρόσωπο που προβλέπει η νομοθεσία αυτή.

335 Αιτιολογική Σκέψη 17, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

336 Αιτιολογική Σκέψη 23 και Άρθρο 1, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

337 ΔΕΕ, 9.11.2004, υπόθεση C-444/02, Fixtures Marketing κατά ΟΠΑΠ

338 ΔΕΕ, 1.3.2012, υπόθεση C-604/10, Football Dataco Ltd κατά Yahoo UK κ.α.

339 Staff working document and executive summary on the evaluation of the Directive 96/9/EC on the legal protection of databases, 25.04.2018 (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/staff-working-document-and-executive-summary-evaluation-directive-969ec-legal-protection>)

340 Άρθρο 4, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

Η έκφραση της βάσης δεδομένων επιδέχεται προστασία βάσει του αποκλειστικού δικαιώματος του δημιουργού να εκτελεί ή να επιτρέπει τις ακόλουθες πράξεις:³⁴¹

- προσωρινή ή διαρκή αναπαραγωγή της βάσης με κάθε μέσο και μορφή, εν όλω ή εν μέρει·
- μετάφραση, προσαρμογή, διευθέτηση και οποιαδήποτε άλλη μετατροπή της βάσης·
- οποιαδήποτε μορφή διανομής της βάσης δεδομένων ή αντιγράφων της στο κοινό (η πρώτη πώληση αντιγράφου της βάσης δεδομένων στην Κοινότητα από το δικαιούχο, ή με τη συγκατάθεση του, συνεπάγεται ανάλωση του δικαιώματος μεταπώλησης του εν λόγω αντιγράφου στην Κοινότητα)·
- οποιαδήποτε ανακοίνωση, επίδειξη ή παρουσίαση της βάσης δεδομένων στο κοινό·
- οποιαδήποτε αναπαραγωγή, διανομή, ανακοίνωση, επίδειξη ή παρουσίαση στο κοινό των αποτελεσμάτων μετάφρασης, προσαρμογής, διευθέτησης και οποιασδήποτε άλλης μετατροπής.

Ακόμη προβλέπονται εξαιρέσεις, βάσει των οποίων οι ανωτέρω πράξεις μπορούν να τελεστούν δίχως άδεια του δημιουργού. Ο νόμιμος χρήστης μιας βάσης δεδομένων ή αντιγράφων της (ή μέρους αυτών) μπορεί να εκτελέσει οποιαδήποτε από τις ανωτέρω πράξεις, που είναι αναγκαίες για την πρόσβαση στο περιεχόμενο της βάσης και την κανονική χρήση της χωρίς άδεια του δημιουργού.³⁴² Κάθε κράτος-μέλος μπορεί να θεσπίσει περιορισμούς στα ανωτέρω δικαιώματα του δημιουργού στις εξής περιπτώσεις:³⁴³

- αναπαραγωγή μη ηλεκτρονικής βάσης δεδομένων για ιδιωτικούς σκοπούς·
- χρήση αποκλειστικά για εκπαιδευτικούς ή ερευνητικούς σκοπούς, εντός του θεμιτού πλαισίου ενός μη εμπορικού σκοπού και με αναφορά της πηγής·
- χρήση για λόγους δημόσιας ασφάλειας ή για τους σκοπούς διοικητικής ή δικαστικής διαδικασίας·
- άλλες εξαιρέσεις από το δικαίωμα του δημιουργού που προβλέπει κατά παράδοση το εσωτερικό δίκαιο.

Κατά τη Σύμβαση τη Βέρνης, το δικαίωμα του δημιουργού έχει διάρκεια ίση με τη ζωή του και 50 έτη μετά το θάνατο του. Κανένας από τους περιορισμούς ή εξαιρέσεις στο δικαίωμα του δημιουργού δεν επιτρέπεται να προσβάλλει αδικαιολόγητα τα νόμιμα συμφέροντα του δικαιούχου ή να έρχεται σε σύγκρουση με τη συνήθη εκμετάλλευση της βάσης δεδομένων.

Ο δημιουργός αποκτά ηθικό δικαίωμα στη βάση δεδομένων, κατά τη Σύμβαση της Βέρνης, το οποίο βρίσκεται εκτός πεδίου εφαρμογής της Οδηγίας.³⁴⁴

Επίσης, ο κατασκευαστής βάσης δεδομένων αποκτά δικαίωμα ειδικής φύσης (*sui generis*), ώστε να απαγορεύει την εξαγωγή ή/και την επαναχρησιμοποίηση του συνόλου ή ουσιώδους μέρους,

341 Άρθρο 5, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

342 Άρθρο 6, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

343 Άρθρο 6, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

344 Αιτιολογική Σκέψη 28, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

αξιολογούμενου ποιοτικά³⁴⁵ ή ποσοτικά³⁴⁶, του περιεχομένου της βάσης δεδομένων, εφόσον η απόκτηση, ο έλεγχος ή η παρουσίαση της βάσης καταδεικνύουν ουσιώδη ποιοτική ή ποσοτική επένδυση.³⁴⁷ Ακόμα κι αν η πράξη αφορά σε επουσιώδη μέρη, αλλά είναι επανειλημμένη και συστηματική και έρχεται σε σύγκρουση με την κανονική εκμετάλλευση της βάσης δεδομένων ή θίγει αδικαιολόγητα τα νόμιμα συμφέροντα του κατασκευαστή, τότε απαγορεύεται. Εξαγωγή είναι η μόνιμη ή προσωρινή μεταφορά του συνόλου ή ουσιώδους μέρους του περιεχομένου βάσης δεδομένων σε άλλες βάσεις, με οποιοδήποτε μέσο ή υπό οποιαδήποτε μορφή. Επαναχρησιμοποίηση είναι η πάσης μορφής διάθεση στο κοινό του συνόλου ή ουσιώδους μέρους του περιεχομένου της βάσης με διανομή αντιγράφων, εκμίσθωση, μετάδοση με άμεση επικοινωνία ή με άλλες μορφές (η πρώτη πώληση αντιγράφου στην Κοινότητα από το δικαιούχο ή με τη συγκατάθεση του συνιστά ανάλωση του δικαιώματος ελέγχου της μεταπώλησης του εν λόγω αντιγράφου στην Κοινότητα).

Ως ουσιώδης επένδυση του κατασκευαστή νοούνται τα μέσα, που χρησιμοποιούνται για την αναζήτηση υφιστάμενων στοιχείων και τη συγκέντρωσή τους σε μία βάση. Δεν αφορά στα μέσα που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία των στοιχείων που συνιστούν το περιεχόμενο μιας βάσης δεδομένων, ούτε στα μέσα που χρησιμοποιούνται για την απόκτηση του περιεχομένου της βάσης.³⁴⁸ Με την έννοια του ελέγχου του περιεχομένου, η επένδυση γίνεται στα μέσα που χρησιμοποιούνται για να εξασφαλιστεί η πιστότητα των πληροφοριών. Για την παρουσίαση του περιεχομένου, η επένδυση αφορά στα μέσα που χρησιμοποιούνται για να αποκτήσει η βάση δεδομένων τη λειτουργία επεξεργασίας των πληροφοριών. Η επένδυση περιλαμβάνει τη χρήση ανθρώπινων, οικονομικών, τεχνικών πόρων ή μέσων. Το ουσιώδες της επένδυσης εκτιμάται από ποσοτική άποψη, με μέσα που μπορούν να εκφραστούν αριθμητικά, και από ποιοτική άποψη, με τις μη ποσοτικοποιημένες προσπάθειες, όπως είναι η διανοητική προσπάθεια ή μια δαπάνη ενέργειας. Συμπερασματικά, ο κατασκευαστής πρέπει να αποδεικνύει, ότι η απόκτηση των αρχείων, ο έλεγχος τους ή η παρουσίαση τους συνεπαγόταν ουσιώδη επένδυση με την προαναφερθείσα έννοια, ώστε να έχει το δικαίωμα ειδικής φύσης. Για παράδειγμα, δεν συνιστούν ουσιώδη επένδυση τα μέσα που χρησιμοποιούνται για μη ουσιώδη στοιχεία, όπως για τον καθορισμό των ημερών, μηνών, των ωραρίων και των ζευγών των ομάδων που αναμετρούνται σε πρωταθλήματα, ούτε τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την κατάρτιση των αλόγων που συμμετέχουν σε ιπποδρομία και για τους ελέγχους που εντάσσονται για το σκοπό αυτό.³⁴⁹

345 Το μέγεθος της επένδυσης που συνδέεται με την απόκτηση, τον έλεγχο ή την παρουσίαση του περιεχομένου του αντικείμενου της εξαγωγής ή/και επαναχρησιμοποίησης, ανεξαρτήτως αν το αντικείμενο αυτό αποτελεί ποσοτικά μεγάλο τμήμα του συνολικού περιεχομένου της βάσης

346 Ο όγκος των δεδομένων που έχουν εξαχθεί ή επαναχρησιμοποιηθεί σε σχέση με τον όγκο του συνολικού περιεχομένου της βάσης

347 Άρθρο 7, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

348 ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθεση C-444/02 Fixtures Marketing)

349 ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθεση C-444/02 Fixtures Marketing και ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθεση C-203/02, The British Horseriding Board)

Σκοπός του δικαιώματος ειδικής φύσης είναι να προστατεύσει τον κατασκευαστή της βάσης από την ιδιοποίηση των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από τις οικονομικές και επαγγελματικές επενδύσεις για την αναζήτηση και συγκέντρωση του περιεχομένου και από την ανάληψη της σχετικής πρωτοβουλίας και του επενδυτικού κινδύνου.³⁵⁰ Είναι ανεξάρτητο από την ύπαρξη δικαιώματος του δημιουργού επί της βάσης ή άλλων δικαιωμάτων.³⁵¹

Το δικαίωμα ειδικής φύσης ισχύει για βάσεις δεδομένων των οποίων οι κατασκευαστές ή οι δικαιούχοι είναι υπήκοοι ή συνήθως διαμένοντες σε κράτος-μέλος της Ε.Ε.³⁵² Ισχύει και για εταιρείες που έχουν συσταθεί σύμφωνα με τη νομοθεσία κράτους-μέλους και έχουν την καταστατική τους έδρα, την κεντρική τους διοίκηση ή την κύρια εγκατάσταση εντός Κοινότητας. Το Συμβούλιο της Ε.Ε. μπορεί να συνάπτει συμφωνίες με τρίτες χώρες ώστε το δικαίωμα να επεκτείνεται, με την ίδια διάρκεια, σε βάσεις δεδομένων που κατασκευάζονται σε τρίτες χώρες.

Το δικαίωμα ειδικής φύσης μπορεί να μεταβιβασθεί, να εκχωρηθεί ή να παραχωρηθεί δωρεάν με συμβατική άδεια. Ο κατασκευαστής της βάσης δεδομένων, η οποία έχει τεθεί στη διάθεση του κοινού καθ' οιονδήποτε τρόπο, δεν μπορεί να εμποδίσει το νόμιμο χρήστη της βάσης να εξάγει ή/και να επαναχρησιμοποιήσει επουσιώδη μέρη του περιεχομένου της, αξιολογούμενα ποιοτικώς ή ποσοτικώς, για οποιονδήποτε σκοπό. Ο νόμιμος χρήστης δεν μπορεί να εκτελεί πράξεις που έρχονται σε σύγκρουση με την κανονική εκμετάλλευση της βάσης ή θίγουν αδικαιολόγητα τα νόμιμα συμφέροντα του κατασκευαστή της. Επιπλέον, δεν μπορεί να προξενεί ζημία στους δικαιούχους πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων για τα έργα και ερμηνείες ή εκτελέσεις που περιέχονται στη βάση.³⁵³ Ακόμη, τα κράτη-μέλη μπορούν να προβλέπουν εξαιρέσεις υπέρ του νόμιμου χρήστη στις νομοθεσίες τους, ώστε να μπορεί δίχως άδεια του κατασκευαστή να εξάγει μέρος μη ηλεκτρονικής βάσης για ιδιωτικούς σκοπούς, να εξάγει μέρος για μη εμπορικούς εκπαιδευτικούς ή ερευνητικούς σκοπούς και με αναφορά της πηγής, και να εξάγει ή επαναχρησιμοποιεί μέρος τη βάσης για σκοπούς δημόσιας ασφαλείας ή για σκοπούς δικαστικής και διοικητικής διαδικασίας.³⁵⁴

Το δικαίωμα ειδικής φύσης του κατασκευαστή βάσης δεδομένων είναι ανεξάρτητο από το δικαίωμα του δημιουργού του έργου, το οποίο περιέχεται στη βάση. Ο δημιουργός του έργου είναι ελεύθερος να αποφασίσει, κατά πόσο ή κατά ποιον τρόπο επιτρέπει, να περιληφθεί το έργο του στη βάση και να το εκμεταλλεύεται δίνοντας άδεια για άλλες χρήσεις, εκτός της περίληψης του στη βάση δεδομένων.³⁵⁵

Η διάρκεια του δικαιώματος ειδικής φύσης είναι 15 έτη μετά την 1η Ιανουαρίου του έτους που έπεται της ημερομηνίας περάτωσης της βάσης δεδομένων.³⁵⁶ Το δικαίωμα δύναται να ανανεωθεί για άλλα 15 έτη,

350 Αιτιολογικές Σκέψεις 39 και 40, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

351 Αιτιολογική Σκέψη 46, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

352 Άρθρο 11, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

353 Άρθρο 8, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

354 Άρθρο 9, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

355 Αιτιολογικές Σκέψεις 18, 26, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

356 Άρθρο 10, Οδηγία 96/9/ΕΟΚ

εφόσον γίνουν *ουσιώδεις τροποποιήσεις* του περιεχομένου της βάσης (διαδοχικές προσθήκες, διαγραφές, μετατροπές) που έχουν ως αποτέλεσμα να θεωρείται ότι πρόκειται για νέα ουσιώδη επένδυση.

Κατά τη νομολογία του ΔΕΕ, εάν η βάση δεδομένων δεν προστατεύεται από δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας ούτε από δικαίωμα ειδικής φύσης, ο δημιουργός μπορεί με σύμβαση να περιορίσει την ελευθερία χρησιμοποίησης της, χωρίς να υποχρεούται να σεβαστεί τις εξαιρέσεις που προβλέπει η Οδηγία από τα δύο δικαιώματα, ακόμη κι αν τα δεδομένα είναι προσβάσιμα σε όλους στο διαδίκτυο.³⁵⁷

Αποτελέσματα³⁵⁸

Προ της θέσπισης της Οδηγίας το 1996, οι βάσεις δεδομένων προστατεύονταν σε όλες τις εθνικές νομοθεσίες των κρατών-μελών της Ε.Ε. δυνάμει της Σύμβασης της Βέρνης.³⁵⁹ Ωστόσο, υπήρχαν ποικίλες διαφορές μεταξύ των εθνικών δικαίων των κρατών-μελών, ιδίως μεταξύ των κρατών με σύστημα εθιμικού δικαίου – copyright (κυρίως το Ηνωμένο Βασίλειο) και αυτών με σύστημα αστικού-ηπειρωτικού δικαίου, όσον αφορά στις προϋποθέσεις προστασίας. Οι χώρες με σύστημα εθιμικού δικαίου εφάρμοζαν το κριτήριο του κόπου και των πόρων που απαιτήθηκαν για τη δημιουργία της βάσης, ενώ οι ηπειρωτικές χώρες απένειμαν προστασία μόνο στην πνευματική δημιουργία με το κριτήριο της πρωτοτυπίας. Κάποιες σκανδιναβικές χώρες έφτασαν να προστατεύουν ορισμένους καταλόγους που καλύπτονταν από το εθνικό τους δίκαιο ως βάσεις δεδομένων. Ως αποτέλεσμα, οι μη-πρωτότυπες αλλά εντάσεως-πόρων βάσεις δεδομένων απολάμβαναν προστασίας σε περιορισμένο τμήμα της Ευρωπαϊκής Κοινότητας. Επιπλέον, κατά το χρόνο θέσπισης της Οδηγίας, τα στοιχεία έδειχναν ότι το Ηνωμένο Βασίλειο, που δεν εφάρμοζε κριτήριο πρωτοτυπίας, είχε μεγάλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην παραγωγή βάσεων δεδομένων σε σχέση με τα άλλα κράτη-μέλη.

Σύμφωνα με την Επιτροπή, οι διαφορές στη νομική προστασία επηρέαζαν αρνητικά την *ελεύθερη κυκλοφορία των προϊόντων βάσεων δεδομένων και την παροχή υπηρεσιών πληροφορίας*. Οι παραγωγοί, που βρίσκονταν σε κράτη με μεγαλύτερο επίπεδο προστασίας των βάσεων δεδομένων, βρίσκονταν σε καλύτερη θέση σε σχέση με τους παραγωγούς σε άλλα κράτη. Για τον λόγο αυτό, η Επιτροπή πρότεινε με την, από τις 13 Μαΐου 1992, Πρόταση της στο Συμβούλιο,³⁶⁰ τον εναρμονισμό της νομοθεσίας για την προστασία των βάσεων δεδομένων. Όσον αφορά στην προστασία με δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας, στόχος ήταν να θεσπιστεί μια ενιαία προϋπόθεση πρωτοτυπίας, ενώ για τις βάσεις δεδομένων που δεν παρουσίαζαν πρωτοτυπία, η Επιτροπή πρότεινε να θεσπιστεί ένα νέο δικαίωμα ειδικής φύσης. Ύστερα, η

³⁵⁷ ΔΕΕ, 15.1.2015, υπόθεση C-30/14 Ryanair)

³⁵⁸ Staff working document and executive summary on the evaluation of the Directive 96/9/EC on the legal protection of databases, 25.04.2018 (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/staff-working-document-and-executive-summary-evaluation-directive-969ec-legal-protection>)

³⁵⁹ Άρθρο 2 παρ. 5, Σύμβαση της Βέρνης

³⁶⁰ Proposal for a Council Directive on the legal protection of databases, 13.05.1992 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex:51992PC0024>)

Οδηγία σκόπευε να τονώσει τις επενδύσεις σε βάσεις δεδομένων εντός της Ε.Ε., το οποίο κρίθηκε απαραίτητο για να βελτιωθεί η διεθνής ανταγωνιστική θέση της ευρωπαϊκής βιομηχανίας βάσεων δεδομένων, ιδίως σε σχέση με τις Η.Π.Α. Το δικαίωμα ειδικής φύσης του κατασκευαστή εξυπηρετούσε ακριβώς αυτόν το σκοπό. Τέλος, αποσκοπούσε να διαφυλάξει την ισορροπία μεταξύ των συμφερόντων των παραγωγών και των χρηστών βάσεων δεδομένων. Κεντρικό ρόλο έπαιζε η διασφάλιση της πρόσβασης και επαναχρησιμοποίησης της πληροφορίας, η οποία δημιουργεί ένα ακόμα επίπεδο ιδιοκτησίας. Το ζήτημα αντιμετωπίστηκε με το καθεστώς εξαιρέσεων από τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και ειδικής φύσης και με τα δικαιώματα του νόμιμου χρήστη.

Σύμφωνα με την αξιολόγηση της Επιτροπής, η Οδηγία ήταν αποτελεσματική στην εναρμόνιση των εθνικών νομοθεσιών. Η νομολογία του ΔΕΕ έχει βοηθήσει σημαντικά, ώστε να αντιμετωπιστούν οποιαδήποτε ζητήματα κατά την εφαρμογή. Επίσης, το περιορισμένο πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας διασφαλίζει την κατάλληλη ισορροπία μεταξύ των δικαιωμάτων και συμφερόντων των δημιουργών και των χρηστών βάσεων δεδομένων. Όμως, το δικαίωμα ειδικής φύσης του κατασκευαστή δεν είχε κάποια εμφανή επίδραση στη συνολική παραγωγή βάσεων δεδομένων στην Ευρώπη, ή στην ανταγωνιστική θέση της σχετικής ευρωπαϊκής βιομηχανίας, παρά το γεγονός ότι παρέχει ορισμένα πλεονεκτήματα στους ενδιαφερόμενους.

Το κόστος και τα πλεονεκτήματα που συνεπάγεται το δικαίωμα ειδικής φύσης κρίνονται περιορισμένα, αν και τα πλεονεκτήματα φαίνονται περισσότερα. Οι κατασκευαστές βάσεων δεδομένων επωφελούνται από το επιπλέον επίπεδο προστασίας, ιδίως ενάντια σε τρίτα μέρη, ενώ οι χρήστες επωφελούνται κυρίως από την καλύτερη σαφήνεια του νόμου και τα δικαιώματα του νόμιμου χρήστη. Δεν εντοπίζονται ιδιαίτερα κανονιστικά βάρη και για τα δύο μέρη.

Ανεξαρτήτως όμως, η Οδηγία για τις βάσεις δεδομένων είναι βασικός παράγων της Στρατηγικής για την Ενιαία διασυνοριακή Ψηφιακή Αγορά και την οικονομία των δεδομένων, καθώς αποτρέπει τον κατακερματισμό των εθνικών νομοθεσιών. Δεν παρουσιάζει ασυνέχειες με την υπόλοιπη ευρωπαϊκή νομοθεσία.

Σημαντική νομολογία του ΔΕΕ από το 2004³⁶¹ έχει διασαφηνίσει το πεδίο εφαρμογής του δικαιώματος ειδικής φύσης, το οποίο δεν εφαρμόζεται σε βάσεις δεδομένων που είναι υποπροϊόντα της κύριας δραστηριότητας μιας οντότητας. Συνεπώς, το δικαίωμα ειδικής φύσης δεν εφαρμόζεται ευρέως στην ψηφιακή οικονομία (μηχανικά παραγόμενα δεδομένα, διαδίκτυο των πραγμάτων, μαζικά δεδομένα, τεχνητή νοημοσύνη), αλλά καλύπτει βάσεις δεδομένων που περιέχουν δεδομένα που αποκτήθηκαν από εξωτερικές πηγές (π.χ. βιομηχανίες όπως οι εκδότες, που αναζητούν δεδομένα για να

³⁶¹ ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθ. C-46/02, *Fixtures Marketing Ltd κατά Oy Veikkaus Ab*, ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθ. C-338/02, *Fixtures Marketing Ltd v. Svenska Spel Ab*, ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθ. C-203/02, *British Horseracing Board Ltd v. William Hill*, ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθ. C-444/02, *Fixtures Marketing Ltd v. OPAP*

εμπορευματοποιήσουν τις βάσεις δεδομένων). Το περιορισμένο πεδίο εφαρμογής κάνει τη ρύθμιση σχετικά αποτελεσματική και δημιουργεί μόνο μικρό αριθμό προβλημάτων για τους ενδιαφερόμενους.

2.6.12. Οδηγία 2001/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την εναρμόνιση ορισμένων πτυχών του δικαιώματος του δημιουργού και συγγενικών δικαιωμάτων στην κοινωνία της πληροφορίας

Έχει μείνει γνώστη ως Οδηγία InfoSoc (Information Society). Αποτελεί το κύριο νομοθέτημα της ευρωπαϊκής νομοθεσίας πνευματικής ιδιοκτησίας, το οποίο δεν έχει τροποποιηθεί ή αντικατασταθεί απ' όταν τέθηκε σε ισχύ.³⁶² Αποβλέπει σε οριζόντια εναρμόνιση του ευρωπαϊκού δικαίου πνευματικής ιδιοκτησίας και εφαρμόζεται ανεξάρτητα από την κατηγορία του έργου, τον τρόπο εκμετάλλευσης του ή τη φύση του χρήστη.³⁶³ Ψηφίστηκε με σκοπό να ευθυγραμμίσει την ευρωπαϊκή με την διεθνή νομοθεσία (Συνθήκες WCT και WPPT), να ενισχύσει την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας ενόψει των τεχνολογικών εξελίξεων, να περιορίσει τις διαφορές μεταξύ των εθνικών νομοθεσιών των ευρωπαϊκών κρατών-μελών και να εξασφαλίσει επαρκή αμοιβή και αποζημίωση στους δημιουργούς και ερμηνευτές/εκτελεστές καλλιτέχνες για τη χρήση των έργων τους.

Το νομικό πλαίσιο που θεσπίζει η Οδηγία αφορά στη νομική προστασία του δικαιώματος του δημιουργού και των συγγενικών δικαιωμάτων στο πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς.³⁶⁴ Αποφασίστηκε στο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Κέρκυρας της 24ης και 25ης Ιουνίου 1994, για να ευνοήσει την ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας στην Ευρώπη και να προστατεύσει και να προωθήσει το σχεδιασμό και την εμπορία νέων προϊόντων και υπηρεσιών.³⁶⁵

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας και η εμφάνιση νέων μορφών εκμετάλλευσης κατέστησε αναγκαία την προσαρμογή και τη συμπλήρωση του έως τότε ισχύοντος πλαισίου. Κάποια κράτη-μέλη είχαν ήδη αναλάβει μέτρα προκειμένου να αντιμετωπίσουν τις εξελίξεις, αλλά αυτό επέσυρε τον κίνδυνο να υπάρξουν σημαντικές διαφορές ως προς την προστασία και, ως εκ τούτου, να περιοριστεί η ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών και των προϊόντων που ενσωμάτωναν ή βασίζονταν σε δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας.³⁶⁶

Η Οδηγία δεν ασχολείται με το ηθικό δικαίωμα.³⁶⁷

362 *Review of the EU copyright framework: European Implementation Assessment*, October 2015, European Parliament Research Service

([https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/558762/EPRS_STU\(2015\)558762_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/558762/EPRS_STU(2015)558762_EN.pdf))

363 Λ. Κοτσίρης, 2018, *Ευρωπαϊκό Εμπορικό Δίκαιο*, Εκδόσεις Σάκκουλα Αθήνα - Θεσσαλονίκη

364 Άρθρο 1, Οδηγία 2001/29/ΕΚ

365 Αιτιολογική Σκέψη 2, Οδηγία 2001/29/ΕΚ

366 Αιτιολογική Σκέψη 6, Οδηγία 2001/29/ΕΚ

367 Αιτιολογική Σκέψη 19, Οδηγία 2001/29/ΕΚ

Προβλέπεται δικαίωμα αναπαραγωγής για:³⁶⁸

- τους δημιουργούς, όσον αφορά στα έργα τους·
- τους καλλιτέχνες ερμηνευτές ή εκτελεστές, όσον αφορά στην εγγραφή σε υλικό φορέα των ερμηνειών ή εκτελέσεων τους·
- τους παραγωγούς φωνογραφήματων, όσον αφορά στα φωνογραφήματα τους·
- τους παραγωγούς της πρώτης υλικής ενσωμάτωσης ταινιών σε φορέα, όσον αφορά στο πρωτότυπο και στα αντίγραφα των ταινιών τους·
- τους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς, όσον αφορά στην υλική ενσωμάτωση των εκπομπών τους, που μεταδίδονται ενσύρματα ή ασύρματα, συμπεριλαμβανομένης της καλωδιακής ή δορυφορικής μετάδοσης·

ώστε να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν, την άμεση ή έμμεση, προσωρινή ή μόνιμη αναπαραγωγή με οποιοδήποτε μέσο και μορφή, εν όλω ή εν μέρει.

Η νομολογία του ΔΕΕ δέχεται ευρεία ερμηνεία της έκτασης προστασίας που παρέχει η Οδηγία, ώστε το δικαίωμα αναπαραγωγής να εκτείνεται σε πρόσκαιρα αποσπάσματα έργων, σε μνήμη δορυφορικού αποκωδικοποιητή και σε οθόνη τηλεόρασης, εφόσον τα μέρη αυτά περιλαμβάνουν στοιχεία που αποτελούν έκφραση της προσωπικής πνευματικής εργασίας των οικείων δημιουργών.³⁶⁹

Προβλέπονται υποχρεωτικές εξαιρέσεις και περιορισμοί από το δικαίωμα αναπαραγωγής, για πράξεις αναπαραγωγής, οι οποίες είναι μεταβατικές ή παρεπόμενες και αποτελούν αναπόσπαστο και ουσιώδες τμήμα μιας τεχνολογικής μεθόδου.³⁷⁰ Οι πράξεις πρέπει να έχουν ως αποκλειστικό σκοπό να επιτρέψουν την εντός δικτύου μετάδοση μεταξύ τρίτων μέσω διαμεσολαβητή, ή τη νόμιμη χρήση, ενός έργου ή άλλου προστατευόμενου αντικειμένου, και να μην έχουν καμία ανεξάρτητη οικονομική αξία.

Ακόμη, προβλέπεται δικαίωμα παρουσίασης των έργων στο κοινό και διάθεσης άλλων αντικειμένων στο κοινό.³⁷¹ Το περιεχόμενο του πρώτου συνίσταται στο αποκλειστικό δικαίωμα των δημιουργών να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν κάθε παρουσίαση στο κοινό των έργων τους, ενσύρματα ή ασύρματα, καθώς και να τα καθιστούν προσιτά στο κοινό κατά τρόπο, ώστε οποιοσδήποτε να έχει πρόσβαση σε αυτά όπου και όταν επιλέγει ο ίδιος.

Το δεύτερο δικαίωμα παρέχει αποκλειστικό δικαίωμα:

- στους καλλιτέχνες ερμηνευτές ή εκτελεστές, όσον αφορά στην εγγραφή σε υλικό φορέα των ερμηνειών ή εκτελέσεων τους·
- στους παραγωγούς φωνογραφήματων, όσον αφορά στα φωνογραφήματα τους·
- στους παραγωγούς της πρώτης υλικής ενσωμάτωσης ταινιών, όσον αφορά στο πρωτότυπα και στα αντίγραφα των ταινιών τους·

³⁶⁸ Άρθρο 2, Οδηγία 2001/29/EK

³⁶⁹ ΔΕΕ, 4.10.2011, υποθ. C-403/08, Football Association Premier League

³⁷⁰ Άρθρο 5, Οδηγία 2001/29/EK

³⁷¹ Άρθρο 3, Οδηγία 2001/29/EK

- στους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς, όσον αφορά στην υλική ενσωμάτωση των εκπομπών τους, που μεταδίδονται ενσύρματα ή ασύρματα, συμπεριλαμβανομένης της καλωδιακής ή δορυφορικής αναμετάδοσης·

ώστε να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν την διάθεση στο κοινό, ενσύρματα ή ασύρματα, κατά τρόπο ώστε οποιοσδήποτε να έχει πρόσβαση σε αυτά όπου και όταν επιλέγει ο ίδιος.

Κανένα από τα ανωτέρω δικαιώματα δεν αναλώνεται με οποιαδήποτε πράξη παρουσίασης ή διάθεσης στο κοινό.

Το δικαίωμα του δημιουργού να παρουσιάζει το έργο του στο κοινό καλύπτει κάθε μετάδοση ή αναμετάδοση ενός έργου, με ενσύρματα ή ασύρματα μέσα, σε κοινό το οποίο δεν παρίσταται στον τόπο της παρουσίασης.³⁷²

Το δικαίωμα διάθεσης στο κοινό προστατευόμενων αντικειμένων καλύπτει όλες τις πράξεις διάθεσης των προστατευόμενων αντικειμένων σε κοινό, το οποίο δεν παρίσταται στον τόπο όπου διενεργείται ή πράξη διάθεσης.³⁷³ Το αποκλειστικό δικαίωμα διάθεσης των δικαιούχων περιλαμβάνει το δικαίωμα να διαθέτουν στο κοινό προστατευόμενα έργα μέσω κατ' αίτηση μεταδόσεων σε διαλογική μορφή (on-demand), δηλ. μεταδόσεις στις οποίες το κοινό μπορεί να έχει πρόσβαση από τόπο και χρόνο της επιλογής του.³⁷⁴

Τέλος, προβλέπεται δικαίωμα διανομής για τους δημιουργούς,³⁷⁵ ώστε να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν τη διανομή στο κοινό του πρωτοτύπου ή αντιγράφου του έργου τους, με οποιαδήποτε μορφή μέσω πώλησης ή άλλως. Το δικαίωμα αναλώνεται σε περίπτωση πρώτης πώλησης ή κατ' άλλον τρόπο πρώτης μεταβίβασης της κυριότητας του έργου εντός Κοινότητας, η οποία πραγματοποιείται από το δικαιούχο ή με τη συγκατάθεση του.

Για όλα τα δικαιώματα προβλέπονται δυνητικές εξαιρέσεις και περιορισμοί, οι οποίοι υπόκεινται στην τριπλή προϋπόθεση της Σύμβασης της Βέρνης (μόνο ειδικές περιπτώσεις, που δεν αντίκεινται στην κανονική εκμετάλλευση του έργου ή άλλου προστατευόμενου αντικειμένου, και δεν θίγουν αδικαιολόγητα τα έννομα συμφέροντα του δικαιούχου).³⁷⁶ Τα κράτη-μέλη δεν μπορούν να εισαγάγουν διαφορετικές εξαιρέσεις.

Περιέχει επίσης προβλέψεις σχετικά με τα τεχνολογικά μέτρα προστασίας των δικαιωμάτων, που αφορούν στην εξουδετέρωση των μέτρων, στην εμπορία συσκευών, προϊόντων, συστατικών στοιχείων ή υπηρεσιών για την εξουδετέρωση μέτρων.³⁷⁷ Τα τεχνολογικά μέτρα, που χρησιμοποιούνται σε προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών, δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας.³⁷⁸ Ακόμη, περιέχονται

372 Αιτιολογική Σκέψη 23, Οδηγία 2001/29/EK

373 Αιτιολογική Σκέψη 24, Οδηγία 2001/29/EK

374 Αιτιολογική Σκέψη 25, Οδηγία 2001/29/EK

375 Άρθρο 4, Οδηγία 2001/29/EK

376 Άρθρο 5 παρ. 2-5, Οδηγία 2001/29/EK

377 Άρθρο 6, Οδηγία 2001/29/EK

378 Αιτιολογική Σκέψη 50, Οδηγία 2001/29/EK

διατάξεις για την έννομη προστασία κατά της παραχάραξης των πληροφοριών για το καθεστώς των δικαιωμάτων.³⁷⁹

Τέλος, τα κράτη-μέλη υποχρεούνται να προβλέπουν μέσα έννομης προστασίας για τους δικαιούχους κατά της προσβολής των δικαιωμάτων τους, με αγωγές αποζημίωσης και ασφαλιστικά μέτρα κατά των προσβολών και των διαμεσολαβητών, οι υπηρεσίες των οποίων χρησιμοποιούνται από τρίτο για την προσβολή δικαιωμάτων τους.³⁸⁰

Αποτελέσματα³⁸¹

Ο στόχος της εναρμόνισης με το διεθνές δίκαιο επιτεύχθηκε, οδηγώντας στη συμμόρφωση με τα διεθνή πρότυπα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας. Εισήγαγε την τριπλή προϋπόθεση της Σύμβασης της Βέρνης, προκειμένου τα κράτη-μέλη να είναι σε θέση να προβλέπουν εξαιρέσεις από το αποκλειστικό δικαίωμα των δημιουργών και των δικαιούχων συγγενικών δικαιωμάτων. Περιέχει έναν πολύ ευρύ ορισμό του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας και προτάσσει τα τεχνολογικά μέτρα που λαμβάνονται από τον ίδιο το δικαιούχο, ως θεμιτό μέσο επιβολής του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας. Συγχρόνως, θέσπισε ένα σύστημα προστασίας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας με τεχνολογικά μέτρα προστασίας (ΤΜΠ) και την δίωξη των φορέων που καταστρατηγούν τα μέτρα προστασίας, το οποίο είχε περιορισμένη επιτυχία (π.χ. το κλείσιμο της πλατφόρμας Napster για το παράνομο downloading μουσικής και η στροφή σε επί πληρωμή υπηρεσίες streaming για το άκουσμα μουσικής).

Στην πράξη υπάρχουν δύο είδη τεχνολογικών μέτρων προστασίας: τα *σχετικά με τον έλεγχο της πρόσβασης στο έργο* (π.χ. χρήση κωδικού ασφαλείας και μόνο για μέλη, συστήματα πληρωμής για πρόσβαση στο προστατευόμενο περιεχόμενο, μίσθωση του έργου και χρήση του για όση διάρκεια διαρκεί η μίσθωση) και τα *σχετικά με τον έλεγχο της δυνατότητας αντιγραφής των αρχείων* (π.χ. κλείδωμα λογισμικού που απαγορεύει στο χρήστη να αντιγράψει πρόγραμμα ηλεκτρονικού υπολογιστή, κρυπτογράφηση του αρχείου που περιέχεται σε μονάδα δίσκου, τεχνολογία που κλειδώνει το αρχείο και αποτρέπει την αντιγραφή του).³⁸²

Ωστόσο, οι συντάκτες της Οδηγίας βασίστηκαν σε μεγάλο βαθμό στην διαφύλαξη των δικαιωμάτων από τους ίδιους τους δικαιούχους μέσω τεχνολογικών μέτρων προστασίας, πράγμα που δεν ανταποκρίθηκε στις προσδοκίες τους, καθώς δεν το επέλεξαν πολλοί δικαιούχοι για να προστατέψουν τα δικαιώματά τους

379 Άρθρο 7, Οδηγία 2001/29/EK

380 Άρθρο 8, Οδηγία 2001/29/EK

381 *Review of the EU copyright framework: European Implementation Assessment*, October 2015, European Parliament Research Service.

([https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/558762/EPRS_STU\(2015\)558762_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/558762/EPRS_STU(2015)558762_EN.pdf))

382 Smartcopying, *Technological Protection Measures*

(<https://www.smartcopying.edu.au/information-sheets/tafe/technological-protection-measures/technological-protection-measures-2018>)

στο διαδίκτυο. Το μοναδικό άλλο μέσο επιβολής που περιλαμβάνεται στην Οδηγία, είναι η λήψη ασφαλιστικών μέτρων κατά των διαμεσολαβητών, οι υπηρεσίες των οποίων χρησιμοποιούνται από τρίτο για την προσβολή δικαιώματος του δημιουργού ή συγγενικού δικαιώματος.³⁸³ Εντούτοις, η πρόβλεψη αυτή δεν βρίσκεται σε συμφωνία με την αρχή της απλής μετάδοσης που περιλαμβάνεται στα άρθρα 12-15 της Οδηγίας 2000/31/EK, και σταδιακά περιέπεσε σε αχρησία λόγω των δυσκολιών, που συνάντησε η προσφυγή στη δικαιοσύνη και η αναγνώριση των παραβατών. Τα κράτη-μέλη βασίστηκαν σε εθνικούς νόμους για τη λήψη διοικητικών μέτρων και την σύνταξη κωδίκων δεοντολογίας. Συνεπώς, οι προστασία των δικαιούχων σε ευρωπαϊκό επίπεδο παραμένει ανεπαρκής, και ο στόχος της Οδηγίας να ενισχύσει την προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας δεν επετεύχθη.

Συγχρόνως, παρά τον στόχο εναρμόνισης της εσωτερικής αγοράς, η Οδηγία παραμένει κατώτερο σε ισχύ νομοθέτημα σε σχέση με τις διεθνείς συνθήκες της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας. Ως αποτέλεσμα, υπάρχουν 27 διαφορετικά συστήματα πνευματικής ιδιοκτησίας στην Ε.Ε. Βέβαια, οι περιορισμοί και εξαιρέσεις από το αποκλειστικό δικαίωμα των δικαιούχων μειώθηκαν. Αλλά η θέσπιση τους παραμένει προαιρετική, και ο κατακερματισμός του πλαισίου προστασίας αποφεύχθη μόνο χάρη στη νομολογία του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ο κατακερματισμός του πλαισίου προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας προκαλεί ζημία στους εμπορικούς χρήστες, τους διαδικτυακούς διαμεσολαβητές και στους τελικούς χρήστες.³⁸⁴

Η Οδηγία επίσης, δεν πέτυχε να εξασφαλίσει επαρκή αμοιβή στους περισσότερους δημιουργούς και ερμηνευτές/εκτελεστές καλλιτέχνες. Κατ' αρχάς, δεν περιλαμβάνει αρκετές ρυθμίσεις για τον τρόπο με τον οποίο αυτό θα επιτευχθεί, και η επάνοδος σε ένα σύστημα διαμεσολαβητών, που παρατηρείται στις περισσότερες αγορές, επιδείνωσε το πρόβλημα. Η ανάδειξη μεγάλων δυνατών διαδικτυακών διαμεσολαβητών με μεγάλη πρόσβαση σε τελικούς χρήστες και περιεχόμενο, αποδυνάμωσε τη διαπραγματευτική δύναμη των δικαιούχων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων, καθώς έχουν ανάγκη τους διαμεσολαβητές για να κάνουν γνωστά τα έργα τους. Έτσι, μια δίκαιη αμοιβή για τους δημιουργούς και ερμηνευτές/εκτελεστές καλλιτέχνες εξαρτάται πλέον από τις δυνάμεις της αγοράς, και η ισορροπία δυνάμεων φέρει προς το πλευρό των διανομέων. Το γεγονός επιτρέπει μόνο σε έναν μικρό αριθμό πολύ επιτυχημένων δημιουργών να αμείβονται ικανοποιητικά για τα έργα τους. Οι περισσότεροι δικαιούχοι δηλώνουν υποαμοιβόμενοι.

Οι επιχειρήσεις που χαρακτηρίζονται ως εντάσεως πνευματικής ιδιοκτησίας, εκφράζουν παράπονα για το μη αποδοτικό κόστος συναλλαγής, που επιφέρει το ευρωπαϊκό πλαίσιο προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας, το οποίο περιορίζει την παραγωγή, τη διανομή και τη δημιουργία. Ένας διανομέας πρέπει να συμφωνήσει 27 διαφορετικές άδειες σε 27 διαφορετικές έννομες τάξεις. Η ευρωπαϊκή μουσική

383 Άρθρο 8 παρ. 3, Οδηγία 2001/29/EK

384 *Review of the EU copyright framework: European Implementation Assessment*, October 2015, European Parliament Research Service,
([https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/558762/EPRS_STU\(2015\)558762_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/558762/EPRS_STU(2015)558762_EN.pdf))

βιομηχανία αποτελείται κατά κανόνα από μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες δεν μπορούν να αντεπεξέλθουν στις δαπανηρές γραφειοκρατικές διαδικασίες που απαιτούνται για να εξασφαλίζουν τις απαραίτητες άδειες. Οι διασυνοριακοί πάροχοι υπηρεσιών μουσικής που προσφέρουν πάνω από 1.000.000 τραγούδια, ενδέχεται να αντιμετωπίζουν έξοδα έως και 260.000€ το χρόνο. Για την αντιμετώπιση αυτού του ζητήματος, ψηφίστηκαν η Οδηγία 2014/26/ΕΕ για τη συλλογική διαχείριση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων καθώς και τη χορήγηση πολυεδαφικών αδειών για τις επιγραμμικές χρήσεις μουσικών έργων στην εσωτερική αγορά και η Οδηγία 2012/28/ΕΕ σχετικά με ορισμένες επιτρεπόμενες χρήσεις ορφανών έργων.

Το κόστος που σχετίζεται με τον κατακερματισμό της νομικής προστασίας, συνιστά ένα ακόμη πρόβλημα. Εδώ συμπεριλαμβάνονται οι αμοιβές που οι καταναλωτές οφείλουν στους δημιουργούς, οι οποίες διαφέρουν σημαντικά στην Ευρώπη. Οι διαφορές στις νομοθεσίες, και οι διαφορετικές εξαιρέσεις και περιορισμοί των δικαιωμάτων που προβλέπονται, δημιουργούν προβλήματα στους τομείς της εκπαίδευσης και της έρευνας, αλλά και στην εμπορική εκμετάλλευση νέων προϊόντων και υπηρεσιών, όπως μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες και υπηρεσίες αναπαραγωγής με συνεχή ροή δεδομένων (streaming).

Συνεπώς, η Οδηγία στο σύνολο της έχει περιορισμένα θετικά αποτελέσματα για τους καταναλωτές και τη βιομηχανία. Η δυσκολία στην επιβολή των δικαιωμάτων, η ανεπαρκής αμοιβή των δημιουργών και ερμηνευτών/εκτελεστών καλλιτεχνών και η ανάπτυξη τεχνολογικών μέσων που επιτρέπουν την παράκαμψη των τεχνολογικών μέτρων ασφαλείας των δικαιούχων δίχως να επισύρουν ευθύνη του παραβάτη αναμένεται να ενταθούν περαιτέρω στο μέλλον, καθώς όλο και περισσότερες δραστηριότητες γίνονται πλέον μέσω διαδικτύου, και το διαδίκτυο γίνεται το μέσο πρόσβασης σε προστατευόμενο περιεχόμενο. Η ανάπτυξη των αγορών ψηφιακού περιεχομένου ήταν σταθερά ταχύτερη από την ανάπτυξη των παραδοσιακών αγορών μέσων μαζικής ενημέρωσης, και αυτό αναμένεται να συνεχίσει με την ανάπτυξη του Διαδικτύου των Πραγμάτων και την αύξηση στην ταχύτητα των συνδέσεων διαδικτύου. Εκτός αυτού, η ευρείς παραβιάσεις της πνευματικής ιδιοκτησίας έχουν συνέπειες στην ποιότητα του διαθέσιμου ψηφιακού περιεχομένου, στερώντας από το πλεόνασμα τόσο των παραγωγών όσο και των καταναλωτών.

Ακόμη, η Οδηγία 2001/29/ΕΚ, καθώς και η Οδηγία 2004/48/ΕΚ για την επιβολή των δικαιωμάτων διανοητική ιδιοκτησίας, δεν παρουσιάζουν συνοχή με την ευρωπαϊκή νομοθεσία για τα θεμελιώδη δικαιώματα, την προστασία προσωπικών δεδομένων και το ηλεκτρονικό εμπόριο. Παραμένει έντονη η ασάφεια, όσον αφορά στην ευθύνη των ψηφιακών διαμεσολαβητών, που είναι κεντρικά πρόσωπα στη διανομή ψηφιακού περιεχομένου. Ακόμη, είναι δύσκολο να αποφασιστεί το εφαρμοστέο δίκαιο σε περίπτωση παραβίασης μέσω διαδικτύου.

Ο κατακερματισμός του εφαρμοστέου δικαίου προκαλεί στρεβλώσεις στο διασυνοριακό εμπόριο. Γίνεται δεκτό, ότι η πλήρης εξομοίωση του ευρωπαϊκού δικαίου πνευματικής ιδιοκτησίας θα προσέθετε μεταξύ

260€ και 520€ δισεκατομμύρια στο ευρωπαϊκό ΑΕΠ και 2,1% ανάπτυξη. Οι διαφορετικές άδειες που πρέπει να εξασφαλίζουν οι διανομείς σε κάθε χώρα επιφέρουν κόστος συμμόρφωσης και κόστος διαπραγμάτευσης καθεμία ξεχωριστά. Οι περιορισμοί στη διαθεσιμότητα του περιεχομένου και στη διασυννοριακή πρόσβαση επιδρούν στην συγκέντρωση δεδομένων και κειμένων και στον ψηφιακό δανεισμό περιεχομένου, κάτι που επισύρει συνέπειες στην έρευνα και ανάπτυξη και στην καινοτομία, που θα μπορούσε να οδηγήσει σε νέα μοντέλα επιχειρήσεων και υπηρεσιών. Εκφράζονται ανησυχίες, ότι οι Ευρωπαίοι ερευνητές υστερούν σε σχέση με τους Αμερικανούς συναδέλφους τους, κυρίως εξαιτίας της αβεβαιότητας που παρουσιάζει η συγκέντρωση δεδομένων και κειμένων, η οποία δεν συμπεριλαμβάνεται σαφώς στις εξαιρέσεις που πρέπει να προβλέπουν τα κράτη-μέλη στις νομοθεσίες τους.³⁸⁵

2.6.13. Οδηγία 2001/84/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με το δικαίωμα παρακολούθησης υπέρ του δημιουργού ενός πρωτότυπου έργου τέχνης

Το δικαίωμα παρακολούθησης προβλεπόταν ήδη στη Σύμβαση της Βέρνης, αλλά με προαιρετικό χαρακτήρα, ώστε να είναι δυνατό σε κάθε νομοθεσία να το προβλέπει ή όχι.³⁸⁶ Οπότε, το δικαίωμα παρακολούθησης προβλεπόταν ήδη με διαφορετικές ρυθμίσεις στις εθνικές νομοθεσίες διάφορων κρατών-μελών, αλλά όχι σε όλες. Οι διαφορές μεταξύ των εθνικών νομοθεσιών αφορούσαν στα έργα τα οποία κάλυπτε το δικαίωμα, στους δικαιούχους ποσοστών, στον εφαρμοζόμενο συντελεστή, στις πράξεις όπου αφορά το δικαίωμα καθώς και στη βάση υπολογισμού.³⁸⁷ Επιπλέον, δυνάμει της Σύμβασης της Βέρνης το δικαίωμα υπόκειται στον κανόνα της αμοιβαιότητας, με αποτέλεσμα να είναι δυνατόν σε κάθε κράτος-μέλος να μην αναγνωρίζει το δικαίωμα σε υπηκόους άλλου κράτους-μέλους, εφόσον η νομοθεσία του τελευταίου κράτους δεν αναγνωρίζει το δικαίωμα στους υπηκόους του πρώτου. *Η αναγνώριση του δικαιώματος υπό τον όρο της αμοιβαιότητας προσκρούει στην αρχή της απαγόρευσης των διακρίσεων και στην αρχή της ίσης μεταχείρισης εντός της Ένωσης, όπως αυτή προβλέπεται στο άρθρο 12 της Συνθήκης για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας.*³⁸⁸ Η νομολογία του ΔΕΚ διευκρίνισε τον ανωτέρω κανόνα στην απόφαση της 20ης Οκτωβρίου 1993 στις συνεκδικασθείσες υποθέσεις C-92/92 και C-326/92, Phil Collins και λοιποί, οπότε έγινε κατανοητό ότι η ρήτρα αμοιβαιότητας αντίκειται στο κοινοτικό νομικό πλαίσιο. Επομένως, η Οδηγία αποσκοπεί στην εναρμόνιση των διατάξεων των εθνικών νομοθεσιών σχετικά με το δικαίωμα παρακολούθησης του δημιουργού πρωτότυπων έργων εικαστικών τεχνών, οι οποίες έχουν την αμεσότερη επίδραση στη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και να θεσπίσει τον υποχρεωτικό χαρακτήρα

³⁸⁵ *Review of the EU copyright framework: European Implementation Assessment*, October 2015, European Parliament Research Service

([https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/558762/EPRS_STU\(2015\)558762_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/558762/EPRS_STU(2015)558762_EN.pdf))

³⁸⁶ Άρθρο 14β, Σύμβαση της Βέρνης

³⁸⁷ Αιτιολογική Σκέψη 9, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

³⁸⁸ Αιτιολογική Σκέψη 6, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

του δικαιώματος. Με αυτόν τον τρόπο θα εξασφαλιστεί για τους δημιουργούς έργων εικαστικών τεχνών μερίδιο στην οικονομική επιτυχία των πρωτότυπων έργων τους.

Οι διαφορές μεταξύ των εθνικών νομοθεσιών σε σχέση με το δικαίωμα, δημιουργούσαν στρεβλώσεις του ανταγωνισμού, μετατόπιση των πωλήσεων μέσα στην Κοινότητα και άνιση μεταχείριση των καλλιτεχνών ανάλογα με τον τόπο πώλησης των έργων τους.

Το δικαίωμα παρακολούθησης προβλέπεται υπέρ του δημιουργού πρωτότυπου έργου τέχνης.³⁸⁹ Ως πρωτότυπα έργα τέχνης νοούνται τα έργα εικαστικών τεχνών, όπως οι πίνακες, τα κολάζ, τα έργα ζωγραφικής, τα σχέδια, οι εικόνες χαρακτηριστικής, χαλκογραφίας και λιθογραφίας, τα γλυπτά, τα εργόχειρα χαλιά τοίχου (ταπισερί), τα προϊόντα κεραμικής και υαλουργίας και οι φωτογραφίες, εφόσον τα έργα έχουν εκτελεσθεί εξ ολοκλήρου από τον καλλιτέχνη ή πρόκειται για αντίτυπα, που θεωρούνται ως πρωτότυπα έργα τέχνης. Τα αντίτυπα πρέπει να έχουν εκτελεσθεί από τον ίδιο καλλιτέχνη ή υπό την ευθύνη του, να έχουν αριθμηθεί, να έχουν υπογραφεί ή κατ' άλλο τρόπο εγκριθεί από τον καλλιτέχνη.³⁹⁰ Η Οδηγία δεν εφαρμόζεται στα πρωτότυπα χειρόγραφα συγγραφέων και συνθετών.³⁹¹

Αντικείμενο του δικαιώματος είναι το δικαίωμα του δημιουργού και των δικαιοδόχων του, να εισπράττουν ένα ποσοστό επί του τιμήματος κάθε μεταπώλησης του έργου του, μετά την πρώτη μεταβίβαση του εκ μέρους του δικαιούχου.³⁹² Εφαρμόζεται σε όλες τις μεταπωλήσεις, στις οποίες συμμετέχουν, ως πωλητές ή αγοραστές ή ενδιάμεσοι, επαγγελματίες της αγοράς έργων τέχνης, όπως οίκοι δημοπρασιών, γκαλερί έργων τέχνης και γενικά οποιοσδήποτε έμπορος έργων τέχνης. Δεν εφαρμόζεται στις μεταπωλήσεις που πραγματοποιούνται απευθείας μεταξύ ιδιωτών χωρίς τη συμμετοχή επαγγελματία της αγοράς έργων τέχνης, στις μεταπωλήσεις από ιδιώτες προς μουσεία τα οποία δεν έχουν κερδοσκοπικό χαρακτήρα και είναι ανοιχτά στο κοινό.³⁹³ Τα κράτη-μέλη μπορούν να μην εφαρμόζουν το δικαίωμα, αν η μεταπώληση τελείται από αίθουσα τέχνης λιγότερο από 3 έτη μετά την απόκτηση του έργου απευθείας από το δημιουργό και η τιμή της μεταπώλησης δεν υπερβαίνει τις 10.000 ευρώ.³⁹⁴ Προς το σκοπό προώθησης των νέων καλλιτεχνών, η κατώτατη τιμή πώλησης από την οποία εφαρμόζεται το δικαίωμα, δεν μπορεί ποτέ να υπερβαίνει τις 3.000 ευρώ.³⁹⁵

Το ποσοστό υπολογίζεται επί της τιμής πώλησης του έργου και όχι επί της αύξησης της αρχικής του αξίας.³⁹⁶ Προβλέπονται φθίνοντες συντελεστές ανά τμήματα τιμής πώλησης:³⁹⁷

- αν προβλέπεται κατώτατη τιμή πώλησης χαμηλότερη από 3.000 ευρώ ορίζεται συντελεστής τουλάχιστον 4% για το τμήμα της τιμής πώλησης μέχρι τις 3.000 ευρώ·

389 Άρθρο 1, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

390 Άρθρο 2, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

391 Αιτιολογική Σκέψη 19, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

392 Άρθρο 1, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

393 Αιτιολογική Σκέψη 18, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

394 Άρθρο 1 παρ. 3, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

395 Άρθρο 3, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

396 Αιτιολογική Σκέψη 20, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

397 Άρθρο 4, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

- 4% για το τμήμα της τιμής πώλησης έως 50.000 ευρώ·
- 3% για το τμήμα της τιμής πώλησης μεταξύ 50.000,01 και 200.000 ευρώ·
- 1% για το τμήμα της τιμής πώλησης μεταξύ 200.000,01 και 350.000 ευρώ·
- 0,5% για το τμήμα της τιμής πώλησης μεταξύ 350.000,01 και 500.000 ευρώ·
- 0,25% για το τμήμα της τιμής πώλησης που υπερβαίνει τις 500.000 ευρώ.

Το συνολικό ποσό δεν μπορεί να υπερβαίνει το ποσό των 12.500 ευρώ.

Το δικαίωμα είναι αναπαλλοτρίωτο, από το οποίο δεν χωρεί παραίτηση, ούτε εκ των προτέρων.³⁹⁸ Το ποσοστό καταβάλλεται κατά κανόνα από τον πωλητή στο δημιουργό και, μετά το θάνατο του, στους δικαιοδόχους του.³⁹⁹

Δικαιούχοι είναι οι δημιουργοί, που είναι υπήκοοι των κρατών-μελών, και οι συνήθως διαμένοντες στο εκάστοτε κράτος-μέλος δημιουργοί, που είναι υπήκοοι τρίτων κρατών, εφόσον το προβλέπει η νομοθεσία του κράτους-μέλους. Επιπλέον, δικαίωμα παρακολούθησης αναγνωρίζεται στους υπηκόους τρίτων χωρών, εφόσον η νομοθεσία της χώρας ιθαγένειας του δημιουργού ή των δικαιοδόχων του προστατεύει το δικαίωμα παρακολούθησης στη συγκεκριμένη χώρα υπέρ των δημιουργών από κράτη-μέλη της Ε.Ε. και των δικαιοδόχων τους.⁴⁰⁰

Το δικαίωμα αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας⁴⁰¹ και η διάρκεια προστασίας του δικαιώματος είναι η ίδια με αυτή που προβλέπεται στο άρθρο 1 της Οδηγίας 93/98/ΕΟΚ για τα δικαιώματα του δημιουργού, δηλαδή κατ' αρχήν διαρκεί καθ' όλη τη διάρκεια ζωής του δημιουργού και 70 έτη μετά το θάνατο του.⁴⁰²

Αποτελέσματα

Προς μελέτη των αποτελεσμάτων της Οδηγίας στην Ε.Ε. υπάρχει διαθέσιμη η Έκθεση της Επιτροπής του 2011 προς Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο και την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή σχετικά με την εφαρμογή και τα αποτελέσματα της Οδηγίας.⁴⁰³ Το 2010, η παγκόσμια αγορά έργων τέχνης και αντικών, συμπεριλαμβάνοντας τις καλές τέχνες και την τέχνη της διακόσμησης, αντιστοιχούσε σε 43 δισεκατ. ευρώ, σημειώνοντας επάνοδο στα επίπεδα του 2008, ύστερα από ένα χρόνο κρίσης που περιορίσε τις πωλήσεις σε 28 δισεκατ. ευρώ το 2009.

398 Άρθρο 1, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

399 Άρθρο 6, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

400 Άρθρο 7, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

401 Αιτιολογική Σκέψη 4, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

402 Άρθρο 8, Οδηγία 2001/84/ΕΚ

403 Έκθεση της Επιτροπής σχετικά με την εφαρμογή και τα αποτελέσματα της οδηγίας για το δικαίωμα παρακολούθησης (2001/84/ΕΚ), 14.12.2011, (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0878&from=EN>)

Η Ε.Ε. κατείχε το 2010 την πρωτιά στο παγκόσμιο μερίδιο της αγοράς βάσει αξίας (37%), με δεύτερες τις Η.Π.Α. (34%) και τρίτη την Κίνα (23%). Μέσα σε 6 χρόνια η Κίνα ανέβηκε από μερίδιο 5% το 2006 στο 23%, μειώνοντας αντίστοιχα τα μερίδια των ανταγωνιστών της.

Οι πωλήσεις στην αγορά έργων τέχνης και αντικών αυξήθηκαν κατά 13% και ανήλθαν σε 35 εκατομμύρια συναλλαγές το 2010, κατανεμημένες μεταξύ εταιρειών δημοπρασίας (49% το 2010) και εμπόρων (51%). Οι δημοπρασίες έργων τέχνης ανήλθαν σε περίπου 7 δισεκατ. ευρώ το 2010.

Στην Ε.Ε. υπήρχαν περισσότερες από 59.000 επιχειρήσεις, που περιελάμβαναν 4.000 εταιρείες δημοπρασίας και 55.000 εμπορικές επιχειρήσεις, απασχολώντας σχεδόν 270.000 εργαζομένους και υποστηρίζοντας περισσότερες από 110.000 θέσεις εργασίας.

Το δικαίωμα παρακολούθησης θίγει άμεσα μόνο το εμπόριο έργων νεότερης και σύγχρονης τέχνης, ήτοι έργα ζώντων καλλιτεχνών της Ε.Ε. ή καλλιτεχνών της Ε.Ε. που απεβίωσαν εντός 70 ετών από την πώληση. Τα έργα που υπόκεινται σε δικαίωμα παρακολούθησης αντιστοιχούσαν σε περίπου 2,1 δισεκατ. ευρώ σε δημοπρασίες το 2010 παγκοσμίως. Στην Ε.Ε. αυτά τα έργα αντιστοιχούσαν σε 50% της αξίας των δημοπρασιών έργων τέχνης το 2010, σε σύγκριση με το 35% των πωλήσεων στις ΗΠΑ, το 25% στην Ελβετία και το 3% των πωλήσεων στον υπόλοιπο κόσμο.

Οι παγκόσμιες δημοπρασίες έργων ζώντων καλλιτεχνών της Ε.Ε. αντιστοιχούσαν σε ένα τρίτο της αξίας των πωλήσεων έργων ζώντων καλλιτεχνών το 2010 (340 εκατ. ευρώ). Σε αντίθεση με άλλες αγορές, στις οποίες οι δημοπρασίες μπορεί να κατανέμονται εξίσου, πολλοί ζώντες καλλιτέχνες πωλούν τα έργα τους κυρίως μέσω εμπόρων και λιγότερο μέσω δημοπρασιών. Οι πωλήσεις μέσω εμπόρων ενδέχεται να είναι σχετικά περισσότερες σε αυτόν τον τομέα και εκτιμάται ότι η αξία τους είναι διπλάσια από αυτήν των δημοπρασιών.

Το μερίδιο αγοράς της ΕΕ σημείωσε περαιτέρω απώλειες στις πωλήσεις έργων ζώντων καλλιτεχνών της ΕΕ την περίοδο 2008 έως 2010. Ακολούθησε το υψηλό μερίδιο αγοράς του ΗΒ που ανήλθε σε 62 % το 2008, 3 έτη μετά την έναρξη ισχύος της οδηγίας για το δικαίωμα παρακολούθησης υπέρ του δημιουργού. Αυτά τα δεδομένα πρέπει να εξετάζονται με επιφυλακτικότητα: δεν καλύπτουν την περίοδο πριν και μετά την εναρμόνιση του δικαιώματος παρακολούθησης υπέρ του δημιουργού. Η περίοδος 2008-2010 ήταν επίσης μια περίοδος εξάρσεων και υφέσεων άνευ προηγουμένου.

Ορισμένα κράτη-μέλη που εφάρμοσαν το δικαίωμα παρακολούθησης το 2006 υπέρ ζώντων καλλιτεχνών της ΕΕ, κατέγραψαν κατακόρυφη αύξηση του μεριδίου αγοράς κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου (Αυστρία, Ιταλία, Κάτω Χώρες). Εξετάζοντας τα διαθέσιμα στοιχεία για μεγαλύτερο χρονικό πλαίσιο, το μερίδιο αγοράς της ΕΕ στα έργα ζώντων καλλιτεχνών της ΕΕ αυξήθηκε από 60% το 2002 σε 66% το 2010, και το μερίδιο αγοράς του ΗΒ από 40% σε 42%.

Οι παγκόσμιες δημοπρασίες «νεότερων» έργων τέχνης (για καλλιτέχνες που γεννήθηκαν μεταξύ 1875 και 1945) αντιστοιχούσαν σε περίπου 3,5 δισεκατ. ευρώ το 2010. Η αγορά «διαδόχων» της ΕΕ (έργα

καλλιτεχνών που απεβίωσαν 70 έτη από την ημερομηνία πώλησης) αντιστοιχούσε σε 1 δισεκατ. ευρώ αυτού του ποσού.

Συνολικά η αγορά αυξήθηκε κατά 126% την περίοδο 2005-2010. Οι πωλήσεις της Ελβετίας, των ΗΠΑ και της ΕΕ αυξήθηκαν κατά 25%, 69% και 85% αντίστοιχα έναντι του πολύ υψηλού ρυθμού ανάπτυξης της Κίνας που υπερέβη το 1300%. Η ΕΕ σημείωσε απώλειες στο παγκόσμιο μερίδιο αγοράς για ακόμα μία φορά κυρίως ως αποτέλεσμα της απώλειας μεριδίου αγοράς του ΗΒ (από 27% σε 20%), όπως συνέβη και με τις ΗΠΑ και την Ελβετία. Το μερίδιο αγοράς της Κίνας αυξήθηκε σημαντικά από 4% σε 23%.

Όσον αφορά στην αγορά των «διαδόχων» της ΕΕ, επισημαίνεται ότι το ΗΒ σημείωσε απώλεια μεριδίου αγοράς κατά 5 ποσοστιαίες μονάδες φτάνοντας το 37 % την περίοδο 2008-2010, ελλείπει της εφαρμογής του δικαιώματος παρακολούθησης στην αγορά των «διαδόχων» (πράγματι, το μερίδιο αγοράς του ΗΒ στην ευρύτερη αγορά αποθανόντων καλλιτεχνών κατά την ίδια περίοδο μειώθηκε σημαντικά, από 34 % σε 20 %). Τα μερίδια αγοράς άλλων κρατών-μελών της ΕΕ (είτε εφαρμόζουν το δικαίωμα υπέρ των διαδόχων είτε όχι) παρέμειναν σταθερά.

Η Επιτροπή προσπάθησε να διαπιστώσει εάν είχε προκύψει εκτροπή του εμπορίου από τα κράτη-μέλη που δεν εισήγαγαν το δικαίωμα παρακολούθησης υπέρ των έργων ζώντων καλλιτεχνών για πρώτη φορά το 2006 (όταν και τέθηκε σε ισχύ η Οδηγία) προς άλλα κράτη μέλη· και εάν αυτά τα κράτη-μέλη που διένυαν περίοδο παρέκκλισης έως την 1η Ιανουαρίου 2012 είχαν συγκριτικό πλεονέκτημα στις πωλήσεις έργων αποθανόντων καλλιτεχνών.

Το ΗΒ κατέχει το υψηλότερο μερίδιο στην αγορά της ΕΕ βάσει της αξίας των δημοπρασιών έργων επιλέξιμων για το δικαίωμα παρακολούθησης (64 % το 2010), με τη Γαλλία (12 %) και τη Γερμανία (5 %) να έπονται, ο μεγαλύτερος όγκος συναλλαγών εντοπίστηκε στη Γαλλία (26 %). Συνολικά, περίπου 65.000 συναλλαγές από δημοπρασίες ήταν επιλέξιμες για το δικαίωμα παρακολούθησης το 2010, εκ των οποίων τα δύο τρίτα περίπου ήταν πωλήσεις έργων αποθανόντων καλλιτεχνών και το ένα τρίτο πωλήσεις ζώντων καλλιτεχνών. Η υψηλή αξία πωλήσεων του ΗΒ αντιστοιχεί σε μικρό αριθμό πωλήσεων υψηλών τιμών. Το 2010, για παράδειγμα, το 54 % της αξίας της αγοράς έργων τέχνης βρισκόταν εντός της ζώνης τιμών ύψους 2 εκατ. ευρώ (αντιπροσωπεύοντας μόνο το 0,5 % των συναλλαγών). Τα στοιχεία από τα έτη 2005-2010 που περιλαμβάνει η έρευνα, δεν δείχνουν συστηματική εκτροπή του εμπορίου στο εσωτερικό της Ε.Ε. από τα κράτη-μέλη που εισήγαγαν το δικαίωμα υπέρ ζώντων καλλιτεχνών το 2006.

Το ΗΒ σημείωσε απώλειες του μεριδίου αγοράς σε σχέση με το 2005 για πωλήσεις ζώντων και αποθανόντων καλλιτεχνών. Το ΗΒ σημείωσε απώλειες του μεριδίου αγοράς της ΕΕ μεταξύ 2008 και 2010 για έργα ζώντων καλλιτεχνών επιλέξιμων για παρακολούθηση, ενώ το μερίδιο αγοράς του ΗΒ κορυφώθηκε σε 61 % το 2008, ήτοι 3 έτη μετά την έναρξη ισχύος της οδηγίας. Εντούτοις, άλλα κράτη μέλη που εφάρμοσαν το δικαίωμα παρακολούθησης για πρώτη φορά (Αυστρία, Κάτω Χώρες και Ιταλία) κέρδισαν επίσης μερίδιο αγοράς σε βάρος του ΗΒ κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου. Επισημαίνεται, επίσης, ότι το ΗΒ έχασε μερίδιο αγοράς της ΕΕ για τα έργα αποθανόντων καλλιτεχνών κατά τις περιόδους 2005-2010

και 2008-2010. Από τα κράτη μέλη που εφαρμόζαν ήδη το δικαίωμα παρακολούθησης, η Γαλλία και η Γερμανία παρουσίασαν αμφότερες μικρή αύξηση του μεριδίου αγοράς για το 2008-2010 σε πωλήσεις έργων ζώντων καλλιτεχνών της ΕΕ (από 5% έως 7% και από 3% έως 4% αντιστοίχως), ενώ το μερίδιο της «υπόλοιπης ΕΕ» παρέμεινε σταθερό στο 2%. Όσον αφορά έργα αποθανόντων καλλιτεχνών, τα μερίδια αγοράς παρέμειναν σταθερά.

Παρομοίως, σε σχέση με το μερίδιο αγοράς συνολικά (εκτός από δημοπρασίες) κατά την περίοδο 2005-2010, δεν είναι δυνατή η εξαγωγή σαφών μοτίβων. Η Αυστρία, οι Κάτω Χώρες και η Ιταλία κατέγραψαν ελαφρώς αυξημένο μερίδιο αγοράς της ΕΕ για τα έργα ζώντων καλλιτεχνών, ενώ το μερίδιο του ΗΒ μειώθηκε σημαντικά, συνάδοντας προς την ευρύτερη συρρίκνωση της αγοράς του ΗΒ.

Οι εξελίξεις στα μερίδια αγοράς για το εμπόριο έργων αποθανόντων καλλιτεχνών παρουσιάζουν επίσης ανομοιογενή εικόνα. Το μερίδιο αγοράς του ΗΒ μειώθηκε εξίσου με την ευρύτερη συρρίκνωση της αγοράς· τα μερίδια αγοράς της Γερμανίας και των Κάτω Χωρών μειώθηκαν ελαφρώς, ενώ της Γαλλίας, της Αυστρίας και της Ιταλίας παρουσίασαν ανοδική τάση.

Πολλοί ερωτώμενοι επεσήμαναν, ότι οι πωλήσεις έργων μεγαλύτερης αξίας είναι πιο ευάλωτες στις διεθνείς ανταγωνιστικές πιέσεις και ότι οι χρεώσεις που συνδέονται με αυτές τις πωλήσεις είναι πιθανότερο να οδηγήσουν τις πωλήσεις σε εκτροπή προς αγορές, στις οποίες το κόστος συναλλαγής συνολικά είναι μικρότερο, λαμβάνοντας υπόψη ακόμα και το κόστος μεταφοράς. Σε αυτό το πνεύμα, οι εταιρείες δημοπρασίας έχουν επισημάνει περιπτώσεις πελατών που επέλεξαν να μετατοπίσουν τις πωλήσεις στη Νέα Υόρκη, αναφέροντας το δικαίωμα παρακολούθησης ως παράγοντα κόστους για αυτήν την απόφαση.

Ο κλάδος των εμπόρων έχει σημειώσει μια τάση μετατόπισης των συναλλαγών σε μία από τις ακμάζουσες διεθνείς καλλιτεχνικές εκθέσεις, αναφέροντας την περίπτωση της Art Basel. Συνοψίζοντας, οι πωλητές θα μετατοπίσουν εύλογα τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες στις αγορές, στις οποίες οι συναλλαγές θα είναι πιο επωφελείς, και το δικαίωμα παρακολούθησης αποτελεί έναν από τους πολλούς παράγοντες που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή του τόπου πώλησης.

Οι περισσότεροι επαγγελματίες της αγοράς έργων τέχνης έθιξαν το θέμα του διοικητικού κόστους. Επισημάνθηκε ότι ιδίως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες συνήθως κατέχουν μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς κατ' όγκο παρά κατ' αξία, θα πλήττονταν από το υψηλό διοικητικό κόστος που επιφέρει κάθε συναλλαγή. Σε αυτό το πλαίσιο σημειώνεται ότι μόνο για το 2010 οι επιλέξιμες δημοπρασίες υπερέβησαν τις 65.000. Το κόστος διαχείρισης του δικαιώματος εκτιμήθηκε έως 50 ευρώ για κάθε συναλλαγή. Πρόκειται κυρίως για δαπάνες προσωπικού σε σχέση με (i) τον προσδιορισμό αναγνωρισμένων καλλιτεχνών· (ii) τον προσδιορισμό και τον τρόπο των διαδόχων και άλλων δικαιούχων· (iii) την επεξεργασία παραλείψεων και επιστροφών, μαζί με το κόστος του συστήματος τεχνολογίας των πληροφοριών.

Εάν οι οργανισμοί συλλογικής διαχείρισης δεν διατηρούν άρτια αρχεία, που καθιστούν διαθέσιμες τις πληροφορίες με συστηματικό και ολοκληρωμένο τρόπο, το καθήκον φαίνεται ότι μετατοπίζεται στους

επαγγελματίες της αγοράς έργων τέχνης, οι οποίοι πρέπει να αναλάβουν οι ίδιοι την αναζήτηση. Η κατάσταση σε σχέση με τη διασυνοριακή διαθεσιμότητα και προσβασιμότητα των αρχείων επιλεξιμότητας είναι ανομοιογενής. Η διατήρηση ολοκληρωμένων αρχείων με δυνατότητα αναζήτησης επιλέξιμων καλλιτεχνών έχει αναφερθεί ως σημαντική προϋπόθεση για τη μείωση του διοικητικού κόστους σε σχέση με το δικαίωμα παρακολούθησης.

Οι οργανισμοί συλλογικής διαχείρισης αναφέρουν ότι το διοικητικό κόστος κυμαίνεται από 10 έως 20 % των εισπραχθέντων ποσοστών. Το διοικητικό κόστος των οργανισμών συλλογικής διαχείρισης συνήθως εκπίπτει πριν από τη διανομή των ποσοστών και συνεπώς επιβαρύνει τους δικαιούχους.

Οι έμποροι έργων τέχνης επέκριναν επίσης τη λεγόμενη «αλυσιδωτή αντίδραση» του δικαιώματος παρακολούθησης που συνεπάγεται ότι τα ποσοστά πρέπει να καταβάλλονται για κάθε συναλλαγή και – σε αντίθεση με τον ΦΠΑ – δεν επιστρέφονται για συναλλαγές μεταξύ εμπόρων. Το δικαίωμα παρακολούθησης έχει σωρευτικό αποτέλεσμα σε έργα τέχνης που πωλούνται αρκετές φορές. Σε κράτη μέλη στα οποία όχι μόνο ο πωλητής, αλλά και ο αγοραστής υποχρεούται να καταβάλει το ποσοστό, ένας έμπορος έργων τέχνης σε δύο συναπτές συναλλαγές ενδέχεται να καταβάλει το ποσοστό δύο συνεχόμενες φορές για το ίδιο έργο τέχνης (αρχικά ως αγοραστής και έπειτα ως πωλητής).

Η συντριπτική πλειοψηφία των καλλιτεχνών και των δικαιοδόχων που συνέβαλαν στη διαβούλευση, επικρότησε το σύστημα του δικαιώματος παρακολούθησης, καθώς επέφερε αλλαγές τόσο σε οικονομικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο αναγνώρισης. Ορισμένοι οργανισμοί συλλογικής διαχείρισης διατηρούν επίσης συστήματα στα οποία εφαρμόζεται έκπτωση για πολιτιστικούς σκοπούς (10 % των εσόδων από το δικαίωμα παρακολούθησης), ειδικά για τη στήριξη νέων καλλιτεχνών. Οι οργανισμοί συλλογικής διαχείρισης σε ορισμένα κράτη μέλη εξέφρασαν τη λύπη τους για το γεγονός, ότι η εναρμόνιση των ισχυόντων ποσοστών σύμφωνα με την οδηγία για το δικαίωμα παρακολούθησης είχε ως αποτέλεσμα χαμηλότερο ποσοστό, απ' ό,τι ίσχυε βάσει της εθνικής νομοθεσίας πριν από τη θέσπιση του ανώτατου ορίου ύψους 12.500 ευρώ, και τη φθίνουσα αξία του ποσοστού (π.χ. στη Γερμανία), όπου προηγουμένως ίσχυε ενιαίος συντελεστής 5 % για όλες τις πωλήσεις.

2.6.14. Οδηγία 2006/116/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη διάρκεια προστασίας του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας και ορισμένων συγγενικών δικαιωμάτων

Σκοπός της Οδηγίας ήταν η κωδικοποίηση της Οδηγίας 93/98/ΕΟΚ για τη διάρκεια προστασίας, η οποία είχε υποστεί ουσιαστικές τροποποιήσεις. Συνεπώς, οι δύο Οδηγίες θα εξεταστούν από κοινού. Η Σύμβαση της Βέρνης (άρθρο 7) και η Σύμβαση της Ρώμης (άρθρο 14), για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και τα συγγενικά δικαιώματα αντίστοιχα, καθορίζουν ελάχιστη διάρκεια προστασίας για τα δικαιώματα στα οποία αναφέρονται, αφήνοντας στα συμβαλλόμενα κράτη την ευχέρεια να χορηγούν μεγαλύτερη

διάρκεια προστασίας.⁴⁰⁴ Καθώς πολλά από τα κράτη-μέλη, που είναι και συμβαλλόμενα στις ανωτέρω διεθνείς συμβάσεις, έκαναν χρήση αυτής της ευχέρειας,⁴⁰⁵ προέκυψαν διαφορές στις εθνικές νομοθεσίες ικανές να θίξουν την ελεύθερη κυκλοφορία εμπορευμάτων, την ελεύθερη παροχή υπηρεσιών και τους όρους ανταγωνισμού στην κοινή αγορά.⁴⁰⁶ Στόχος θέσπισης της πρώτης Οδηγίας 93/98/ΕΟΚ ήταν να εξασφαλίσει ίδια διάρκεια προστασίας σε ολόκληρη την Κοινότητα.

Η ελάχιστη διάρκεια προστασίας που ορίζεται στη Σύμβαση της Βέρνης, είναι ίση με ολόκληρη τη ζωή του δημιουργού και 50 έτη μετά το θάνατο του. Η ρύθμιση αποσκοπούσε στην προστασία του δημιουργού και των δύο πρώτων γενεών των κατιόντων του. Ωστόσο, ο μέσος όρος ζωής στην Κοινότητα αυξήθηκε, με αποτέλεσμα αυτή η διάρκεια να μην επαρκεί πλέον για να καλύπτει δύο γενεές.⁴⁰⁷

Προκειμένου να κατοχυρωθεί υψηλό επίπεδο προστασίας που διασφαλίζει την πνευματική δημιουργία, η διάρκεια προστασίας του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας εναρμονίζεται σε 70 έτη από το θάνατο του δημιουργού.⁴⁰⁸ Αν πρόκειται για έργο κοινής δημιουργίας, η διάρκεια των 70 ετών υπολογίζεται από το θάνατο του τελευταίου επιζώντος δημιουργού.⁴⁰⁹ Αν το έργο είναι ανώνυμο ή ψευδώνυμο, καθώς και αν το κράτος-μέλος προβλέπει στη νομοθεσία του τα συλλογικά έργα ή τη δυνατότητα νομικού προσώπου να είναι δικαιούχος, τότε τα 70 έτη αρχίζουν από το έργο κατέστη νομίμως προσιτό στο κοινό.⁴¹⁰ Αν το έργο δημοσιεύεται σε τόμους, τμήματα, τεύχη, αριθμούς ή επεισόδια, η διάρκεια υπολογίζεται για κάθε μέρος ξεχωριστά από τότε που έγινε νομίμως προσιτό στο κοινό.⁴¹¹ Η διάρκεια προστασίας μιας μουσικής σύνθεσης με στίχους ή κείμενο λήγει 70 έτη μετά το θάνατο του τελευταίου των επιζώντων μεταξύ του στιχουργού και του συνθέτη της μουσικής σύνθεσης, εφόσον αμφότερες οι συνεισφορές έχουν δημιουργηθεί για τη συγκεκριμένη μουσική σύνθεση.⁴¹² Τέλος, για τα κινηματογραφικά ή οπτικοακουστικά έργα, η διάρκεια αρχίζει από το θάνατο του τελευταίου επιζώντος μεταξύ των: κύριου σκηνοθέτη, σεναριογράφου, συγγραφέα των διαλόγων και συνθέτη της μουσικής.⁴¹³ Οι φωτογραφίες που παρουσιάζουν πρωτοτυπία, δηλ. είναι αποτέλεσμα προσωπικής πνευματικής δημιουργίας του δημιουργού τους, έχουν την ίδια 70ετή διάρκεια προστασίας.⁴¹⁴

Η Οδηγία υπέστη τροποποιήσεις με την Οδηγία 2011/77/ΕΕ, όσον αφορά στη διάρκεια προστασίας των συγγενικών δικαιωμάτων. Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι ερμηνευτές ή εκτελεστές καλλιτέχνες αρχίζουν κατά

404 Αιτιολογική Σκέψη 2, Οδηγία 2006/116/ΕΚ

405 Παρέτειναν τη διάρκεια προστασίας πέραν των 50 ετών μετά το θάνατο του δημιουργού, ώστε να αντισταθμίσουν τις επιπτώσεις που είχαν οι δύο παγκόσμιοι πόλεμοι στην εκμετάλλευση των έργων (Αιτιολ. Σκέψη 7). Επίσης, ορισμένα κράτη θέσπισαν 50ετή προστασία των συγγενικών δικαιωμάτων, αντί της 25ετούς προστασίας που προβλέπει η Σύμβαση της Ρώμης.

406 Αιτιολογική Σκέψη 3, Οδηγία 2006/116/ΕΚ

407 Αιτιολογική Σκέψη 6, Οδηγία 2006/116/ΕΚ

408 Άρθρο 1 παρ. 1, Οδηγία 2006/116/ΕΚ

409 Άρθρο 1 παρ. 2, Οδηγία 2006/116/ΕΚ

410 Άρθρο 1 παρ. 3 και 4, Οδηγία 2006/116/ΕΚ

411 Άρθρο 1 παρ. 5, Οδηγία 2006/116/ΕΚ

412 Άρθρο 1 παρ. 7, Οδηγία 2006/116/ΕΚ

413 Άρθρο 2, Οδηγία 2006/116/ΕΚ

414 Άρθρο 6, Οδηγία 2006/116/ΕΚ

κανόνα τη σταδιοδρομία τους σε νεαρή ηλικία, η 50ετής προστασία που παρείχε η Οδηγία 2006/116/EK δεν προστάττει τις ερμηνείες ή εκτελέσεις τους σε όλη τη διάρκεια του βίου τους. Ως αποτέλεσμα, πολλοί αντιμετώπιζαν εισοδηματικό κενό προς το τέλος της ζωής τους.⁴¹⁵ Επίσης, σε περίπτωση που είχαν μεταβιβάσει τα δικαιώματα τους σε παραγωγούς φωνογραφήματων, και οι τελευταίοι αδρανούσαν όσον αφορά στην εκμετάλλευση των έργων τους, οι ερμηνευτές ή εκτελεστές δεν ήταν σε θέση να στηριχθούν στα δικαιώματα τους προκειμένου να αποτρέψουν ή να περιορίσουν αμφισβητούμενες χρήσεις των ερμηνειών ή εκτελέσεων τους.

Η διάρκεια προστασίας των συγγενικών δικαιωμάτων ανέρχεται σε 50 έτη μετά το γενεσιουργό του δικαιώματος γεγονός.⁴¹⁶ Στα συγγενικά δικαιώματα προκειμένου να αποφευχθούν διαφορές στη διάρκεια προστασίας, προβλέπεται ίδια αφετηρία για τον υπολογισμό της χρονικής διάρκειας σε ολόκληρη την Κοινότητα.⁴¹⁷ Η διάρκεια των δικαιωμάτων των ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών επί των εκπομπών τους, ανεξαρτήτως του τρόπου μετάδοσης αυτών, αρχίζει από την πρώτη μετάδοση της συγκεκριμένης εκπομπής.⁴¹⁸ Τα κράτη-μέλη είναι ελεύθερα να χορηγούν νέα συγγενικά δικαιώματα, τα οποία κοινοποιούν στην Επιτροπή μαζί με το λόγο θέσπισης τους και τη διάρκεια προστασίας τους.⁴¹⁹

Για τους ερμηνευτές και εκτελεστές καλλιτέχνες, το δικαίωμα διαρκεί 50 έτη μετά την ημερομηνία της ερμηνείας ή εκτέλεσης.⁴²⁰ Αν εντός αυτής της περιόδου γίνει νόμιμη δημοσίευση ή νόμιμη παρουσίαση στο κοινό της υλικής ενσωμάτωσης της συγκεκριμένης ερμηνείας ή εκτέλεσης σε άλλο μέσο εκτός από φωνογράφημα, τα 50 έτη διαρκούν από την ημερομηνία της εν λόγω δημοσίευσης ή παρουσίασης. Αν η υλική ενσωμάτωση που δημοσιεύεται ή παρουσιάζεται στο κοινό γίνει επί φωνογραφήματος, η διάρκεια είναι 70 έτη από τη νόμιμη δημοσίευση ή παρουσίαση στο κοινό.⁴²¹ Για τους παραγωγούς φωνογραφήματων το δικαίωμα διαρκεί 50 έτη μετά την ημερομηνία της υλικής ενσωμάτωσης.⁴²² Εάν στην ίδια περίοδο το φωνογράφημα δημοσιευθεί ή παρουσιασθεί νόμιμα στο κοινό, η διάρκεια είναι 70 έτη από την ημερομηνία της δημοσίευσης ή παρουσίασης στο κοινό. Επιπλέον, σε περίπτωση που ερμηνευτής ή εκτελεστής έχει μεταβιβάσει ή εκχωρήσει τα δικαιώματα του στην υλική ενσωμάτωση των ερμηνειών ή εκτελέσεων σε έναν παραγωγό φωνογραφήματων, και 50 έτη μετά τη νόμιμη δημοσίευση ή κοινοποίηση του φωνογραφήματος στο κοινό ο παραγωγός παύει να το προσφέρει προς πώληση ή να το καθιστά διαθέσιμο στο κοινό, προβλέπεται δικαίωμα του ερμηνευτή ή εκτελεστή να καταγγείλει την εν λόγω σύμβαση, 1 έτος αφότου κοινοποιήσει στον παραγωγό την πρόθεση του για διακοπή της σύμβασης.⁴²³ Αν δυνάμει της σύμβασης μεταβίβασης ή εκχώρησης, ο ερμηνευτής ή εκτελεστής έχει εισπράξει εφάπαξ

415 Αιτιολογική Σκέψη 5, Οδηγία 2011/77/ΕΕ

416 Αιτιολογική Σκέψη 12, Οδηγία 2006/116/EK

417 Αιτιολογική Σκέψη 17, Οδηγία 2006/116/EK

418 Αιτιολογική Σκέψη 18, Οδηγία 2006/116/EK

419 Άρθρο 11, Οδηγία 2006/116/EK

420 Άρθρο 3 παρ. 1, Οδηγία 2006/116/EK

421 Άρθρο 3 παρ. 1, Οδηγία 2006/116/EK

422 Άρθρο 3 παρ. 2, Οδηγία 2006/116/EK

423 Άρθρο 3 παρ. 2α, Οδηγία 2006/116/EK

αμοιβή, για κάθε έτος μετά το 50ο από τη δημοσίευση ή κοινοποίηση του φωνογραφήματος, δικαιούται κάθε χρόνο συμπληρωματική αμοιβή ίση με το 20% των εσόδων που έχει αποκομίσει ο παραγωγός.

Για τους παραγωγούς της πρώτης υλικής ενσωμάτωσης μιας ταινίας, το δικαίωμα διαρκεί 50 έτη από την υλική ενσωμάτωση.⁴²⁴ Αν στην ίδια περίοδο γίνει νόμιμη δημοσίευση ή παρουσίαση στο κοινό, η διάρκεια είναι 50 έτη από την δημοσίευση ή παρουσίαση. Τα δικαιώματα των ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών αποσβέννυνται 50 έτη μετά την πρώτη μετάδοση της εκπομπής, ανεξαρτήτως του τρόπου μετάδοσης αυτής.⁴²⁵

Αν έργο δεν έχει δημοσιευθεί, και μετά τη λήξη του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας για πρώτη φορά δημοσιεύεται ή παρουσιάζεται στο κοινό, η προστασία διαρκεί 25 έτη από την ημερομηνία δημοσίευσης ή πρώτης παρουσίασης.⁴²⁶

Τα κράτη-μέλη έχουν την ευχέρεια να προστατεύουν στις νομοθεσίες τους τις σχολιασμένες και επιστημονικές δημοσιεύσεις που έχουν γίνει κτήμα του δημοσίου με μέγιστη διάρκεια τα 30 έτη από την πρώτη νόμιμη δημοσίευση του έργου.⁴²⁷

Η προστασία παρέχεται σε έργα με προέλευση από την Κοινότητα και δημιουργούς που είναι υπήκοοι κράτους-μέλους. Όταν η χώρα προέλευσης είναι τρίτη χώρα κατά την έννοια της Σύμβασης της Βέρνης και ο δημιουργός τους δεν είναι υπήκοος της Κοινότητας, η διάρκεια προστασίας στην Κοινότητα είναι ίση με αυτήν που χορηγείται στη χώρα προέλευσης του έργου, χωρίς να είναι δυνατό να υπερβεί την 70ετή διάρκεια που ορίζει η Οδηγία.⁴²⁸ Οι δικαιούχοι συγγενικών δικαιωμάτων που δεν είναι υπήκοοι της Κοινότητας, απολαμβάνουν την ίδια διάρκεια προστασίας με τους υπηκόους της Κοινότητας, εφόσον τους αναγνωρίζεται προστασία από την εθνική νομοθεσία του κράτους-μέλους.⁴²⁹ Η διάρκεια δεν μπορεί να είναι μεγαλύτερη από αυτήν που τους χορηγείται στη χώρα της οποίας είναι υπήκοοι, ούτε να υπερβαίνει την διάρκεια που προβλέπει η Οδηγία.

Οι διάρκειες υπολογίζονται από την 1η Ιανουαρίου του έτους που έπεται του γενεσιουργού γεγονότος.⁴³⁰

Η Οδηγία δεν θίγει το ηθικό δικαίωμα.⁴³¹

424 Άρθρο 3 παρ. 3, Οδηγία 2006/116/EK

425 Άρθρο 3 παρ. 4, Οδηγία 2006/116/EK

426 Άρθρο 4, Οδηγία 2006/116/EK

427 Άρθρο 5, Οδηγία 2006/116/EK

428 Άρθρο 7 παρ. 1, Οδηγία 2006/116/EK

429 Άρθρο 7 παρ. 2, Οδηγία 2006/116/EK

430 Άρθρο 8, Οδηγία 2006/116/EK

431 Αιτιολογική Σκέψη 20 και Άρθρο 9, Οδηγία 2006/116/EK

Η προστασία που παρέχεται στην πνευματική ιδιοκτησία συνιστά μια εξισορρόπηση ανάμεσα σε δύο αντιτιθέμενα συμφέροντα: την οικονομική εκμετάλλευση του πνευματικού επινοήματος από τον δημιουργό του και την προώθηση της δημιουργίας. Το ρυθμιστικό πλαίσιο κάνει δυνατό σε έναν δημιουργό να ανταμειφθεί για τον πνευματικό του μόχθο και προσφέρει κίνητρο στον ίδιο και σε άλλους δημιουργούς για να επενδύσουν στη δημιουργικότητά τους. Συνεπώς, κρίνεται σκόπιμο η προστασία του δικαιώματος να διατηρείται καθ' όλη την διάρκεια της ζωής του δημιουργού. Ωστόσο, η προστασία επεκτείνεται και σε μία περίοδο μετά τον θάνατο του δημιουργού.

Το ζήτημα απασχόλησε την κοινή γνώμη, όταν το 1998, το αμερικανικό Κογκρέσο ψήφισε ένα νόμο που επέκτεινε για άλλα 20 χρόνια τη διάρκεια προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων. Αφορούσε σε όλα τα υπάρχοντα έργα, ασχέτως του εάν ο δημιουργός είχε αποβιώσει ή η παραγωγή του έργου είχε σταματήσει. Ο Καθηγητής Νομικής στο Πανεπιστήμιο Stanford, Lawrence Lessig, επέκρινε αυτήν την επέκταση ως αντισυνταγματική σε αγωγή που κατέθεσε για εντολέα του, υποστηρίζοντας ότι το Κογκρέσο υπερέβη την συνταγματική του αρμοδιότητα *“να προάγει την εξέλιξη της επιστήμης και της πρακτικής τέχνης, με το να διασφαλίζει για περιορισμένο χρόνο στους συγγραφείς και δημιουργούς το αποκλειστικό δικαίωμα στα συγγράμματα και στις εφευρέσεις τους”*. Το Κογκρέσο, κατά τον Καθηγητή, είχε επεκτείνει τη διάρκεια προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων 11 φορές τα προηγούμενα 40 έτη. Τα πνευματικά δικαιώματα τέτοιας διάρκειας δεν προστατεύονταν πλέον για περιορισμένο χρόνο και το Κογκρέσο δεν μπορούσε να ισχυρίζεται ότι προάγει την εξέλιξη της επιστήμης και της πρακτικής τέχνης, όταν αναγνωρίζει προστασία τέτοιας έκτασης σε νεκρούς συγγραφείς. Εφόσον σκοπός της πνευματικής ιδιοκτησίας είναι η ανταμοιβή του δημιουργού και η κινητοποίηση της δημιουργίας, δεν υπάρχει κίνητρο που να ωθήσει έναν νεκρό συγγραφέα να συνεχίσει την συγγραφή.

Θεωρεί ότι το να αποκλείεται το κοινό για τόσο μεγάλο διάστημα από την ελεύθερη πρόσβαση σε έργα, στερεί από το αυτόφωτο της δημιουργικότητας, όπου κάθε νέος δημιουργός εμπνέεται από παλαιότερα έργα για να δημιουργήσει κάτι καινούριο. Για το λόγο αυτό ισχυρίζεται ότι κάθε φορά που επεκτείνεται η διάρκεια προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων, ο δημόσιος βίος γίνεται πιο πτωχός.

432 P. Trott, 2005, *Innovation Management and New Product Development*, 3rd Edition, Pearson Education Limited, pp 165-168

2.6.15. Οδηγία 2012/28/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με ορισμένες επιτρεπόμενες χρήσεις ορφανών έργων

Η Οδηγία υιοθετήθηκε στο πλαίσιο της Στρατηγικής “Ευρώπη 2020”. Για να διευκολυνθεί η δημιουργία ευρωπαϊκών ψηφιακών βιβλιοθηκών, οι προσιτές στο κοινό βιβλιοθήκες, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, τα μουσεία και αρχεία, τα ιδρύματα κινηματογραφικής ή ακουστικής κληρονομιάς, και οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί ξεκίνησαν μεγάλης κλίμακας ψηφιοποίηση των συλλογών και αρχείων τους. Προκειμένου να επιτευχθεί το έργο αυτό, ήταν απαραίτητο να υπάρξει ένα κοινό νομικό πλαίσιο σε όλα τα κράτη-μέλη για τον καθορισμό και τις επιτρεπόμενες χρήσεις των ορφανών έργων, ήτοι τα έργα ή άλλα αντικείμενα προστατευόμενα με δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας ή συγγενικά δικαιώματα, των οποίων ο κάτοχος των δικαιωμάτων δεν έχει ταυτοποιηθεί ή, εάν έχει ταυτοποιηθεί, δεν έχει εντοπιστεί.

Για την ψηφιοποίηση και διάθεση ενός έργου ή άλλου προστατευόμενου αντικειμένου στο κοινό, απαιτείται η συναίνεση των κατόχων των αποκλειστικών δικαιωμάτων για αναπαραγωγή και διάθεση στο κοινό. Στην περίπτωση των ορφανών έργων δεν είναι δυνατό να εξασφαλιστεί η προηγούμενη συναίνεση. Η σταδιακή επέκταση της διάρκειας προστασίας των δικαιωμάτων δυσχεραίνει τον εντοπισμό των δικαιούχων και το ζήτημα των ορφανών έργων επηρεάζει τόσο σύγχρονα όσο και παλαιότερα έργα, ιδίως στην περίπτωση περιεχομένου που είναι διαθέσιμο μέσω διαδικτύου, για το οποίο δεν υπάρχουν πληροφορίες ή μεταδεδομένα σχετικά με το δικαιούχο του. Συχνά, χρονοβόρες και δαπανηρές έρευνες για τον δικαιούχο καταλήγουν άκαρπες, με αποτέλεσμα το κόστος συναλλαγής για την εκμετάλλευση ενός ορφανού έργου από φορείς να αποβαίνει απαγορευτικό.⁴³³

Η διασυννοριακή πρόσβαση στα ορφανά έργα και η ελεύθερη κυκλοφορία αγαθών και υπηρεσιών που ενσωματώνουν πολιτιστικό περιεχόμενο παρακωλύονταν από τις διαφορετικές εθνικές διατάξεις των κρατών-μελών για την αναγνώριση ενός έργου ως ορφανού.

Συνεπώς, η Οδηγία αφορά σε ορισμένες χρήσεις των ορφανών έργων από τους ανωτέρω φορείς που είχαν αναλάβει το έργο της ψηφιοποίησης και εφαρμόζεται σε: έργα που δημοσιεύθηκαν με τη μορφή βιβλίων, επιστημονικών περιοδικών, εφημερίδων, περιοδικών ή άλλων γραπτών κειμένων που περιλαμβάνονται στις συλλογές των προσιτών στο κοινό φορέων· κινηματογραφικά ή οπτικοακουστικά έργα και φωνογραφήματα που περιλαμβάνονται στις συλλογές των προσιτών στο κοινό φορέων· κινηματογραφικά ή οπτικοακουστικά έργα και φωνογραφήματα που παράχθηκαν από δημόσιους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς και περιλαμβάνονται στα αρχεία τους, τα οποία προστατεύονται με δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας ή συγγενικά δικαιώματα, και δημοσιεύονται για πρώτη φορά σε κράτος-μέλος, ή, εάν δεν δημοσιεύονται, μεταδίδονται για πρώτη φορά σε κράτος-μέλος.⁴³⁴ Επίσης, εφαρμόζεται σε έργα ή φωνογραφήματα, τα οποία δεν έχουν ποτέ δημοσιευθεί ή μεταδοθεί, αλλά έχουν διατεθεί στο κοινό από

⁴³³ The European Orphan Works Directive – an EIFL Guide, August 2014 (https://www.eifl.net/resources/european-orphan-works-directive-eifl-guide#orphanwork_problem)

⁴³⁴ Άρθρο 1, Οδηγία 2012/28/ΕΕ

τους φορείς με τη συναίνεση των κατόχων των δικαιωμάτων, καθώς και σε έργα και άλλα προστατευόμενα αντικείμενα, που έχουν ενσωματωθεί σε άλλα έργα που προστατεύονται από την Οδηγία.

Ως αναφέρθηκε, για να χαρακτηριστεί ένα έργο ως ορφανό, πρέπει κανένας από τους κατόχους δικαιωμάτων να μην έχει ταυτοποιηθεί, ή, ακόμα κι αν ένας ή περισσότεροι εξ αυτών έχουν ταυτοποιηθεί, να μην έχει εντοπιστεί κανείς παρά τη διενέργεια επιμελούς αναζήτησης. Αν υπάρχουν περισσότεροι κάτοχοι δικαιωμάτων, και κάποιοι εντοπιστούν ενώ άλλοι δεν εντοπίζονται, το έργο θεωρείται ορφανό και η χρήση του από τους φορείς χρειάζεται εξουσιοδότηση από τους κατόχους δικαιωμάτων που έχουν εντοπιστεί.⁴³⁵ Αν το έργο θεωρείται ορφανό σε ένα κράτος-μέλος, τότε θεωρείται ορφανό και χρησιμοποιείται και είναι προσβάσιμο σε όλα τα κράτη-μέλη.⁴³⁶ Ο κάτοχος δικαιωμάτων έχει ανά πάσα στιγμή τη δυνατότητα να θέσει τέλος στο καθεστώς του έργου ως ορφανού όσον αφορά στα δικαιώματά του.⁴³⁷

Το έργο ή φωνογράφημα εξακριβώνεται ότι είναι ορφανό πριν από τη χρήση του, κατόπιν διενέργειας καλόπιστης επιμελούς αναζήτησης στις κατάλληλες πηγές για την κατηγορία των σχετικών έργων και άλλων προστατευόμενων αντικειμένων.⁴³⁸ Η αναζήτηση διεξάγεται στο κράτος-μέλος πρώτης δημοσίευσης ή της πρώτης αναμετάδοσης, εκτός αν πρόκειται για κινηματογραφικά ή οπτικοακουστικά έργα, ο παραγωγός των οποίων έχει έδρα ή συνήθη διαμονή σε κράτος-μέλος, οπότε η αναζήτηση διενεργείται εκεί. Τα αποτελέσματα των αναζητήσεων καταγράφονται σε ενιαία και προσιτή στο κοινό διαδικτυακή βάση δεδομένων, υπό τη διαχείριση του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το καθεστώς ορφανού έργου παρέχει εξαίρεση ή περιορισμό στο δικαίωμα αναπαραγωγής και στο δικαίωμα διάθεσης στο κοινό, ώστε οι φορείς να θέτουν στη διάθεση του κοινού και να αναπαράγουν για σκοπούς ψηφιοποίησης, ευρετηρίασης, καταλογογράφησης, συντήρησης ή αποκατάστασης τα ορφανά έργα που βρίσκονται στις συλλογές τους. Οι φορείς αυτοί επιτελούν αποστολές δημοσίου συμφέροντος, και η χρήση των ορφανών έργων είναι δυνατή αποκλειστικά και μόνο για το σκοπό επίτευξης των αποστολών τους όπως η συντήρηση, η αποκατάσταση και η παροχή πολιτιστικής και εκπαιδευτικής πρόσβασης στα έργα και φωνογραφήματα. Τυχόν έσοδα που παράγουν αυτές οι χρήσεις, χρησιμοποιούνται για να καλύψουν της δαπάνες ψηφιοποίησης και διάθεσης στο κοινό των ορφανών έργων. Τα ονόματα των ταυτοποιημένων δημιουργών και άλλων κατόχων δικαιωμάτων αναφέρονται σε οποιαδήποτε χρήση του έργου. Κάτοχοι δικαιωμάτων που θέτουν τέλος στο καθεστώς του έργου ως ορφανού, δικαιούνται δίκαιη αποζημίωση από τη χρήση που έχουν κάνει οι φορείς.⁴³⁹

435 Άρθρο 2, Οδηγία 2012/28/ΕΕ

436 Άρθρο 4, Οδηγία 2012/28/ΕΕ

437 Άρθρο 5, Οδηγία 2012/28/ΕΕ

438 Άρθρο 3, Οδηγία 2012/28/ΕΕ

439 Άρθρο 6, Οδηγία 2012/28/ΕΕ

Αποτελέσματα

Το κύριο πρόβλημα που υπάρχει με τα ορφανά έργα, είναι ότι εμποδίζουν τους φορείς, ιδίως τις βιβλιοθήκες, να διαθέσουν τα έργα στο κοινό σε ψηφιακή μορφή. Οι επιφυλάξεις που διατυπώνονται εκ μέρους της ερευνητικής κοινότητας για την Οδηγία εστιάζονται σε μεγάλο βαθμό στις κατηγορίες ορφανών έργων, την χρήση των οποίων επιτρέπει. Δεν περιλαμβάνονται οι ερευνητικές ψηφιακές τράπεζες δεδομένων, τα λογισμικά ή τα ορφανά έργα που δημοσιεύτηκαν πρώτη φορά εκτός Ε.Ε. Τα έργα αυτά δεν μπορούν να αξιοποιηθούν αν δεν ταυτοποιείται ή εντοπίζεται ο κάτοχος δικαιωμάτων, εκτός αν συμπεριλαμβάνονται σε κάποιον άλλο τύπο εξαίρεσης.⁴⁴⁰

Η κοινότητα βιβλιοθηκονόμων πιστεύει ότι το πλαίσιο της Οδηγίας μπορεί να αξιοποιηθεί μόνο για μικρής έκτασης και εξειδικευμένες απόπειρες, όχι για την ψηφιοποίηση ολόκληρης της πολιτισμικής και εκπαιδευτικής κληρονομιάς της Ευρώπης.

Η χρήση των δημοσιευμένων ορφανών έργων κατά κανόνα θα αδικεί τον κάτοχο δικαιωμάτων που δεν μπορεί να εντοπιστεί. Η Οδηγία εφαρμόζεται και σε έργα ή άλλα προστατευόμενα αντικείμενα που συμπεριλαμβάνονται σε άλλα έργα, ανεξαρτήτως της φύσης τους ή της σχέσης τους με το κύριο έργο. Η επιμελής αναζήτηση, που διενεργείται πριν από την χρήση του έργου, δεν προσδιορίζεται με βάση τι απαιτείται για κάθε κατηγορία έργου αλλά μια γενική ρήτρα “καλόπιστης και επιμελούς αναζήτησης”. Οι απαιτήσεις για παροχή στοιχείων από τους οργανισμούς στις αρμόδιες εθνικές αρχές, ώστε να ενημερώνονται τα μητρώα επιμελών αναζητήσεων κρίνονται υπερβολικά μεγάλες. Οι περιορισμοί στους σκοπούς χρήσης από τους φορείς που προβλέπει η Οδηγία (χρήση με αποκλειστικό στόχο την εξυπηρέτηση της αποστολής δημοσίου συμφέροντος, χρήση των εσόδων μόνο για κάλυψη των δαπανών ψηφιοποίησης και διάθεσης στο κοινό) έρχονται σε αντίθεση με την Οδηγία 2001/29/ΕΚ. Τέλος, επικρίνεται έντονα η εξαίρεση των αυτοτελών φωτογραφιών και εικόνων από το πεδίο εφαρμογής.⁴⁴¹

440 P. Kamocki, *Orphan Works*, Common Language Resources and Technology Infrastructure (<https://www.clarin.eu/content/clic-orphan-works>)

441 *The European Orphan Works Directive – an EIFL Guide*, August 2014 (https://www.eifl.net/resources/european-orphan-works-directive-eifl-guide#orphanwork_problem)

2.6.16. Οδηγία 2014/26/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη συλλογική διαχείριση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων καθώς και τη χορήγηση πολυεδαφικών αδειών για επιγραμμικές χρήσεις μουσικών έργων στην εσωτερική αγορά

Η ψηφιακή εποχή εισήγαγε μια σειρά από προκλήσεις, για τις οποίες χρειάστηκε μια μεταβατική περίοδος, ώστε η πνευματική ιδιοκτησία να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα. Η βιομηχανία της μουσικής ιδίως επηρεάστηκε ιδιαίτερα, καθώς η εμφάνιση του παράνομου downloading υπήρξε μεγάλο πλήγμα στην κανονική εκμετάλλευση των έργων των δημιουργών και ερμηνευτών/εκτελεστών καλλιτεχνών. Η συλλογική διαχείριση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας είναι φαινόμενο που υπήρχε πριν από τη θέσπιση της Οδηγίας. Οργανισμοί συλλογικής διαχείρισης δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας (“ΟΣΔ”) υπήρχαν σε όλα τα κράτη-μέλη, όπου είχαν αποκτήσει μονοπωλιακή ισχύ, την οποία απαιτούσε η αποδοτικότητα στη διαχείριση των δικαιωμάτων με την μείωση του κόστους συναλλαγής που το μονοπώλιο των ΟΣΔ συνεπάγεται.

Συνεπώς, παρά την προηγούμενη εναρμόνιση του δικαίου πνευματικής ιδιοκτησίας με τις Οδηγίες του 2001 και του 2004, η κατάσταση είχε ως εξής: κάθε κράτος-μέλος διέθετε έναν μεγάλο και ισχυρό ΟΣΔ και η λειτουργία του, καθώς και οι αρμοδιότητες του ρυθμιζόνταν σε εθνικό επίπεδο. Όπως συμβαίνει με κάθε κατηγορία εμπορίου, όταν σε μια ενιαία αγορά οι ρυθμίσεις από κράτος-μέλος σε άλλο διαφέρουν, η εγκατάσταση και η λειτουργία ενός αλλοδαπού φορέα σε ένα άλλο κράτος-μέλος γίνεται πολύ δυσχερής σε σχέση με τους τοπικούς φορείς, με αποτέλεσμα το μονοπώλιο να εδραιώνεται με τρόπο που ζημιώνει τον ανταγωνισμό, αλλά και τους χρήστες των υπηρεσιών του.

Στόχος της Οδηγίας είναι να διασφαλίσει, ότι οι ΟΣΔ ενεργούν με γνώμονα τα συμφέροντα των δικαιούχων που εκπροσωπούν. Συγκεκριμένα αποσκοπεί στο να:

- *Εκσυγχρονίζει και να βελτιώσει τα πρότυπα διακυβέρνησης, χρηματοοικονομικής διαχείρισης και διαφάνειας όλων των ΟΣΔ που είναι εγκατεστημένοι στην Ε.Ε. Με τον τρόπο αυτό διαφυλάσσεται, μεταξύ άλλων, περισσότερη συμμετοχή των δικαιούχων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων και η εμπρόθεσμη και ακριβής πληρωμή των αμοιβών τους.⁴⁴² Η Οδηγία προβλέπει τις προϋποθέσεις, τις οποίες οι ΟΣΔ πρέπει να πληρούν, ώστε να διασφαλίζεται ότι ενεργούν με γνώμονα το συμφέρον των δικαιούχων που εκπροσωπούν. Παρέχει ορισμένα θεμελιώδη δικαιώματα στους δικαιούχους, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που δεν είναι μέλη κάποιου ΟΣΔ. Περιέχει λεπτομερείς ρυθμίσεις για τον τρόπο με τον οποίο συλλέγονται και αποδίδονται στους δικαιούχους οι αμοιβές από τη χρήση των έργων τους, τον τρόπο διαχείρισης των χρημάτων και τον τρόπο με τον οποίο γίνονται οι κρατήσεις*
- *Θεσπίζει ισότιμους όρους ανταγωνισμού στην χορήγηση πολυεδαφικών αδειών για επιγραμμικές χρήσεις μουσικών έργων στην εσωτερική αγορά.*

⁴⁴² Άρθρο 6, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

- Δημιουργήσει καινοτόμες και δυναμικές διασυνοριακές δομές χορήγησης αδειών, ώστε να ενθαρρύνει την περαιτέρω χορήγηση αδειών και την ίδρυση νόμιμων παρόχων υπηρεσιών μουσικής. Θεσπίζει ένα πλαίσιο ορθής πρακτικής για την χορήγηση αδειών, με υποχρεώσεις για τους κατόχους αδειών για παροχή στοιχείων. Αφήνει περιθώριο για την εθελοντική ομαδοποίηση του μουσικού ρεπερτορίου και των δικαιωμάτων, ώστε να μειωθεί ο αριθμός των απαιτούμενων αδειών για την παροχή διασυνοριακών υπηρεσιών με μεγάλη ποικιλία ρεπερτορίου. Τα μέτρα αυτά συμπληρώνονται με λεπτομερείς διατάξεις για την εποπτεία της συμμόρφωσης των φορέων από μία αρμόδια εθνική αρχή. Σε αυτό συμπεριλαμβάνονται διατάξεις για τη εκδίκαση προσφυγών και την επίλυση διαφορών.⁴⁴³

Με τη Σύσταση 2005/737/EK της Επιτροπής, τα κράτη-μέλη κλήθηκαν να μεταρρυθμίσουν την αγορά χορήγησης αδειών και τη λειτουργία των ΟΣΔ. Ωστόσο, η Σύσταση δεν τηρήθηκε με συνέπεια. Το επίπεδο προστασίας, που παρεχόταν στους δικαιούχους με τις ευρωπαϊκές Οδηγίες, κρίθηκε επαρκές, ωστόσο χρειάζονταν παρεμβάσεις που να διασφαλίζουν την εκμετάλλευση των δικαιωμάτων, με κύριο αντικείμενο την αδειοδότηση των δικαιωμάτων από τους διάφορους δικαιούχους πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων.⁴⁴⁴ Κατά κανόνα εναπόκειται στο χρήστη να επιλέξει αν θα διαχειρίζεται ο ίδιος το δικαίωμα του ή αν θα επιλέξει τη συλλογική διαχείριση από ΟΣΔ. Η διαχείριση περιλαμβάνει: τη χορήγηση αδειών στους χρήστες· τον λογιστικό έλεγχο των δικαιούχων· την παρακολούθηση της χρήσης του δικαιώματος· την πραγμάτωση των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και των συγγενικών δικαιωμάτων· την είσπραξη των εσόδων από την εκμετάλλευση· (σε περίπτωση συλλογικής διαχείρισης) τη διανομή των ποσών που οφείλονται στους δικαιούχους.⁴⁴⁵

Η Οδηγία ανέλαβε να συντονίσει τους εθνικούς κανόνες που αφορούν στην πρόσβαση στη διαχείριση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων από ΟΣΔ, τους όρους διακυβέρνησης τους και το εποπτικό πλαίσιο τους. Καθορίζει απαιτήσεις που ισχύουν για τους ΟΣΔ, σχετικά με το επίπεδο διακυβέρνησης, την οικονομική διαχείριση, τη διαφάνεια και τη λογοδοσία.⁴⁴⁶ Οι ΟΣΔ δεν υποχρεούνται από την Οδηγία να αποκτήσουν συγκεκριμένη νομική μορφή, ώστε να τηρούνται οι ανωτέρω απαιτήσεις. Άρα, είναι δυνατόν οι ΟΣΔ να έχουν διάφορες μορφές, όπως σωματεία, συνεταιρισμοί ή εταιρείες. Όταν η συγκεκριμένη οντότητα, λόγω της νομικής της μορφής, ελέγχεται από ή ανήκει στους δικαιούχους πνευματικής ιδιοκτησίας, ο έλεγχος των απαιτήσεων δεν παρουσιάζει μεγάλες δυσκολίες. Όμως, σε ορισμένες νομικές μορφές (π.χ. ίδρυμα) το στοιχείο της κυριότητας ή του ελέγχου απουσιάζει. Η Οδηγία προβλέπει ότι οι διατάξεις της εφαρμόζονται και σε αυτές τις περιπτώσεις. Συνεπώς, κάθε ΟΣΔ, ανεξαρτήτως της νομικής μορφής του, θα πρέπει να έχει ένα όργανο που λειτουργεί ως γενική συνέλευση

443 *Collective Rights Management in the Digital Single Market*, 2015, Intellectual Property Office, Crown copyright (https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/467778/Collective_rights_management.pdf)

444 Αιτιολογική Σκέψη 5, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

445 Αιτιολογική Σκέψη 2, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

446 Αιτιολογικές Σκέψεις 8 και 9, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

των μελών του⁴⁴⁷ και ένα όργανο που ασκεί εποπτική λειτουργία για τη διαρκή παρακολούθηση της διαχείρισης.⁴⁴⁸

Επίσης, είναι δυνατό για τους δικαιούχους να αναθέτουν τη διαχείριση των δικαιωμάτων τους σε ανεξάρτητες οντότητες διαχείρισης, οι οποίες διαφέρουν από τους ΟΣΔ, κατά το ότι *δεν ανήκουν στους δικαιούχους που εκπροσωπούν, ούτε ελέγχονται από αυτούς*. Οι οντότητες αυτές υποχρεούνται να παρέχουν πληροφορίες στους δικαιούχους που εκπροσωπούν δυνάμει της Οδηγίας.⁴⁴⁹ Ακόμη, οι ΟΣΔ μπορούν να αναθέτουν ορισμένες από τις δραστηριότητες τους (π.χ. τιμολόγηση ή διανομή των οφειλόμενων ποσών) σε θυγατρικές ή άλλες οντότητες που ελέγχουν. Σε αυτήν την περίπτωση, οι απαιτήσεις διαφάνειας εφαρμόζονται και στις οντότητες αυτές.⁴⁵⁰

Όσον αφορά στις καινοτομίες της ψηφιακής εποχής, η χρήση των μουσικών έργων γίνεται σε μεγάλο βαθμό πλέον μέσω των παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών. Δίνεται η δυνατότητα στους καταναλωτές να *“κατεβάσουν” μουσική (downloading) ή να την ακούν σε συνεχή ροή (streaming), καθώς και άλλες υπηρεσίες όπως πρόσβαση σε ταινίες ή παιχνίδια, όπου η μουσική αποτελεί σημαντικό στοιχείο*. Για να παρέχουν νόμιμα οι πάροχοι τις επιγραμμικές υπηρεσίες, πρέπει πρώτα να λαμβάνουν άδεια για καθένα από τα δικαιώματα που εμπλέκονται (στην περίπτωση της μουσικής, το δικαίωμα αναπαραγωγής και το δικαίωμα παρουσίασης στο κοινό). Βέβαια, αυτό σημαίνει ότι για κάθε τραγούδι που ακούει ο χρήστης των επιγραμμικών υπηρεσιών, ο πάροχος θα πρέπει να έχει λάβει άδεια για να το αναπαράγει στο συγκεκριμένο κράτος-μέλος της Ε.Ε., όπου βρίσκεται ο χρήστης. Συνεπώς, τα ζητήματα που αντιμετωπίζονται είναι: η διασυνοριακή αδειοδότηση χρήσης των έργων (πολυεδαφικές άδειες που καλύπτουν την παροχή της υπηρεσίας σε όλη την Ε.Ε.) και η μείωση του αριθμού αδειών που πρέπει να εξασφαλίζουν οι πάροχοι επιγραμμικών υπηρεσιών για τα έργα. Το δεύτερο επιτυγχάνεται καλύτερα, εφόσον οι ΟΣΔ κατηγοριοποιούν οικειοθελώς το ρεπερτόριο τους σε ομάδες, ώστε μία άδεια να συμπεριλαμβάνει το σύνολο μιας ομάδας ρεπερτορίου.⁴⁵¹ Επίσης, οι ΟΣΔ πρέπει να τηρούν βάσεις δεδομένων με ακριβείς και ολοκληρωμένες πληροφορίες σχετικά με *την κυριότητα των δικαιωμάτων για τα οποία χορηγείται πολυεδαφική άδεια, τους κατόχους αδειών και τις επικράτειες στις οποίες εκτίνεται η αδειοδότηση*.⁴⁵² Έτσι, η διαδικασία αδειοδότησης είναι διαφανής και οι ΟΣΔ μπορούν να καταρτίζουν ακριβέστερα εκθέσεις χρήσης για την τιμολόγηση των παρόχων και τη διανομή των οφειλόμενων ποσών στους δικαιούχους.

Όσον αφορά στην παροχή πολυεδαφικών αδειών, πρόκληση αποτελεί το γεγονός ότι δεν διαθέτουν όλοι οι ΟΣΔ την υποδομή για να παρέχουν τέτοιου είδους άδειες.⁴⁵³ Πολυεδαφικές χαρακτηρίζονται οι άδειες

447 Αιτιολογική Σκέψη 23, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

448 Αιτιολογική Σκέψη 24, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

449 Αιτιολογική Σκέψη 15, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

450 Αιτιολογική Σκέψη 17, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

451 Αιτιολογική Σκέψη 44, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

452 Αιτιολογική Σκέψη 41, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

453 Αιτιολογική Σκέψη 46, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

που καλύπτουν την επικράτεια περισσότερων του ενός κρατών-μελών.⁴⁵⁴ Οι ΟΣΔ που χορηγούν πολυεδαφικές άδειες για επιγραμμικά δικαιώματα, πρέπει να διαθέτουν επαρκή ικανότητα να επεξεργάζονται ηλεκτρονικά, κατά αποτελεσματικό και διαφανή τρόπο, τα στοιχεία που απαιτούνται για τη χορήγηση των αδειών αυτών (προσδιορισμός ρεπερτορίου, παρακολούθηση χρήσης του, τιμολόγηση χρηστών, είσπραξη εσόδων και διανομή στους δικαιούχους).⁴⁵⁵ Κριτήρια συνιστούν: η ικανότητα τους να προσδιορίζουν με ακρίβεια τα μουσικά έργα που έχουν δικαίωμα να εκπροσωπούν· η ικανότητα να προσδιορίζουν με ακρίβεια, σε σχέση με καθεμία σχετική επικράτεια, τα δικαιώματα και τους αντίστοιχους δικαιούχους επί κάθε μουσικού έργου τα οποία έχουν δικαίωμα να εκπροσωπούν· να κάνουν χρήση μοναδικών αναγνωριστικών κωδικών για την ταυτοποίηση κάθε δικαιούχου και τον προσδιορισμό των μουσικών· να κάνουν χρήση κατάλληλων μέσων εντοπισμού και εξάλειψης κατά τρόπο έγκαιρο και αποτελεσματικό των ασυνεπειών στα δεδομένα που βρίσκονται στην κατοχή άλλων ΟΣΔ οι οποίοι χορηγούν πολυεδαφικές άδειες για επιγραμμικά δικαιώματα επί μουσικών έργων.

Αν ΟΣΔ δεν διαθέτει επαρκή ικανότητα για χορήγηση πολυεδαφικών αδειών για επιγραμμικά δικαιώματα, δύναται να συνάπτει συμφωνία εκπροσώπησης με την οποία εξουσιοδοτεί άλλον οργανισμό που χορηγεί τέτοιες άδειες για επιγραμμικά δικαιώματα επί του ρεπερτορίου του εξουσιοδοτούντος οργανισμού. Τέτοιες συμφωνίες δεν μπορούν να είναι αποκλειστικού χαρακτήρα (ο εξουσιοδοτών ΟΣΔ δικαιούται να εξουσιοδοτήσει και άλλους ΟΣΔ για το ίδιο) και τα μέλη του εξουσιοδοτούντος οργανισμού ενημερώνονται για τη διάρκεια, το κόστος και τους κύριους όρους των συμφωνιών.⁴⁵⁶ Ο εξουσιοδοτούμενος οργανισμός διαχειρίζεται το ρεπερτόριο του εξουσιοδοτούντος δίχως διακρίσεις σε σχέση με το δικό του και το περιλαμβάνει σε όλες τις προσφορές που απευθύνει σε παρόχους. Για την υπηρεσία χρεώνει εύλογα έξοδα διαχείρισης.⁴⁵⁷

Σε περίπτωση που ο ΟΣΔ στον οποίο είναι μέλη δεν χορηγεί ή δεν προσφέρεται να χορηγήσει πολυεδαφικές άδειες για επιγραμμικά δικαιώματα επί μουσικών έργων, οι δικαιούχοι μπορούν να ανακαλούν από τον εν λόγω ΟΣΔ τα επιγραμμικά δικαιώματα για το σκοπό χορήγησης πολυεδαφικών αδειών για όλες τις επικράτειες, ούτως ώστε να χορηγούν οι ίδιοι, ή μέσω οποιουδήποτε άλλου μέρους εξουσιοδοτούν, πολυεδαφικές άδειες στα επιγραμμικά δικαιώματα τους. Εντούτοις, είναι δυνατόν να διατηρήσουν στον αρχικό ΟΣΔ τα επιγραμμικά δικαιώματα για χορήγηση μονοεδαφικών αδειών.⁴⁵⁸

Η πολυεδαφική άδεια χορηγείται σε παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών. Οι ΟΣΔ οφείλουν να παρακολουθούν την χρήση των επιγραμμικών δικαιωμάτων επί μουσικών έργων που εκπροσωπούν και οι πάροχοι οφείλουν να υποβάλλουν ακριβή αναφορά σχετικά με την πραγματική χρήση των έργων αυτών.⁴⁵⁹

454 Άρθρο 3, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

455 Άρθρο 24, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

456 Άρθρο 29, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

457 Άρθρο 30, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

458 Άρθρο 31, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

459 Άρθρο 27, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

Με βάση την ακριβή αναφορά γίνεται η τιμολόγηση των παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών και κατόπιν τα ποσά διανέμονται με ακρίβεια και χωρίς καθυστέρηση.⁴⁶⁰

Οι ΟΣΔ οφείλουν να ορίζουν στο καταστατικό τους ή στους όρους προσχώρησης μέλους, όλα τα δικαιώματα που παρέχει η Οδηγία στους δικαιούχους, για τα οποία τους ενημερώνει προτού να λάβει τη συναίνεση τους για τη διαχείριση των δικαιωμάτων.⁴⁶¹ *Ανεξάρτητα από το κράτος-μέλος ιθαγένειας του δικαιούχου ή του ΟΣΔ, οι δικαιούχοι δικαιούνται να: εξουσιοδοτούν οργανισμό της επιλογής τους· να διαχειρίζεται τα δικαιώματα, άλλα είδη έργων και άλλα αντικείμενα της επιλογής τους· για τις επικράτειες της επιλογής τους. Έχουν δικαίωμα να θέτουν τέλος στην εξουσιοδότηση, να διαχειρίζονται οι ίδιοι τα δικαιώματα παράλληλα με τον οργανισμό και να ανακαλούν από τον οργανισμό οποιοδήποτε από τα δικαιώματα που έχουν αναθέσει, για τις επικράτειες της επιλογής τους. Επίσης, μπορούν να χορηγούν άδειες μη εμπορικής χρήσης των δικαιωμάτων τους. Η εξουσιοδότηση του δικαιούχου πρέπει να περιέχει τη συναίνεση του για κάθε δικαίωμα που αναθέτει στον οργανισμό.*

Μέλη των ΟΣΔ μπορούν να γίνονται δικαιούχοι, οντότητες που εκπροσωπούν δικαιούχους και άλλοι ΟΣΔ και ενώσεις δικαιούχων, βάσει προϋποθέσεων που περιέχονται στο καταστατικό ή στους όρους προσχώρησης μέλους και δημοσιοποιούνται.⁴⁶² Τα μέλη συμμετέχουν στη Γενική Συνέλευση (ΓΣ), η οποία συγκαλείται τουλάχιστον άπαξ ετησίως.⁴⁶³ Περιορισμοί των δικαιωμάτων συμμετοχής και ψήφου μπορούν να προβλέπονται στις εθνικές νομοθεσίες, και ακολούθως στα καταστατικά, μόνο με κριτήριο τη διάρκεια της ιδιότητας μέλους και τα ποσά που έχουν εισπραχθεί ή οφείλονται σε μέλος. Η ΓΣ αποφασίζει για κάθε τροποποίηση του καταστατικού και των όρων προσχώρησης μέλους. Είναι υπεύθυνη για το διορισμό ή την απόλυση διευθυντών, τους αξιολογεί και εγκρίνει τις αμοιβές τους και άλλα χρηματικά οφέλη. Αν ο οργανισμός διαθέτει εποπτικό συμβούλιο, είναι δυνατό οι εξουσίες σχετικά με τα διοικητικό προσωπικό να αποδοθούν στο εποπτικό συμβούλιο. Σε περίπτωση που ο ΟΣΔ δεν έχει εκ της νομικής μορφής του ΓΣ, οι εξουσίες της ΓΣ μπορούν να αποδοθούν στο εποπτικό συμβούλιο. Επίσης, η ΓΣ λαμβάνει αποφάσεις σχετικά με: τη γενική πολιτική για τη διανομή των ποσών· τη γενική πολιτική για τη χρήση των ποσών· τη γενική επενδυτική πολιτική για τα έσοδα από τα δικαιώματα και την περαιτέρω επένδυση αυτών· τη γενική πολιτική για τις κρατήσεις του ΟΣΔ επί των εσόδων· τη χρήση των ποσών που δεν μπορούν να διανεμηθούν· την πολιτική για τη διαχείριση του κινδύνου· την έγκριση οποιασδήποτε κτήσης, πώλησης ή υποθήκης ακινήτων· την έγκριση συγχωνεύσεων και συμμαχιών, της σύστασης θυγατρικών και της εξαγοράς άλλων οντοτήτων, ή μετοχών ή δικαιωμάτων σε άλλες οντότητες· την έγκριση της λήψης δανείων, της χορήγησης δανείων ή της παροχής ασφάλειας για δάνεια.

460 Άρθρο 28, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

461 Άρθρο 5, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

462 Άρθρο 6, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

463 Άρθρο 8, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

Κάθε ΟΣΔ διαθέτει εποπτικό όργανο, στο οποίο κάθε κατηγορία μελών εκπροσωπείται δίκαια και ισορροπημένα.⁴⁶⁴ Κάθε μέλος του εποπτικού οργάνου υποβάλλει στη ΓΣ ετήσια ατομική δήλωση για τυχόν συγκρούσεις συμφερόντων με τον οργανισμό. Το όργανο συνέρχεται τακτικά και είναι αρμόδιο για: την άσκηση των εξουσιών που του έχουν εκχωρηθεί από τη ΓΣ· την παρακολούθηση των δραστηριοτήτων και της εκτέλεσης των καθηκόντων των προσώπων που ασκούν τη διοίκηση του οργανισμού. Υποβάλλει στη ΓΣ τουλάχιστον άπαξ τον χρόνο έκθεση σχετικά με την άσκηση των εξουσιών του.

Η Οδηγία περιέχει διατάξεις για τη διαχείριση από ΟΣΔ των εσόδων από δικαιώματα. Ο οργανισμός τηρεί ξεχωριστούς λογαριασμούς για τις εισπράξεις από δικαιώματα και κάθε έσοδο που προκύπτει από περαιτέρω επένδυση τους και για τυχόν ίδια περιουσιακά στοιχεία, τις εισπράξεις που προκύπτουν από την εκμετάλλευσή τους και τα έξοδα διαχείρισης.⁴⁶⁵ Ο ΟΣΔ οφείλει να επιδεικνύει επιμέλεια στη συλλογή και τη διαχείριση των εσόδων από τα δικαιώματα. Τυχόν επένδυση τέτοιων εσόδων γίνεται με γνώμονα το βέλτιστο συμφέρον των δικαιούχων, σύμφωνα με τη γενική επενδυτική πολιτική και την πολιτική διαχείρισης κινδύνου, και η χρήση τους γίνεται με σκοπό τη διανομή τους στους δικαιούχους. Οι δικαιούχοι πρέπει να λαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με τα τέλη διαχείρισης και τις λοιπές κρατήσεις επί των εσόδων από τα δικαιώματα τους, προτού παράσχουν τη συναίνεση τους για τη διαχείριση των δικαιωμάτων τους από τον ΟΣΔ.⁴⁶⁶ Οι κρατήσεις πρέπει να είναι εύλογες σε συνάρτηση με τις παρεχόμενες υπηρεσίες (δηλ. δεν υπερβαίνουν τις δικαιολογημένες και τεκμηριωμένες δαπάνες για τη διαχείριση) και καθορίζονται βάσει αντικειμενικών κριτηρίων.

Τα ποσά που οφείλονται στους δικαιούχους διανέμονται και καταβάλλονται τακτικά, επιμελώς, με ακρίβεια και σύμφωνα με τη γενική πολιτική για τη διανομή, το αργότερο 9 μήνες από τη λήξη του οικονομικού έτους κατά το οποίο εισπράχθηκαν.⁴⁶⁷

Όταν οι ΟΣΔ διαχειρίζονται δικαιώματα που έχουν ανατεθεί σε άλλον οργανισμό, βάσει συμβάσεων αμοιβαιότητας με αυτόν τον οργανισμό, οφείλουν να μην κάνουν διακρίσεις μεταξύ των μελών τους και των μελών του άλλου οργανισμού.⁴⁶⁸ Οι κρατήσεις που επιβάλλουν δεν πρέπει να υπερβαίνουν τα έξοδα διαχείρισης, και τα οφειλόμενα ποσά πρέπει να αποδίδονται στον άλλον οργανισμό εξίσου τακτικά, επιμελώς και με ακρίβεια με τα ποσά που οφείλονται στα μέλη του οργανισμού.⁴⁶⁹

Η αδειοδότηση των δικαιωμάτων γίνεται κατόπιν καλόπιστων διαπραγματεύσεων με κάθε χρήστη με αντικειμενικούς όρους που δεν εισάγουν διακρίσεις.⁴⁷⁰ Οι αμοιβή πρέπει να είναι κατάλληλη, σε σχέση με την οικονομική αξία της χρήσης των δικαιωμάτων στο εμπόριο, τη φύση και το πεδίο χρήσης των έργων, και την οικονομική αξία των υπηρεσιών που παρέχει ο οργανισμός.⁴⁷¹ Οι χρήστες παρέχουν πληροφορίες

464 Άρθρο 9, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

465 Άρθρο 11, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

466 Άρθρο 12, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

467 Άρθρο 13, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

468 Άρθρο 14, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

469 Άρθρο 15, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

470 Άρθρο 16, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

471 Άρθρο 17, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

σχετικά με τη χρήση των δικαιωμάτων, ώστε να εισπραχθούν τα έσοδα από τα δικαιώματα και στη συνέχεια να καταβληθούν και να διανεμηθούν στους δικαιούχους.

Οι οργανισμοί συντάσσουν, τουλάχιστον άπαξ ετησίως, *εκθέσεις διαφάνειας προς τους δικαιούχους σχετικά με τη διαχείριση των δικαιωμάτων τους*,⁴⁷² *προς άλλους ΟΣΔ για τη διαχείριση των δικαιωμάτων τους δυνάμει συμβάσεων αμοιβαιότητας*,⁴⁷³ και δημοσιοποιούν στην ιστοσελίδα τους όλα τα στοιχεία που σχετίζονται με την οργάνωση τους, τη διοίκηση τους, τις γενικές πολιτικές και τους όρους των συμβάσεων.⁴⁷⁴ Επίσης, δημοσιεύουν στην ιστοσελίδα τους ετήσια έκθεση διαφάνειας και ειδική έκθεση για κάθε οικονομικό έτος, που περιέχουν πληροφορίες για τα οικονομικά στοιχεία τους, τις συμβάσεις αμοιβαιότητας με άλλους οργανισμούς και θέματα διακυβέρνησης.⁴⁷⁵

Αποτελέσματα⁴⁷⁶

Στην προσπάθεια να διαμορφώσει μια ενιαία ευρωπαϊκή αγορά, η Ε.Ε. έχει προσπαθήσει να αντιμετωπίσει τα προβλήματα που δημιούργησε η ανάπτυξη της ψηφιακής τεχνολογίας από τη δεκαετία του 1990, με αποκορύφωμα την *Στρατηγική για την ψηφιακή ενιαία αγορά του 2015*.

Παρά τις προσπάθειες, η ψηφιακή αγορά δεν έχει γίνει ακόμα πραγματικότητα. Μεγάλο παράδειγμα αποτελεί η διαδικτυακή αγορά μουσικής. Η Επιτροπή θεωρεί ότι η αγορά μουσικής δεν έχει φτάσει στο μέγιστο των δυνατοτήτων της, ιδιαίτερα σε σύγκριση με τις Η.Π.Α. Η έλλειψη διασυνοριακής πρόσβασης στα μέσα μαζικής ενημέρωσης λαμβάνεται ως μεγάλο εμπόδιο στην αποτελεσματική λειτουργία της ψηφιακής αγοράς. Μεγάλο μέρος της ευθύνης για το χαμηλό επίπεδο απόδοσης αποδίδεται στους ΟΣΔ, οι οποίοι εισπράττουν τα έσοδα από τα δικαιώματα και τα διανέμουν στους δικαιούχους πνευματικής ιδιοκτησίας. Για τον λόγο αυτό η Επιτροπή αποφάσισε την μεταρρύθμιση της νομοθεσίας για τους ΟΣΔ.

Το δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας θεωρείται θεμέλιος λίθος της δημιουργικής βιομηχανίας. Παρέχει στο δικαιούχο έλεγχο της χρήσης του έργου του από τρίτους χρήστες και τη δυνατότητα να αμείβεται από την εκμετάλλευσή του. Συνεπώς, οι δημιουργοί και οι διαμεσολαβητές έχουν ένα αγαθό με αξία, από το οποίο μπορούν να παράγουν εισόδημα. Μπορεί να πει κανείς ότι το δικαίωμα αυτό είναι το “νόμισμα” της δημιουργικής βιομηχανίας.

Στη μουσική βιομηχανία, οι δικαιούχοι πνευματικής ιδιοκτησίας διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: αυτοί που προστατεύονται για την δημιουργική και καλλιτεχνική συνεισφορά τους και εκείνους που επωφελούνται από την επένδυσή τους και το ρόλο τους στην οικονομική εκμετάλλευσή τους έργου. Οι πρώτοι (συνθέτες και στιχουργοί) συνήθως δεν βρίσκονται σε καλή θέση για να εκμεταλλευθούν

472 Άρθρο 18, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

473 Άρθρο 19, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

474 Άρθρο 21, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

475 Άρθρο 22, Οδηγία 2014/26/ΕΕ

476 S. Schrott & J. Street, 2018, *The politics of the Digital Single Market:*

culture vs. competition vs. copyright, Information, Communication & Society, 21:10, 1305-1321

οικονομικά την τέχνη τους. Γι' αυτό, παραχωρούν το δικαίωμα σε κάποιον ενδιαμέσο με αντάλλαγμα ένα ποσοστό των εσόδων από την εκμετάλλευση του, συνήθως σε μια μεγάλη εταιρεία. Ο ενδιάμεσος πλέον εξασφαλίζει την περαιτέρω εκμετάλλευση της μουσικής, με πολλές διαφορετικές μορφές διανομής. Η δημόσια αναπαραγωγή μουσικής (σε μαγαζιά ή από ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς) απαιτεί την άδεια του δικαιούχου, η οποία παρέχεται έναντι κάποιας αμοιβής.

Οι ΟΣΔ κατέχουν κεντρικό ρόλο στη διαδικασία. Παρέχουν στους χρήστες άδειες, εισπράττουν τις αμοιβές και τις διανέμουν και καταβάλλουν στα μέλη δικαιούχους. Μειώνουν το κόστος συναλλαγής και δημιουργούν οικονομίες κλίμακας στη διαχείριση των δικαιωμάτων, καθώς οι άδειες για χρήστες της ίδιας κατηγορίας είναι κατ' αρχήν πανομοιότυπες. Με βάση τις ίδιες πληροφορίες γίνεται η παρακολούθηση της χρήσης και το κόστος του να προσθέσουν περισσότερα έργα στις βάσεις δεδομένων τους είναι πολύ χαμηλό.

Για την καλύτερη εκμετάλλευση της μείωσης του κόστους συναλλαγής, οι ΟΣΔ αποτελούν σχεδόν σε όλα κράτη-μέλη της Ε.Ε. εκ του νόμου ή φυσικά μονοπώλια. Ως αντάλλαγμα για την αποκλειστική τους πρόσβαση στην αγορά, σε κάποιες έννομες τάξεις οι ΟΣΔ αναλαμβάνουν να παρέχουν κοινωνικές παροχές, όπως συνδικαλιστικού τύπου συλλογικές διαπραγματεύσεις με τους χρήστες ή να προάγουν το πολιτισμό επιχορηγώντας τα λιγότερο δημοφιλή είδη μουσικής. Επιπλέον, κάποιοι ΟΣΔ λειτουργούν σαν "ταμεία αλληλεγγύης" και παρέχουν κοινωνική ασφάλιση, όπως ταμεία εκτάκτων αναγκών και συντάξεις (π.χ. οι γερμανικοί ΟΣΔ).⁴⁷⁷

Λόγω του μονοπωλιακού καθεστώτος τους, οι ΟΣΔ ήταν αντικείμενο της ευρωπαϊκής νομοθεσίας και προ της εξάπλωσης της ψηφιακής τεχνολογίας. Η Επιτροπή έχει επικαλεσθεί σε δικαστήρια τις διατάξεις περί ανταγωνισμού των ιδρυτικών συνθηκών της Ε.Ε., προκειμένου να αντιμετωπίσει την συμπεριφορά των ΟΣΔ. Οι δύο βασικές αρχές του νομοθετικού πλαισίου για τους ΟΣΔ παγιώθηκαν μεταξύ της αρχής της δεκαετίας του 1970 και των μέσων αυτής του 1990. Πρώτον, από τη νομολογία προέρχεται η απαγόρευση της διακριτικής μεταχείρισης των μελών των ΟΣΔ και η ελαχιστοποίηση των περιορισμών που τους επιβάλλονται. Δεύτερον, οι ΟΣΔ όφειλαν να παρέχουν άδειες στους χρήστες, εφόσον αυτό δεν καθιστούσε εμπόδιο στη λειτουργία τους. Αμφότερες οι αρχές συνιστούν μέσα αποτροπής του δικαίου ανταγωνισμού κατά της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης από επιχείρηση με μονοπωλιακή θέση στην αγορά.

Η ψηφιακή επανάσταση ήρθε για να αμφισβητήσει την καθεστηκυία τάξη της συλλογικής διαχείρισης. Για τους ΟΣΔ το ζήτημα επικεντρώθηκε στις διασυννοριακές συμφωνίες. Οι ΟΣΔ μπορούσαν να παρέχουν άδειες για ξένα έργα μέσω συμβάσεων αμοιβαιότητας με συνεργαζόμενους ΟΣΔ του εξωτερικού, ωστόσο οι άδειες αυτές είχαν ισχύ μόνο στην επικράτεια του εκάστοτε κράτους-μέλους, όπου είχε έδρα ο κάθε ΟΣΔ. Ωστόσο, το διαδίκτυο κατήργησε τα σύνορα και όσοι διανέμουν νόμιμα μουσική μέσω του

477 S. Schroff & J. Street, 2018, *The politics of the Digital Single Market: culture vs. competition vs. copyright*, Information, Communication & Society, 21:10, 1305-1321

διαδικτύου, όπως οι υπηρεσίες συνεχούς ροής (επιγραμμικές υπηρεσίες – streaming), οφείλουν πλέον να λαμβάνουν πολλαπλές άδειες, με αποτέλεσμα πολύ υψηλό κόστος συναλλαγής.

Η κατάργηση των εδαφικών περιορισμών, βάσει των οποίων ένας ΟΣΔ είχε αρμοδιότητα για μία επικράτεια, αποδυνάμωσε το φυσικό μονοπώλιο των ΟΣΔ. Αντίθετα, σε έναν κόσμο δίχως σύνορα, το μονοπωλιακό καθεστώς των ΟΣΔ εκλαμβάνεται ως δυσκίνητο, για όσους αναζητούν να αποκτήσουν άδειες για χρήση σε περισσότερες της μίας επικράτειες. Επιπλέον, το να μην επιτρέπεται η αναπαραγωγή έργων σε άλλη επικράτεια, από χρήστες οι οποίοι έχουν πληρώσει για αυτά σε άλλη επικράτεια, κρίνεται αναχρονιστικό.

Ακόμη, οι δικαιούχοι δυσανασχετούν για απώλεια εισοδήματος, καθώς οι διαδικτυακές συναλλαγές παράγουν σημαντικά λιγότερο κέρδος από τις αναλογικές. Επιπλέον, η ψηφιακή τεχνολογία αντικρούει τον ισχυρισμό των ΟΣΔ, ότι δημιουργούν προστιθέμενη αξία στη διαδικασία χορήγησης αδειών, μέσω της παρακολούθησης της χρήσης των έργων. Η ψηφιακή τεχνολογία επιτρέπει την ευκολότερη παρακολούθηση της διαδικτυακής χρήσης. Συνεπώς, οι μεγάλης κλίμακας δικαιούχοι πνευματικής ιδιοκτησίας, έχουν τη δυνατότητα να διαχειρίζονται οι ίδιοι τα δικαιώματά τους, δίχως ενδιάμεσους, μειώνοντας έτσι τα έξοδα διαχείρισης.

Με τέτοιες δυνατότητες και προκλήσεις, η αποτελεσματικότερη ρύθμιση του συστήματος συλλογικής διαχείρισης κρίθηκε επιτακτική από τους υπεύθυνους διαμόρφωσης πολιτικής της Ε.Ε. Η Ε.Ε. είχε να επιλέξει μεταξύ δύο ειδών λύσεις: είτε να χρησιμοποιήσει το δίκαιο ανταγωνισμού και τη σχετική με την κατάχρηση μονοπωλίου νομολογία για να θεσπίσει ρυθμιστικό πλαίσιο για τους ΟΣΔ, είτε να βασιστεί στις αρχές του δικαίου πνευματικής ιδιοκτησίας. Η διαφορά μεταξύ των δύο βρίσκεται στους στόχους καθενός. Το δίκαιο πνευματικής ιδιοκτησίας, ιδίως στα ηπειρωτικά συστήματα αστικού δικαίου, ευνοεί τον δημιουργό σε σχέση με τρίτους. Το νομικό πλαίσιο για τους ΟΣΔ διασφαλίζει ότι υπάρχει μια βιώσιμη εναλλακτική για τις μη εξουσιοδοτημένες χρήσεις και ότι οι δημιουργοί λαμβάνουν μια δίκαιη αμοιβή από τα έσοδα που προκύπτουν. Το δίκαιο ανταγωνισμού αντιλαμβάνεται όλους τους δικαιούχους ως ίδιους ανεξαρτήτως του ρόλου τους στη δημιουργική διαδικασία. Επικεντρώνεται σε ένα αποδοτικό σύστημα αδειοδότησης, και όχι στους δημιουργούς. Η Επιτροπή προτίμησε τη λύση του δικαίου ανταγωνισμού, αλλά με τέτοιο τρόπο που δημιούργησε ένα επιπλέον θεσμικό επίπεδο.

Οι τέσσερις βασικοί πυλώνες της λύσης είναι οι εξής: η *ελευθερία ανάθεσης* της διαχείρισης σε οποιονδήποτε ΟΣΔ επιλέγει ο δικαιούχος· η *ελευθερία προσχώρησης* σε ΟΣΔ· η *διαφάνεια* και η *συμμετοχή* στη λήψη αποφάσεων. Οι αρχές αυτές επιδιώκουν να ενισχύσουν τον ανταγωνισμό μεταξύ των ΟΣΔ. Με βάση τις δύο πρώτες αρχές, ο δικαιούχος έχει τη δυνατότητα να επιλέξει μεταξύ των ΟΣΔ για κάθε τύπο εκμετάλλευσης. Η ελευθερία ανάθεσης διασφαλίζει το δικαίωμα στο δικαιούχο να αποσύρει την εξουσιοδότηση του από έναν ΟΣΔ, ενώ το δικαίωμα προσχώρησης σε ΟΣΔ εξασφαλίζει ότι οι ΟΣΔ δεν μπορούν να συμπράξουν για να αποκλείσουν μέλη και να μοιράσουν κρυφά τις αγορές. Ενισχύεται ο ανταγωνισμός με την ελευθερία επιλογής των δικαιούχων να επιλέξουν προς το καλύτερο συμφέρον τους.

Εδώ παρατηρείται η επιρροή που είχε η Σύσταση της Επιτροπής του 2005 και η δικαστική απόφαση του 2008 σχετικά με τις τυποποιημένες συμβάσεις της CISAC,⁴⁷⁸ δηλαδή το σύστημα χορήγησης αδειών λειτουργεί πιο αποδοτικά αν οι ΟΣΔ ανταγωνίζονται μεταξύ τους.

Ο ανταγωνισμός ενισχύεται και λόγω της διαφάνειας. Κάποιος ΟΣΔ είναι λιγότερο πιθανό να ζημιώσει τα μέλη του όταν είναι δημοσίως διαθέσιμες οι πληροφορίες περί της οικονομικής του διαχείρισης και της εσωτερικής του διακυβέρνησης, οι οποίες παρέχουν κίνητρο σε ένα μέλος να επιλέξει άλλον οργανισμό, του οποίου τα στοιχεία ταιριάζουν καλύτερα με τις ανάγκες του. Τέλος, η συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων προέρχεται από νομολογιακή αρχή, σύμφωνα με την οποία μια επιχείρηση με μονοπώλιο αποτελεί κίνδυνο για τα μέλη της. Έτσι, αποτρέπονται οι καταχρήσεις στην προσχώρηση μελών.

⁴⁷⁸ ΔΕΕ, απόφαση της 16.07.2008, υπόθεση T-442/08, International Confederation of Societies of Authors and Composers (CISAC) κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής

2.7. ΕΠΙΒΟΛΗ ΤΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

2.7.1. Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στον τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

Η Συμφωνία TRIPS αποτέλεσε σταθμό στο δημόσιο διεθνές δίκαιο και οδήγησε σε χρόνιες διαβουλεύσεις για την περαιτέρω βελτίωση της προστασίας της διανοητικής ιδιοκτησίας. Η Παγκόσμια Οργάνωση Διανοητικής Ιδιοκτησίας (“ΠΟΔΙ”) έχει θέσει ως έναν από τους στρατηγικούς στόχους της, την παγκόσμια διακρατική συνεργασία για την οικοδόμηση σεβασμού για την διανοητική ιδιοκτησία.⁴⁷⁹ Σε αυτό το πλαίσιο, η αποτελεσματική επιβολή των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας είναι καθοριστική, ώστε το ουσιαστικό δίκαιο να χαίρει του απαιτούμενου σεβασμού. Ένα σύστημα προστασίας της διανοητικής ιδιοκτησίας είναι απαραίτητο για την τόνωση της δημιουργικότητας και της καινοτομίας. Ωστόσο, η αποδοτικότητα και η αξιοπιστία της προστασίας διασφαλίζεται μόνο εφόσον τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας μπορούν να επιβληθούν αποτελεσματικά. Ένα υγιές σύστημα προστασίας της διανοητικής ιδιοκτησίας θα πρέπει να προβλέπει τρόπους για την επιβολή των δικαιωμάτων, ώστε να προωθεί την δημιουργικότητα, την καινοτομία και τον δυναμισμό στην αγορά.

Η Συμφωνία TRIPS περιέχει 21 διατάξεις που αφορούν στην επιβολή των ουσιαστικών δικαιωμάτων που απονέμει. Είναι η πρώτη διεθνής συνθήκη που περιέχει ένα πλήρες σύστημα λεπτομερών διατάξεων για την εκτέλεση των δικαιωμάτων. Η Σύμβαση των Παρισίων και η Σύμβαση της Βέρνης περιέχουν περιορισμένες διατάξεις σχετικά με την εκτέλεση των δικαιωμάτων, εκτός της υποχρέωσης για όμοια αντιμετώπιση ημεδαπών και αλλοδαπών δημιουργών, οι οποίες πληρούνται με την ψήφιση αντίστοιχης νομοθεσίας από κάθε κράτος.

Το τρίτο μέρος της Συμφωνίας, φέρει τον τίτλο “Εφαρμογή των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας” και διακρίνεται σε πέντε κεφάλαια: “Γενικές διατάξεις” (άρθρο 41), “Πολιτικές και Διοικητικές διαδικασίες και μέτρα αποζημίωσης” (άρθρα 42 έως 49), “Ασφαλιστικά μέτρα” (άρθρο 50), “Ειδικές προβλέψεις σε σχέση με τους συνοριακούς ελέγχους” (άρθρα 51 έως 60) και “Ποινικές διαδικασίες” (άρθρο 61). Οι διατάξεις αυτές θεσπίζουν ένα ελάχιστο προστασίας που τα κράτη μέλη του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου οφείλουν να εφαρμόσουν στις εθνικές τους νομοθεσίες. Ακόμη, η Συμφωνία περιέχει διάφορες διατάξεις ενδοτικού χαρακτήρα, τις οποίες τα μέλη μπορούν να μεταφέρουν στα εθνικά τους δίκαια, εφόσον το επιθυμούν. Βρίσκεται στη διακριτική ευχέρεια των μελών του Π.Ο.Ε. να υπερβούν τα ελάχιστα όρια προστασίας. Όμως η υπέρβαση αυτή θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις κραταιές κοινωνικοοικονομικές

⁴⁷⁹ Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *WIPO's Strategic Goals* (<https://www.wipo.int/about-wipo/en/goals.html>)

συνθήκες και τυχόν ζητήματα δημόσιας υγείας και ανάπτυξης της κάθε χώρας, όπως αναφέρεται στα άρθρα 7 και 8 της Συμφωνίας και στη Σύσταση ν. 45 της Αναπτυξιακής Διάταξης της ΠΟΔΙ.⁴⁸⁰

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση οι διατάξεις της Συμφωνίας, που αφορούν στις πολιτικές διαδικασίες, στα μέτρα αποζημίωσης και στα ασφαλιστικά μέτρα, περιέχονται στην Οδηγία 2004/48/ΕΚ. Η προστασία που παρέχει η Οδηγία σε πολλές περιπτώσεις υπερβαίνει το ελάχιστο όριο που θεσπίζει η Συμφωνία. Επιπλέον, οι διατάξεις που αφορούν στους συνοριακούς ελέγχους μεταφέρθηκαν με τον Τελωνειακό Κανονισμό 608/2013, του οποίου οι διατάξεις επίσης υπερβαίνουν το ελάχιστο όριο που θεσπίζει η Συμφωνία.

Πλέον λειτουργεί Γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το οποίο συνεργάζεται με τις εθνικές υπηρεσίες διανοητικής ιδιοκτησίας των κρατών-μελών, με τις αντίστοιχες υπηρεσίες τρίτων χωρών, καθώς και με διεθνείς οργανισμούς με αντικείμενο την διανοητική ιδιοκτησία. Το Γραφείο διοργανώνει τακτικά κάθε δύο χρόνια το Συνέδριο για την Βάση Δεδομένων Εκτέλεσης, όπου συναντώνται δικαιούχοι και αρχές επιβολής διανοητικής ιδιοκτησίας για την ανταλλαγή τεχνογνωσίας. Οι δικαιούχοι παρέχουν πληροφορίες σχετικά με τα εμπορεύματα τους, σημεία επαλήθευσης κ.τ.λ., οι οποίες βοηθούν τις αρχές να εντοπίζουν πλαστά προϊόντα. Τα στοιχεία συγκεντρώνονται σε μία ασφαλή βάση δεδομένων, στην οποία έχουν πρόσβαση ευρωπαϊκές αρχές, μεταξύ των οποίων η EUROPOL και το OLAF, η ευρωπαϊκή υπηρεσία κατά της απάτης.

2.7.2. Οδηγία 2004/48/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με την επιβολή των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας

Τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας δεν μπορούν να διασφαλίσουν τις επενδύσεις στην καινοτομία και τη δημιουργικότητα, εφόσον δεν συνοδεύονται από αποτελεσματικά μέσα επιβολής. Η Συμφωνία TRIPS, στην οποία έχουν προσχωρήσει όλα τα κράτη-μέλη, καθώς και η Ε.Ε., προβλέπει διατάξεις για την επιβολή των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας, οι οποίες αποτελούν κοινούς κανόνες που ισχύουν σε διεθνές επίπεδο και εφαρμόζονται σε όλα τα κράτη-μέλη. Άλλες διεθνείς συμβάσεις, στις οποίες έχουν προσχωρήσει όλα τα κράτη-μέλη, προβλέπουν επίσης διατάξεις για μέσα επιβολής, όπως η Σύμβαση των Παρισίων, η Σύμβαση της Βέρνης και τη Σύμβαση της Ρώμης.

Παρά τις κοινές δεσμεύσεις όλων των κρατών-μελών από τις ανωτέρω διεθνείς συμβάσεις, εξακολούθησαν να υπάρχουν σημαντικές διαφορές στα κράτη-μέλη όσον αφορά τα μέσα επιβολής της διανοητικής ιδιοκτησίας, οδηγώντας σε κατακερματισμό της εσωτερικής αγοράς και υπονομεύοντας την εύρυθμη λειτουργία της. Ως αποτέλεσμα, οι επιχειρηματικοί κύκλοι απώλεσαν την εμπιστοσύνη τους στην

⁴⁸⁰ Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *The 45 Adopted Recommendations under the WIPO Development Agenda* (<https://www.wipo.int/ip-development/en/agenda/recommendations.html>)

εσωτερική αγορά, με συνέπεια τη μείωση των επενδύσεων στην καινοτομία και τη δημιουργία. Η αύξηση στη χρήση του διαδικτύου κατέστησε δυνατή την άμεση διανομή πειρατικών προϊόντων παγκοσμίως, που άρχισε να αποτελεί αντικείμενο οργανωμένου εγκλήματος.

Στόχος της Οδηγίας είναι να διασφαλίσει υψηλό, ισοδύναμο και ομοιογενές επίπεδο προστασίας της διανοητικής ιδιοκτησίας στην εσωτερική αγορά, με μέτρα, διαδικασίες και μέτρα αποκατάστασης, που είναι αναγκαία για τη διασφάλιση της επιβολής δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας. Οι διατάξεις της Οδηγίας εφαρμόζονται σε οποιαδήποτε προσβολή δικαιωμάτων που προβλέπει η ευρωπαϊκή νομοθεσία και η εθνική νομοθεσία κάθε κράτους-μέλους.

Προβλέπεται γενική υποχρέωση για τα κράτη-μέλη να θεσπίσουν *δίκαια και θεμιτά μέτρα, διαδικασίες και μέτρα αποκατάστασης*, που είναι αποτελεσματικά, αναλογικά, γρήγορα στη διεκπεραίωση τους και λειτουργούν αποτρεπτικά ως προς την παραβίαση των δικαιωμάτων. Πρέπει να προβλέπονται εγγυήσεις κατά της κατάχρησης τους και να μην δημιουργούν εμπόδια στο νόμιμο εμπόριο.⁴⁸¹

Υπό την επιφύλαξη των διατάξεων τις εκάστοτε εθνικής νομοθεσίας, τα πρόσωπα που δικαιούνται να ζητούν την εφαρμογή των μέτρων, διαδικασιών και μέτρων αποκατάστασης είναι: *οι δικαιούχοι δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας· τα πρόσωπα που έχουν εξουσιοδοτηθεί να χρησιμοποιούν τα δικαιώματα, όπως οι κάτοχοι άδειας εκμετάλλευσης· οι οργανισμοί συλλογικής διαχείρισης δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας· οι οργανισμοί προάσπισης επαγγελματικών συμφερόντων.*⁴⁸²

Ο δημιουργός λογοτεχνικού ή καλλιτεχνικού έργου θεωρείται δημιουργός, και κατά συνέπεια δικαιούχος να προσφύγει σε μέτρα επιβολής δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας, εφόσον το όνομα του εμφανίζεται επί του έργου κατά το συνήθη τρόπο. Το ίδιο ισχύει για τους δικαιούχους συγγενικών δικαιωμάτων ως προς το προστατευόμενο αντικείμενο τους.⁴⁸³

Προβλέπονται διατάξεις σχετικά με τα αποδεικτικά στοιχεία που προσκομίζονται στις διαδικασίες, τη λήψη προσωρινών μέτρων για την προστασία των αποδεικτικών μέσων, την ενημέρωση όσον αφορά την προέλευση και τα δίκτυα διανομής των εμπορευμάτων ή υπηρεσιών που προσβάλλουν το δικαίωμα διανοητικής ιδιοκτησίας, την έκδοση προσωρινών διαταγών ή την κατάσχεση/απόδοση των εμπορευμάτων για λόγους πρόληψης, καθώς και τα διορθωτικά μέτρα που διατάζουν τα δικαστήρια σε περίπτωση προσβολής και την αποζημίωση του δικαιούχου.

Επιπλέον ενθαρρύνεται η κατάρτιση κωδίκων δεοντολογίας σε κοινοτικό επίπεδο από επιχειρηματικές ή επαγγελματικές ενώσεις ή φορείς, που περιέχουν συστάσεις για την επιβολή των δικαιωμάτων.

481 Άρθρο 3, Οδηγία 2004/48/EK

482 Άρθρο 4, Οδηγία 2004/48/EK

483 Άρθρο 5, Οδηγία 2004/48/EK και Αιτιολογική Σκέψη 9, Οδηγία 2001/84/EK

Αποτελέσματα

Η Οδηγία ενσωμάτωσε τα μέτρα επιβολής που προβλέπονται στη Συμφωνία TRIPS στην ευρωπαϊκή νομοθεσία. Επίσης, τα συμπληρώνει με διορθωτικά μέτρα, αποζημίωση του δικαιούχου και διατάξεις για τα αποδεικτικά στοιχεία. Στηρίζεται στις καλύτερες πρακτικές που παρατηρήθηκαν στα κράτη-μέλη για την προστασία της διανοητικής ιδιοκτησίας.

Σύμφωνα με Έκθεση που υπέβαλε το 2010 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο σχετικά με την εφαρμογή της Οδηγίας, παρατηρήθηκε ότι παρά την συνολική βελτίωση των διαδικασιών επιβολής δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας, ο όγκος και η οικονομική αξία των παραβάσεων δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας ήταν ανησυχητική.⁴⁸⁴ Η εξέλιξη του διαδικτύου από την εποχή θέσπισης της Οδηγίας, πολλαπλασίασε τις δυνατότητες για παράκαμψη των μέτρων ασφαλείας.

Η Οδηγία είχε θετικά αποτελέσματα στην προστασία των δικαιωμάτων μέσω διαδικασιών στα πολιτικά δικαστήρια, καθώς προβλέπει μια ομοιόμορφη διαδικασία σε όλα τα κράτη-μέλη. Ιδίως, κρίνονται θετικά, το τεκμήριο πνευματικής ιδιοκτησίας του δημιουργού, το ικανό δείγμα αντιγράφων ως βάσιμο αποδεικτικό στοιχείο, τα προσωρινά μέτρα για τη διαφύλαξη των αποδεικτικών στοιχείων και δυνατότητα προσφυγής κατά ενδιάμεσου διαμεσολαβητή, οι υπηρεσίες του οποίου χρησιμοποιούνται από τρίτον για την προσβολή δικαιωμάτων. Ωστόσο, η μεταφορά στα εθνικά δίκαια των κρατών-μελών καθυστέρησε πολύ σε σχέση με την προθεσμία που έθεσε η Οδηγία. Το σύνολο των διατάξεων δεν έγινε απολύτως κατανοητό με ενιαίο τρόπο σε όλη την Ένωση, με αποτέλεσμα διαφορετικές ερμηνείες και εφαρμογές της Οδηγίας.

Ακόμη, η έρευνα εντοπίζει, ότι τα διαθέσιμα ένδικα - και μη - βοηθήματα ενάντια στις παραβάσεις της διανοητικής ιδιοκτησίας δεν είναι επαρκή για την καταπολέμηση των παραβιάσεων μέσω διαδικτύου. Για αυτόν το λόγο, το νομικό πλαίσιο πρέπει να εστιάσει περισσότερο στους διαμεσολαβητές, οι οποίοι μπορούν αποτρέψουν τις παραβιάσεις μέσω διαδικτύου, όπως ακριβώς μπορούν και να τις ενισχύσουν.

Επίσης, το δικαίωμα ενημέρωσης που υποχρεώνει τον παραβάτη ή άλλο πρόσωπο να παρέχει στο δικαιούχο πληροφορίες σχετικά με την προέλευση και τα δίκτυα διανομής των προϊόντων, έρχεται σε πολλές περιπτώσεις σε αντίθεση με τη νομοθεσία για τα προσωπικά δεδομένα και την ιδιωτική ζωή. Όμως, δεν προβλέπεται από κάποιο νομοθέτημα, ότι η προστασία προσωπικών δεδομένων υπερισχύει της ιδιοκτησίας με κάποιο τρόπο, συνεπώς οι νομοθεσίες θα πρέπει να εφαρμόσουν και τα δύο δικαιώματα με την κατάλληλη ισορροπία, ώστε να συνυπάρχουν.

Σύμφωνα με παρατηρήσεις δικαιούχων, η αποζημίωση που απονέμεται από δικαστικές αποφάσεις για παραβίαση διανοητικής ιδιοκτησίας είναι σχετικά πολύ χαμηλή και δεν λειτουργεί αποτρεπτικά για την τέλεση περαιτέρω παραβάσεων. Αυτό συμβαίνει, γιατί τα δικαστήρια επιδικάζουν αποζημίωση ίση με το

⁴⁸⁴ Report from the Commission on the Application of Directive 2004/48/EC of the European Parliament and the Council of 29 April 2004 on the enforcement of intellectual property rights, 22.12.2010, (<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0779:FIN:EN:PDF>)

ύψος της ζημίας του δικαιούχου, η οποία είναι συχνά πολύ χαμηλότερη από τα κέρδη που αποκόμισε ο παραβάτης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 2^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Βιβλιογραφία

- Λ. Κοτσίρης, 2017, *Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας και κοινοτικό κεκτημένο*, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη
- Λ. Κοτσίρης, 2018, *Ευρωπαϊκό Εμπορικό Δίκαιο*, Έκδοση 3η, Εκδόσεις Σάκκουλα Αθήνα – Θεσσαλονίκη
- Ν. Ρόκας, 2011, *Βιομηχανική Ιδιοκτησία*, 2η Έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη
- T. Dreier, P.B. Hugenholtz, 2016, *Concise European Copyright Law*, Wolters Kluwer
- P. B. Hugenholtz, 2009-8, *A legal novelty at the time, "SatCab Revisited: The Past, Present and Future of the Satellite and Cable Directive"*, IRIS plus
- S. Schroff & J. Street, 2018, *The politics of the Digital Single Market: culture vs. competition vs. copyright*, Information, Communication & Society, 21:10, 1305-1321
- I. Stamatoudi, P. Torremans, 2014, *EU Copyright Law: A Commentary*, Edward Edgar Publishing Limited
- P. Trott, 2005, *Innovation Management and New Product Development*, 3rd Edition, Pearson Education Limited

Διαδικτυακές πηγές - Αρθρογραφία – Έρευνες

- Έκθεση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και στην Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή σχετικά με την εφαρμογή και τα αποτελέσματα της Οδηγίας 91/250/ΕΟΚ για τη νομική προστασία των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών, 10.04.2000 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52000DC0199&from=EL>)
- Έκθεση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο και την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή σχετικά με την εφαρμογή και τα αποτελέσματα της Οδηγίας για το δικαίωμα παρακολούθησης (2001/84/ΕΚ), 14.12.2011, (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0878&from=EN>)
- Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Βασικές ερωτήσεις (<https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/cd-general-questions>)
- Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Ορισμός σχεδίου και υποδείγματος (<https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/design-definition>)
- Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Συχνές ερωτήσεις για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας (<https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/web/observatory/faqs-on-copyright-el#1>)
- Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Ορισμός σήματος (<https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/trade-mark-definition>)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας Ηνωμένου Βασιλείου, *Collective Rights Management in the Digital Single Market*, 2015, Crown copyright
(https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/467778/Collective_rights_management.pdf)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Γραφείου Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας, *Official Journal of the European Patent Office*, 22.12.1980 (http://archive.epo.org/epo/pubs/oj1980/p393_440.pdf)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Γραφείου Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας, *Unitary Patent & Unified Patent Court* (<https://www.epo.org/law-practice/unitary.html>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Γεωγραφικές ενδείξεις*
(https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/geographical-indications/index_el.htm)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Διπλώματα ευρεσιτεχνίας*
(https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/patents/index_el.htm)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Επισκόπηση της ευρωπαϊκής πολιτικής οίνου*
(https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/plants-and-plant-products/plant-products/wine_el#overview)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Κανονισμοί, οδηγίες και άλλες νομοθετικές πράξεις*
(https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts_el)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Evaluation of EU legislation on design protection*, April 2019
(<https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/1846-Evaluation-of-EU-legislation-on-design-protection/public-consultation>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Geographical Indications – a European treasure worth €75 billion*, 20.04.2020 (https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_683)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Geographical indications for non-agricultural products* (https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/intellectual-property/geographical-indications/non-agricultural-products_en)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Quality schemes explained* (https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained_en)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *Commission Staff Working Document: Evaluation of the Council Directive 93/83/EEC on the coordination of certain rules concerning copyright and rights related to copyright applicable to satellite broadcasting and cable retransmission*, 14.09.2016
(<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/evaluation-council-directive-9383eec-coordination-certain-rules-concerning-copyright-and-rights>)

Επίσημη ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *Europe Economics for DG Internal Market & Services*, 06.06.2016, *The Economic Review of Industrial Design in Europe*
(https://ec.europa.eu/growth/content/economic-review-industrial-design-europe-0_en)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *Full report on the public consultation on the review of the EU Satellite and Cable Directive*, 04.05.2016 (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/full-report-public-consultation-review-eu-satellite-and-cable-directive>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *Staff working document and executive summary on the evaluation of the Directive 96/9/EC on the legal protection of databases*, 25.04.2018

(<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/staff-working-document-and-executive-summary-evaluation-directive-969ec-legal-protection>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *Study on the Satellite and Cable Directive*, 30.06.2016 (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/study-satellite-and-cable-directive>)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, *Intellectual, industrial and commercial property* (<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/36/intellectual-industrial-and-commercial-property>)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, *Review of the EU copyright framework: European Implementation Assessment*, October 2015, European Parliament Research Service ([https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/558762/EPRS_STU\(2015\)558762_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/558762/EPRS_STU(2015)558762_EN.pdf))

Επίσημη Ιστοσελίδα του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών, *Λίστα των Λιγότερο Ανεπτυγμένων Κρατών*, Δεκέμβριος 2018 (<https://www.un.org/development/desa/dpad/least-developed-country-category/ldcs-at-a-glance.html>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *The 45 Adopted Recommendations under the WIPO Development Agenda* (<https://www.wipo.int/ip-development/en/agenda/recommendations.html>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Contracting Parties at WIPO Copyright Treaty* (https://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=16)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Contracting Parties to WIPO Performances and Phonograms Treaty* (https://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=20)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Guide to the International Registration of Marks under the Madrid Agreement and the Madrid Protocol*, 2019 (<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4440&plang=EN>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Hague Yearly Review 2020 – Executive Summary* (https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_930_2020_exec_summary.pdf)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Industrial Designs: What is an industrial design* (<https://www.wipo.int/designs/en/>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the Beijing Treaty on Audiovisual Performances (2012)* (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/beijing/summary_beijing.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the Hague Agreement Concerning the International Registration of Industrial Designs (1925)* (https://www.wipo.int/treaties/en/registration/hague/summary_hague.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (1891) and the Protocol Relating to that Agreement (1989)* (https://www.wipo.int/treaties/en/registration/madrid/summary_madrid_marks.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the Marrakesh Treaty to Facilitate Access to Published Works for Persons Who Are Blind, Visually Impaired, or Otherwise Print Disabled (MVT) (2013)* (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/marrakesh/summary_marrakesh.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883)* (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/summary_paris.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the WIPO Performances and Phonograms Treaty (WPPT) (1996)* (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/wppt/summary_wppt.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the Rome Convention for the Protection of Performers, Producers of Phonograms and Broadcasting Organisations (1961)* (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/rome/summary_rome.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the WIPO Copyright Treaty (WCT) (1996)* (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/wct/summary_wct.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *WIPO's Strategic Goals* (<https://www.wipo.int/about-wipo/en/goals.html>)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου, *Overview: the TRIPS Agreement* (https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/intel2_e.htm)

Coelho Ribiero e Associados, 6.11.2017, *The new EU Trade Mark Regulation since October of 2017*, LEXOLOGY (<https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=9a4e71a8-a9b8-4c54-aaab-95f13aae0637>)

De Wolf & Partners, *Study on the application of Directive 2001/29/EC on copyright and related rights in the information society (the "Infosoc Directive")* (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9ebb5084-ea89-4b3e-bda2-33816f11425b>)

eAmbrosia – the EU geographical indications register (<https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>)

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, 2013, *Bulletin No 8* (https://www.iprhelpdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/IPR_Bulletin_No8_0.pdf)

The European Orphan Works Directive – an EIFL Guide, August 2014 (https://www.eifl.net/resources/european-orphan-works-directive-eifl-guide#orphanwork_problem)

European Patents - The Basics, Mewburn Ellis (<https://www.mewburn.com/law-practice-library/european-patents-the-basics>)

B. Fishley, 20.03.2018, *Impact of the EU Trade Secrets Directive on M&A Transactions*, LEXOLOGY (<https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=cc856ac4-1292-4bd2-826b-d1587a94d8c7>)

P. Kamocki, *Orphan Works*, Common Language Resources and Technology Infrastructure (<https://www.clarin.eu/content/clic-orphan-works>)

Madrid system (https://en.wikipedia.org/wiki/Madrid_system#Members)

D. Marschollek, January 2016, *EU trade mark law reforms: 10 things to know*, Norton Rose Fullbright (<https://www.nortonrosefulbright.com/en/knowledge/publications/1ee50866/eu-trade-mark-law-reforms>)

Report from the Commission on the Application of Directive 2004/48/EC of the European Parliament and the Council of 29 April 2004 on the enforcement of intellectual property rights, 22.12.2010 (<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0779:FIN:EN:PDF>)

Smartcopying, *Technological Protection Measures* (<https://www.smartcopying.edu.au/information-sheets/tafe/technological-protection-measures/technological-protection-measures-2018>)

Unitary patent (https://en.wikipedia.org/wiki/Unitary_patent)

I. Whitfield, 23.09.2019, *Hague System Applications Are Becoming More Popular*, Reddie & Grose (<https://www.reddie.co.uk/2019/09/23/hague-system-applications-are-becoming-more-popular/>)

Will Sander, 27.10.2017, *New EU trade mark reforms*, Keystone Law (<https://www.keystonelaw.com/news/new-eu-trade-mark-reforms>)

Νομοθεσία - Δικαστικές αποφάσεις

ΔΕΕ, απόφαση της 16.07.2008, υπόθεση T-442/08, International Confederation of Societies of Authors and Composers (CISAC) κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής

ΔΕΕ, απόφαση της 4.10.2011, υπόθεση C-403/08, Football Association Premier League

ΔΕΕ, απόφαση της 1.3.2012, υπόθεση C-604/10, Football Dataco Ltd κατά Yahoo UK κ.α.

ΔΕΕ, απόφαση της 15.1.2015, υπόθεση C-30/14 Ryanair

ΔΕΚ, απόφαση της 20.1.1981, υπόθεση 55 και 57/80, Musik-Vertrieb Mebran GmbH και K-tel International κατά GEMA, Συλλ. 1981, σ. 147, σκέψεις 20, 24

ΔΕΚ, απόφαση της 11.3.1986, υπόθεση 121/85, Conegate κατά H.M. Customs and Excise. Συλλ. 1986, ς. 1007, σκέψη 24

ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθεση C-46/02, Fixtures Marketing Ltd κατά Oy Veikkaus Ab

ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθεση C-203/02, The British Horseriding Board Ltd κατά William Hill

ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθεση C-338/02, Fixtures Marketing Ltd v. Svenska Spel Ab

ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθεση C-444/02, Fixtures Marketing κατά ΟΠΑΠ

Διεθνής Σύμβαση για την προστασία των ερμηνευτών ή εκτελεστών καλλιτεχνών, των παραγωγών φωνογραφημάτων και των οργανισμών ραδιοτηλεόρασης (Ρώμη, 1961)

Έγγραφο Εργασίας της Επιτροπής που συνοδεύει την Πρόταση Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία της τεχνογνωσίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν αποκαλύπτονται (εμπορικών απορρήτων) κατά της παράνομης απόκτησης, χρήσης και αποκάλυψής τους (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013SC0471&from=EN>)

Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002 του Συμβουλίου της 12ης Δεκεμβρίου 2001 για τα κοινοτικά σχέδια και υποδείγματα

Κανονισμός (ΕΚ) 510/2006 του Συμβουλίου της 20ής Μαρτίου 2006 για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων

Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 469/2009 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 6ης Μαΐου 2009 περί του συμπληρωματικού πιστοποιητικού προστασίας για τα φάρμακα

Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 21ης Νοεμβρίου 2012 για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων

Κανονισμός (ΕΕ) 1308/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 17ης Δεκεμβρίου 2013 για τη θέσπιση κοινής οργάνωσης των αγορών γεωργικών προϊόντων και την κατάργηση των κανονισμών (ΕΟΚ) αριθ.922/72, (ΕΟΚ) αριθ. 234/79, (ΕΚ) αριθ. 1037/2001 και (ΕΚ) αριθ. 1234/2007 του Συμβουλίου

Κανονισμός (ΕΕ) 251/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 26ης Φεβρουαρίου 2014 για τον ορισμό, την περιγραφή, την παρουσίαση, την επισήμανση και την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων των αρωματισμένων αμπελοοινικών προϊόντων και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 1601/91 του Συμβουλίου

Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 14ης Ιουνίου 2017 για το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Κανονισμός (ΕΕ) 2019/787 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 17ης Απριλίου 2019 για τον ορισμό, την περιγραφή, την παρουσίαση και την επισήμανση των αλκοολούχων ποτών, τη χρήση των ονομασιών των αλκοολούχων ποτών στην παρουσίαση και επισήμανση άλλων τροφίμων, την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων για τα αλκοολούχα ποτά, τη χρήση της αιθυλικής αλκοόλης και των προϊόντων απόσταξης γεωργικής προέλευσης σε ποτά με αλκοόλη, και για την κατάργηση του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 110/2008

Κανονισμός (ΕΕ) 2019/933 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 20ης Μαΐου 2019 για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 469/2009 περί του συμπληρωματικού πιστοποιητικού προστασίας για τα φάρμακα

Οδηγία 91/250/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 14ης Μαΐου 1991 για τη νομική προστασία των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών

Οδηγία 93/83/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 27ης Σεπτεμβρίου 1993 περί συντονισμού ορισμένων κανόνων όσον αφορά το δικαίωμα του δημιουργού και τα συγγενικά δικαιώματα που εφαρμόζονται στις δορυφορικές ραδιοτηλεοπτικές μεταδόσεις και την καλωδιακή αναμετάδοση

Οδηγία 96/9/ΕΟΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 11ης Μαρτίου 1996 σχετικά με τη νομική προστασία των βάσεων δεδομένων

Οδηγία 98/71/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 13ης Οκτωβρίου 1998 για τη νομική προστασία σχεδίων και υποδειγμάτων

Οδηγία 2001/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 22ας Μαΐου 2001 για την εναρμόνιση ορισμένων πτυχών του δικαιώματος του δημιουργού και συγγενικών δικαιωμάτων στην κοινωνία της πληροφορίας

Οδηγία 2001/84/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Σεπτεμβρίου 2001 σχετικά με το δικαίωμα παρακολούθησης υπέρ του δημιουργού ενός πρωτότυπου έργου τέχνης

Οδηγία 2004/48/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 29ης Απριλίου 2004 σχετικά με την επιβολή των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας

Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 12ης Δεκεμβρίου 2006 σχετικά με το δικαίωμα εκμίσθωσης, το δικαίωμα δανεισμού και ορισμένα δικαιώματα συγγενικά προς την πνευματική ιδιοκτησία στον τομέα των προϊόντων διανοίας

Οδηγία 2006/116/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 12ης Δεκεμβρίου 2006 για τη διάρκεια προστασίας του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας και ορισμένων συγγενικών δικαιωμάτων

Οδηγία 2009/24/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 23ης Απριλίου 2009 για τη νομική προστασία των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών

Οδηγία 2012/28/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 25ης Οκτωβρίου 2012 σχετικά με ορισμένες επιτρεπόμενες χρήσεις ορφανών έργων

Οδηγία 2014/26/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 26ης Φεβρουαρίου 2014 για τη συλλογική διαχείριση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων καθώς και τη χορήγηση πολυεδαφικών αδειών για επιγραμμικές χρήσεις μουσικών έργων στην εσωτερική αγορά

Οδηγία 2015/2436/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 16ης Δεκεμβρίου 2015 για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών-μελών περί σημάτων

Οδηγία (ΕΕ) 2016/943 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8ης Ιουνίου 2016 περί προστασίας της τεχνογνωσίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν έχουν αποκαλυφθεί (εμπορικό απόρρητο) από την παράνομη απόκτηση, χρήση και αποκάλυψή τους

Προσχώρηση στις συνθήκες του Παγκόσμιου Οργανισμού Διανοητικής Ιδιοκτησίας
(<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:l26054&from=EN>)

Πρόταση κανονισμού του Συμβουλίου για το κοινοτικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, 01.08.2000 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:l26056&from=EN>)

Πρόταση Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία της τεχνογνωσίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν αποκαλύπτονται (εμπορικών απορρήτων) κατά της παράνομης απόκτησης, χρήσης και αποκάλυψής τους, 28.11.2013 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013PC0813&from=EN>)

Πρωτόκολλο στη Συμφωνία της Μαδρίτης σχετικά με την Διεθνή Καταχώριση Σημάτων (1989)

Σύμβαση του Μονάχου για τη χορήγηση ευρωπαϊκών διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας (1973)

Σύμβαση των Παρισίων για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (1883)

Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στον τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

Συμφωνία της Μαδρίτης σχετικά με την Διεθνή Καταχώριση Σημάτων (1891)

Συμφωνία της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας για τα δικαιώματα του δημιουργού, WCT (1996)

Proposal for a Council Directive on the legal protection of databases, 13.05.1992
(<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex:51992PC0024>)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ (ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ)

Σκοπός της παρούσης μελέτης ήταν να μελετήσει την ανάπτυξη της καινοτομίας μέσα στην σύγχρονη οικονομία, τον τρόπο προσέγγισης της αγοράς με μια καινοτόμο δημιουργία, και να αναλύσει τις επιλογές που προσφέρει το ευρωπαϊκό δίκαιο διανοητικής ιδιοκτησίας, ώστε ένας δημιουργός να προστατεύσει κάθε φύσης πνευματική δημιουργία του σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο. Συνοψίζοντας, παρατίθεται ένας σχηματικός οδηγός σχετικά με τις δυνατότητες εμπορευματοποίησης της διανοητικής ιδιοκτησίας μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ως το τελικό στάδιο της διαδικασίας που μελετήθηκε έως τώρα.

Η εμπορευματοποίηση της διανοητικής ιδιοκτησίας, ασχολείται με τη διαδικασία με την οποία εισάγεται στην αγορά με γνώμονα τα μελλοντικά κέρδη και την επιχειρηματική ανάπτυξη. Η επιτυχία της βασίζεται σε διάφορους εξωτερικούς και εσωτερικούς παράγοντες, όπως οι επιχειρηματικοί στόχοι, το είδος της διανοητικής ιδιοκτησίας, καθώς και οι οικονομικοί και διανοητικοί πόροι του δικαιούχου. Οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να εμπορευματοποιηθεί ένα δικαίωμα διανοητικής ιδιοκτησίας είναι σε γενικές γραμμές τρεις: από τον ίδιο τον δικαιούχο, μέσω μεταφοράς της και μέσω εταιρικών συμπράξεων.⁴⁸⁵

Εμπορευματοποίηση από τον ίδιο τον δικαιούχο: ανεξαρτήτως του κλάδου βιομηχανίας (π.χ. κατασκευές ή υπηρεσίες), μια επιχείρηση δημιουργεί, αναπτύσσει και τελικά πωλεί άυλα περιουσιακά στοιχεία. Η επιλογή μιας εταιρείας να εκμεταλλευτεί η ίδια ή όχι, το άυλο περιουσιακό στοιχείο εξαρτάται από την εταιρική της κουλτούρα και την επιχειρηματική της στρατηγική.

Οι εταιρείες, ιδίως οι μικρομεσαίες, μπορεί για διάφορους λόγους να θέλουν να εμπορευματοποιήσουν οι ίδιες τα περιουσιακά τους στοιχεία. Μερικοί από τους λόγους μπορεί να είναι: ότι διαθέτουν ήδη επαρκείς ικανότητες μάρκετινγκ, οπότε δεν τους είναι αναγκαία μια σύμπραξη· δεν διαθέτουν τους απαιτούμενους πόρους, ώστε να χτίσουν και να φέρουν εις πέρας μια σύμπραξη αυτού του είδους· διστάζουν να αποκαλύψουν πολύτιμες απόρρητες πληροφορίες σε τρίτα μέρη, ή δεν θέλουν να δημιουργήσουν πιθανούς ανταγωνιστές, ή να σπαταλήσουν χρήματα και ενέργεια στην οικοδόμηση μιας σύμπραξης.

Τα κύρια σημεία στα οποία θα πρέπει να δώσει προσοχή ένας δικαιούχος, όταν εκμεταλλεύεται ο ίδιος την διανοητική του ιδιοκτησία είναι:

- *Να διατηρεί την ιδέα του μυστική:* Με διπλώματα ευρεσιτεχνίας ή βιομηχανικά σχέδια και υποδείγματα μπορούν να κατοχυρωθούν μόνο εφευρέσεις και σχέδια που δεν έχουν γνωστοποιηθεί προηγουμένως με κάποιον τρόπο στο κοινό. Επιπλέον, σε πολλές χώρες τα

⁴⁸⁵ The European Intellectual Property Rights Helpdesk, *Your Guide to IP Commercialisation*, (<https://www.iprhelpdesk.eu/sites/default/files/documents/EU-IPR-Guide-Commercialisation.pdf>)

δικαιώματα στα σήματα και στα domain names αποκτώνται από τον πρώτο που καταθέτει την αίτηση. Για αυτόν το λόγο, αν ο δικαιούχος διανοητικής ιδιοκτησίας διατηρεί την ιδέα του μυστική, θα μπορέσει να διασφαλίσει τα περισσότερα δυνατά πλεονεκτήματα από το δικαίωμα του.

Για να διασφαλίζεται το απόρρητο των ιδεών, μια επιχείρηση πρέπει: να φροντίζει ώστε οι εργαζόμενοι, οι ερευνητές και οι συνεργάτες να δεσμεύονται από υποχρέωση τήρησης του απορρήτου, και να τους υπενθυμίζει συχνά, ότι οφείλουν να συμμορφώνονται με την υποχρέωση τους· να προσέχει ώστε, κάθε δημόσια γνωστοποίηση που κάνει (όπως τεχνικές δημοσιεύσεις ή επικοινωνία με πιθανούς συνεργάτες), να μην περιέχει εμπιστευτικές πληροφορίες· να υπογράφει συμφωνίες εμπιστευτικότητας με εταίρους και δοκιμαστές πριν από οποιαδήποτε δοκιμή ιδέας ή τεχνική δοκιμή προϊόντος, και με τρίτα μέρη όταν διαπραγματεύεται συμπράξεις.

- Να χρησιμοποιεί *βάσεις δεδομένων διανοητικής ιδιοκτησίας* και να ερευνά την ελευθερία κινήσεων που προσφέρει το δικαίωμα του: ένας έλεγχος σε σχετικές βάσεις δεδομένων θα πρέπει να είναι το πρώτο βήμα για να εξακριβωθεί αν η ιδέα είναι νέα και άξια εκμετάλλευσης. Εκτός των άλλων, η εταιρεία προλαμβάνει την ανάγκη για διαρκή επανεφεύρεση και ανάπτυξη εμπορευμάτων από την αρχή, καθώς και το κόστος κατάθεσης της αίτησης για την κατοχύρωση μιας ήδη υπάρχουσας τεχνολογίας, σχεδίου ή σήματος.

Επίσης, ερευνώντας την ελευθερία κινήσεων ο δικαιούχος αξιολογεί αν μπορεί να εμπορευματοποιήσει τη διανοητική ιδιοκτησία του, δίχως να προσβάλλει δικαιώματα τρίτων. Έτσι, αποφεύγονται πιθανά δικαστικά έξοδα για τυχόν κατηγορίες προσβολής, όταν το δικαίωμα τίθεται με κάποια μορφή στην αγορά.

- *Να τηρεί αρχεία*: με την τήρηση αρχείων μπορεί να αποδειχθεί η ημερομηνία και η ιδιοκτησία της εφεύρεσης, αν χρειαστεί. Ακόμη, παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες όταν κατατίθενται αιτήσεις για διπλώματα ευρεσιτεχνίας.
- Να επιλέξει *την πιο κατάλληλη μορφή προστασίας* της διανοητικής ιδιοκτησίας: ο δικαιούχος μπορεί μέσω της νομικής προστασίας, να εκμεταλλευθεί τις πλήρεις οικονομικές δυνατότητες της διανοητικής ιδιοκτησίας του. Η μορφή προστασίας πρέπει να συνάδει με τη στρατηγική μάρκετινγκ. Για παράδειγμα, μια εφεύρεση μπορεί να προστατευθεί με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, με υπόδειγμα χρησιμότητας ή ως βιομηχανικό απόρρητο απλά διατηρώντας την μυστική. Η στρατηγική για την προστασία της δημιουργίας καθορίζεται από το προϊόν, από το επιχειρηματικό σχέδιο και από τους πόρους καθενός.
- Να *επιβάλλει* τον σεβασμό των δικαιωμάτων του: ο δικαιούχος πρέπει να ελέγχει διαρκώς την αγορά και τους ανταγωνιστές, ώστε να εντοπίζει τις περιπτώσεις που προσβάλλονται τα δικαιώματά του. Μπορεί να αναζητά τελωνειακή προστασία κατά των απομιμήσεων ή πειρατικών

προϊόντων, ώστε τα πλαστά προϊόντα να κατάσχονται και να καταστρέφονται, προτού μπουν στην αγορά. Επιπλέον, μπορεί να κινείται νομικά κατά των προσβολών των δικαιωμάτων του μέσω μορφών Εναλλακτικής Επίλυσης Διαφορών, ώστε να μην εμπλέκεται σε χρονοβόρες και δαπανηρές δικαστικές διαφορές.

Εκχώρηση: μια επιχείρηση δεν βρίσκεται πάντα σε θέση να εκμεταλλευτεί η ίδια την διανοητική ιδιοκτησία της, ούτε αυτό συνιστά πάντοτε την καλύτερη επιλογή. Σε αυτήν τη μορφή εκμετάλλευσης, ο δικαιούχος (εκχωρητής) μεταβιβάζει την κυριότητα της διανοητικής του ιδιοκτησίας (δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, σήμα, δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας) σε ένα άλλο μέρος (εκδοχέα). Σε όσα κράτη τηρείται αρχείο για τα σχετικά δικαιώματα, ο εκδοχέας πρέπει να καταχωρισθεί στο αρχείο. Η σύμβαση εκχώρησης ενός άυλου περιουσιακού στοιχείου αντιστοιχεί στην σύμβαση πώλησης ενός υλικού στοιχείου. Ο εκδοχέας γίνεται ο νέος ιδιοκτήτης της πνευματικής ιδιοκτησίας.

Η διαδικασία που οδηγεί την εκχώρηση ενός δικαιώματος διανοητικής ιδιοκτησίας, περιλαμβάνει λεπτές διαπραγματεύσεις και απαιτεί την γνωστοποίηση απόρρητων πληροφοριών μεταξύ των μερών, ακόμα και αν η διαπραγμάτευση δεν καταλήξει σε συμφωνία. Για τον λόγο αυτό, τα μέρη σε μια σύμβαση εκχώρησης διανοητικής ιδιοκτησίας θα πρέπει να προσέχουν τα εξής στοιχεία:

- *Συμφωνίες Τήρησης Απορρήτου:* είναι σημαντικό εργαλείο που εγγυάται ότι οποιαδήποτε κοινοποιηθείσα απόρρητη πληροφορία δεν θα γνωστοποιηθεί αλλού ή θα χρησιμοποιηθεί για σκοπούς άλλους πέραν από τη διαπραγμάτευση. Προκειμένου ο εκδοχέας να υπογράψει μια σύμβαση εκχώρησης, θα πρέπει κατά κανόνα να αποκτήσει πρόσβαση σε απόρρητες πληροφορίες μέσω δικής του έρευνας και των διαπραγματεύσεων. Η Συμφωνία Τήρησης Απορρήτου διαφυλάσσει τις ευαίσθητες πληροφορίες του εκχωρητή κατά τη διάρκεια των προσυμβατικών σταδίων.
- *Έλεγχος δέουσας επιμέλειας:* συνιστά ένα εργαλείο διαχείρισης κινδύνων και αποκαλύπτει την αξία των περιουσιακών στοιχείων και υποχρεώσεων. Ο εκδοχέας κατά κανόνα επιδιώκει να συγκεντρώσει όσο περισσότερες πληροφορίες μπορεί για το δικαίωμα διανοητικής ιδιοκτησίας. Η έρευνα συνήθως πραγματοποιείται από διατομεακές ομάδες ειδικών σε θέματα διανοητικής ιδιοκτησίας (για ζητήματα νομικά, χρηματοοικονομικά και τεχνολογικά), ώστε να συλλέξουν στοιχεία σχετικά με την ιδιοκτησία του δικαιώματος, το καθεστώς προστασίας του, τους περιορισμούς στην εκμετάλλευσή του, την αξία της διανοητικής ιδιοκτησίας και τις νομικές προϋποθέσεις της εκχώρησης.⁴⁸⁶

486 The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Assignment agreements* (<http://www.iprhelpdesk.eu/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Assignment-Agreements>)

- Κατάλληλη προετοιμασία για τους βασικούς όρους της συμφωνίας: κάθε μέρος πρέπει να ξέρει εκ των προτέρων τα κυριότερα ζητήματα και τους βασικούς όρους που θα αποτελέσουν αντικείμενο διαπραγμάτευσης και θα συμπεριληφθούν στη συμφωνία, προτού υπογράψει τη σύμβαση. Ο έγγραφος τύπος της σύμβασης κρίνεται απαραίτητος. Το δικαίωμα που εκχωρείται πρέπει να ταυτοποιείται σαφώς λεπτομερώς, καθώς και οποιοδήποτε παρεπόμενο δικαίωμα (π.χ. αν εκχωρείται ένα δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, θα πρέπει να εκχωρηθεί και η αντίστοιχη τεχνογνωσία για την υλοποίηση της εκμετάλλευσης). Οι όροι πληρωμής και η εγγύηση για ορισμένα στοιχεία τα οποία βεβαιώνουν συμβατικώς τα μέρη θα πρέπει να ορίζονται σαφώς. Επιπλέον, πρέπει να υπάρχει ρήτρα εφαρμοστέου δικαίου και τρόπου επίλυσης των διαφορών, εφόσον χρειαστεί.

Άδεια εκμετάλλευσης: η άδεια εκμετάλλευσης είναι μια σύμβαση, σύμφωνα με την οποία ο δικαιούχος διανοητικής ιδιοκτησίας (δικαιοπάροχος) χορηγεί άδεια για τη χρήση της διανοητικής του ιδιοκτησίας σε έναν τρίτο (κάτοχος της άδειας), εντός των ορίων που προβλέπει η σύμβαση. Συνεπώς, η άδεια επιτρέπει στον δικαιοπάροχο να κεφαλαιοποιήσει την διανοητική ιδιοκτησία του χρεώνοντας τον κάτοχο της άδειας για τη χρήση της. Η χορήγηση και λήψη αδειών παίζει πρωταρχικό ρόλο στις στρατηγικές εμπορευματοποίησης των δικαιούχων, καθώς παρέχει πολλά οφέλη που δημιουργούν μια αμοιβαίως επωφελή κατάσταση και για τα δύο μέρη.

Τα πλεονεκτήματα μιας άδειας εκμετάλλευσης και για τα δύο μέρη τα εξής:

Για το Δικαιοπάροχο	Για τον Κάτοχο της άδειας
Επέκταση σε νέες αγορές με ήδη υπάρχοντα προϊόντα ή υπηρεσίες.	Δημιουργία νέων επιχειρήσεων.
Είσοδος σε νέες αγορές με άμεση πρόσβαση στην ήδη υπάρχουσα πελατεία του Κατόχου της άδειας, μειώνοντας τις πιθανότητες αποτυχίας.	Διάθεση στους πελάτες των ήδη διαθέσιμων και εδραιωμένων προϊόντων ή υπηρεσιών του δικαιοπαρόχου, μειώνοντας τις πιθανότητες αποτυχίας.
Αποφεύγεται το κόστος διανομής και μάρκετινγκ.	Αποφεύγεται το κόστος έρευνας και ανάπτυξης.
Ο δικαιοπάροχος διατηρεί την κυριότητα της διανοητικής ιδιοκτησίας λαμβάνοντας αμοιβή για την εκμετάλλευσή της.	Δεν συνιστά τόσο μεγάλη επένδυση όσο να αγοράζει με εκχώρηση το δικαίωμα. Εξετάζεται η αγοραστική επιτυχία των προϊόντων ή υπηρεσιών, δίχως να αποκτηθεί το δικαίωμα.
Ο πιθανός ανταγωνιστής μετατρέπεται σε	Ο πιθανός ανταγωνιστής μετατρέπεται σε

συνεργάτη.	συνεργάτη.
------------	------------

Επιπλέον, η χορήγηση άδειας είναι ένα καλό μέσο διανομής του κινδύνου μεταξύ δικαιοπαρόχου και κατόχου άδειας. Οι κίνδυνοι για τα δύο μέρη είναι οι εξής:

Για τον Δικαιοπάροχο	Για τον Κάτοχο της άδειας
Ο κάτοχος της άδειας μπορεί να μετατραπεί σε ανταγωνιστή.	Η αδειοδότηση μπορεί να δημιουργεί τεχνολογική/επιχειρηματική εξάρτηση.
Ο δικαιοπάροχος μπορεί να χάσει τον έλεγχο των αδειοδοτημένων προϊόντων ή υπηρεσιών.	Η αδειοδοτημένη διανοητική ιδιοκτησία μπορεί να ξεπεραστεί από μια νέα εφεύρεση.
Είναι δύσκολο να βρεθεί ένας δίκαιος και ακέραιος αντισυμβαλλόμενος για να λάβει την άδεια.	Είναι δύσκολο να βρεθεί ένας δίκαιος και αξιόπιστος αντισυμβαλλόμενος για να χορηγήσει την άδεια.
Ο Δικαιοπάροχος πρέπει να εμπιστεύεται τους κατόχους αδειών ως πηγή εισοδήματος. Σε περίπτωση αποτυχίας της αγοράς, οι κάτοχοι αδειών δεν παράγουν εισόδημα, όμως οφείλουν να καταβάλλουν μια ελάχιστη αμοιβή σύμφωνα με την σύμβαση.	Οι πληρωμές μπορεί να είναι υπερβολικά επαχθείς, αλλά θα απαιτείται ένα συγκεκριμένο ποσό παρά την ενδεχόμενη αποτυχία της αγοράς, λόγω της ελάχιστης αμοιβής που πρέπει να καταβάλλεται σύμφωνα με τη σύμβαση.

Όταν τα μέρη συνάπτουν συμβάσεις χορήγησης αδειών, θα πρέπει να φροντίζουν ώστε να το κοινοποιούν στην αντίστοιχη υπηρεσία μητρώου, στα κράτη όπου αυτό τηρείται. Επίσης, θα πρέπει να προσέχουν κυρίως τα εξής σημεία στη σύμβαση τους:

- Πρέπει να εξακριβώνεται σαφώς ο *τύπος* της άδειας, ανάλογα με τους στόχους της επιχείρησης, τα προϊόντα ή υπηρεσίες για τα οποία χορηγείται άδεια, τις συνθήκες της αγοράς στόχου και τις δυνατότητες του κατόχου της άδειας.

Οι άδειες κατ' αρχήν διακρίνονται σε *αποκλειστικές* και *μη-αποκλειστικές*. Στις αποκλειστικές άδειες, ο κάτοχος της άδειας είναι ο μοναδικός, που έχει δικαίωμα να λάβει άδεια χρήσης της διανοητικής ιδιοκτησίας από τον δικαιοπάροχο. Οι αποκλειστικές άδειες διακρίνονται περαιτέρω σε αυτές, σύμφωνα με τις οποίες ο δικαιοπάροχος δεν έχει δικαίωμα χρήσης της διανοητικής

ιδιοκτησίας όσο κατέχει τον άδεια το άλλο μέρος, και σε αυτές σύμφωνα με τις οποίο ο δικαιοπάροχος έχει δικαίωμα χρήσης της διανοητικής ιδιοκτησίας παράλληλα με τον κάτοχο της άδειας.

Στις μη-αποκλειστικές άδειες ο κάτοχος της άδειας και ο δικαιοπάροχος μπορούν να χρησιμοποιούν αμφότεροι την διανοητική ιδιοκτησία. Ο δικαιοπάροχος δικαιούται να χορηγεί περαιτέρω μη-αποκλειστικές άδειες χρήσης σε άλλα μέρη.

- *Προετοιμασία για τις διαπραγματεύσεις* προ της σύμβασης, με υπογραφή *συμφωνίας τήρησης απορρήτου* και *διενέργεια ελέγχου δέουσας επιμέλειας*. Οι συμβάσεις χορήγησης άδειας περιλαμβάνουν συνήθως μακροχρόνιες δεσμεύσεις. Τα μέρη πρέπει να διευκρινίζουν ακριβώς τα δικαιώματα που χορηγεί η άδεια, αξιολογώντας αν αυτά επαρκούν για την βέλτιστη αξιοποίηση. Συνήθεις ρήτρες που πρέπει να αναφέρονται στη σύμβαση είναι: τυχόν δικαίωμα του κατόχου άδειας να χορηγεί περαιτέρω άδειες σε άλλα μέρη, με ποιους όρους και σε ποια μέρη· η κατανομή των δικαιωμάτων από τυχόν βελτιώσεις που μπορεί να εφαρμοστούν από τον κάτοχο της άδειας ή τον δικαιοπάροχο (ιδίως σε χορήγηση αδειών σε διπλώματα ευρεσιτεχνίας, μέσω νέας έρευνας ή ανάπτυξης τεχνογνωσίας)· το ποσό, ο τύπος και οι όροι πληρωμής, μαζί με τον υπολογισμό των αμοιβών· εγγυήσεις για συγκεκριμένα στοιχεία· ο τρόπος αντιμετώπισης τυχόν προσβολών του δικαιώματος από τρίτους.
- Να είναι *επαρκώς προετοιμασμένοι για όλους τους βασικούς όρους* τις σύμβασης. Η σύμβαση να συνάπτεται γραπτώς. Η διάρκεια χορήγησης της άδειας πρέπει να ορίζεται σαφώς. Το δικαίωμα διανοητικής ιδιοκτησίας πρέπει να ταυτοποιείται, μαζί με όλα τα παρεπόμενα δικαιώματα (π.χ. η τεχνογνωσία που αντιστοιχεί σε ένα δίπλωμα ευρεσιτεχνίας). Ο τύπος της σύμβασης πρέπει να προβλέπεται ρητώς (αποκλειστική, μη-αποκλειστική). Τέλος, πρέπει να ορίζεται το γεωγραφικό εύρος της άδειας (πού δικαιούται ο κάτοχος της άδειας να εκμεταλλεύεται την διανοητική ιδιοκτησία), καθώς και τα προϊόντα και υπηρεσίες για τα οποία χορηγείται η άδεια.

Για τα σήματα ιδίως, ο δικαιούχος του σήματος πρέπει να διασφαλίζει για τον εαυτό του δικαίωμα να ελέγχει την τήρηση κάποιων προδιαγραφών ποιότητας από τον δικαιούχο, καθώς υπάρχει κίνδυνος να δυσφημιστεί το σήμα του, αν ο κάτοχος της άδειας δεν κάνει καλή χρήση. Συνήθεις σχετικές ρήτρες περιλαμβάνουν το δικαίωμα του δικαιούχο να επιθεωρεί τις εγκαταστάσεις του κατόχου της άδειας και το δικαίωμα να λαμβάνει δείγματα από τα τελικά προϊόντα.⁴⁸⁷

Για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν νέες μορφές αξιοποίησης όπως το ανοιχτό λογισμικό και οι άδειες “creative commons”. Απόρροια της εξέλιξης του

487 The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Licence Agreements* (<http://www.iprhelpdesk.eu/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Licence-Agreements>)

διαδικτύου, το ανοιχτό λογισμικό διέπεται από τη φιλοσοφία της ελεύθερης κυκλοφορίας, όχι απαραίτητα για να χρησιμοποιείται δωρεάν (παρέχεται τόσο δωρεάν, όσο και έναντι αμοιβής), αλλά για να εξελίσσεται ελεύθερα. Μέσα από μια ποικιλία συμβάσεων μεταξύ δικαιούχου και χρήστη, καθίσταται δυνατή η ελεύθερη πρόσβαση και χρήση του πηγαίου κώδικα ενός προγράμματος η/υ, ώστε ο χρήστης να το προσαρμόζει στις ανάγκες του και να το εξελίξει με τη δημιουργία νέων πρωτότυπων προγραμμάτων, τα οποία είναι παράγωγα έργα του αρχικού προγράμματος. Τα βασικότερα είδη αδειών λογισμικού ανοιχτού κώδικα είναι τα εξής: η *G.N.U. Public Licence* (GPL), που εξασφαλίζει ελεύθερη πρόσβαση στο λογισμικό (για τον χρήστη) και σε όλα τα παράγωγα λογισμικά που έχουν αναπτυχθεί χάρη στη χρήση του λογισμικού, ή έστω και ενός μικρού μέρους του (δηλαδή, ο χρήστης - δημιουργός του παραγώγου - πρέπει να το διαθέτει και εκείνος ως ανοιχτού κώδικα)· η *Mozilla Public Licence* (M.P.L.), που επιτρέπει στο χρήστη να διαθέτει με τους δικούς του όρους τα παράγωγα λογισμικά που έχει δημιουργήσει (δηλαδή, ακόμα και με κλειστές άδειες), ενώ υποχρεούται να διαθέτει ελεύθερα τον πηγαίο κώδικα του αρχικού λογισμικού· η *Open Software Licence* (O.S.L.), χαρακτηριστική για την πληρότητα της, καθώς πέραν από την πνευματική ιδιοκτησίας καλύπτει και ζητήματα δικαίου ευρεσιτεχνίας και σημάτων.⁴⁸⁸

Οι άδειες “creative commons” θεσπίζουν ένα εναλλακτικό μοντέλο διάδοσης των έργων και παρέχουν στο δημιουργό την ευχέρεια να επιλέξει τις ελευθερίες που θα παράσχει στο χρήστη μέσα από έξι τύπους αδειών: άδεια αναφοράς του ονόματος του δημιουργού, που επιτρέπει στο χρήστη να αναπαράγει, να διαδίδει, να τροποποιεί το έργο ακόμη και για εμπορικούς σκοπούς, υπό την προϋπόθεση ότι θα αναφέρει πάντοτε το όνομα του αρχικού δημιουργού· άδεια που προβλέπει υποχρέωση αναφοράς του ονόματος του δημιουργού και την υποχρέωση διανομής του παράγωγου έργου που δημιουργείται από το χρήστη με τους ίδιους όρους υπό τους οποίους απέκτησε ο χρήστης το δικαίωμα χρήσης (με την ίδια άδεια “creative commons”)· άδεια που προβλέπει την υποχρεωτική αναφορά του ονόματος του δημιουργού από το χρήστη, ο οποίος μπορεί να αναπαράγει και να διαδίδει το έργο ακόμη και για εμπορική χρήση, αλλά απαγορεύει τη δημιουργία παράγωγου έργου· άδεια που προβλέπει δυνατότητα αναπαραγωγής, διάδοσης, παρουσίασης και δημιουργίας παράγωγου έργου με υποχρεωτική αναφορά στο όνομα του αρχικού δημιουργού, ενώ παράλληλα απαγορεύει την εμπορική χρήση του έργου ή παράγωγων που προκύπτουν, χωρίς να επιβάλλει υποχρέωση διάθεσης του παράγωγου έργου με τους ίδιους όρους που απέκτησε το έργο ο χρήστης· άδεια που προβλέπει την υποχρεωτική αναφορά του ονόματος του δημιουργού, την απαγόρευση εμπορικής χρήσης και την υποχρέωση διάθεσης του παράγωγου έργου με τους όρους της ίδιας άδειας “creative commons”· άδεια που προβλέπει την υποχρέωση αναφοράς του ονόματος του δημιουργού, τη δυνατότητα αναπαραγωγής, διάθεσης και παρουσίασης του έργου αποκλειστικά για μη εμπορική χρήση και την απαγόρευση δημιουργίας παράγωγου έργου.⁴⁸⁹

488 Τ.-Ε. Συνοδινού, 2008, *Πνευματική Ιδιοκτησία & Νέες Τεχνολογίες: η σχέση χρήστη – δημιουργού*, Εκδόσεις Σάκκουλα, σελ. 319-327

489 Τ.-Ε. Συνοδινού, 2008, *Πνευματική Ιδιοκτησία & Νέες Τεχνολογίες: η σχέση χρήστη – δημιουργού*, Εκδόσεις Σάκκουλα, σελ. 329-330

Δικαιοχρήση (franchise): πρόκειται για ιδιαίτερο είδος χορήγησης άδειας, που επιτρέπει την αναπαραγωγή της επιχειρηματικής ιδέας του δικαιοπαρόχου σε μια άλλη τοποθεσία, με την παροχή διαρκούς υποστήριξης και εκπαίδευσης στον λήπτη της άδειας (δικαιοδόχο). Η δικαιοχρήση συνδέεται έμφυτα με την διανοητική ιδιοκτησία, μέσω της χορήγησης αδειών χρήσης δικαιωμάτων και τεχνογνωσίας. Μπορεί να είναι αμοιβαία επωφελής και για τα δύο μέρη, καθώς επιτρέπει στον δικαιοπάροχο να επεκτείνει την επιχείρησή του, δίχως να χρειάζεται μεγάλη επένδυση, ενώ ο δικαιοδόχος εισέρχεται πιο εύκολα σε μια αγορά, στηρίζοντας την επιχείρησή του σε μια ήδη εδραιωμένη μάρκα και/ή ένα αποδεδειγμένα επιτυχημένο επιχειρηματικό μοντέλο.

Η δικαιοχρήση συνεπάγεται μικρότερο κόστος και χαμηλότερο κίνδυνο και για τα δύο μέρη, εξασφαλίζοντας στην επιχείρηση μεγαλύτερες πιθανότητες επιβίωσης κατά τα πρώτα έτη λειτουργίας της. Στην Ευρώπη διέπεται από τον Ευρωπαϊκό Κώδικα Δεοντολογίας για τη Δικαιοχρήση (θεσπίστηκε το 1972 από την Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Δικαιοχρήσης), ο οποίος θεσπίζει οδηγίες και αρχές τόσο για τον δικαιοπάροχο όσο και για τον δικαιοδόχο. Εντούτοις, οι εθνικές νομοθεσίες των κρατών-μελών δεν είναι εναρμονισμένες σε αυτόν τον τομέα, γεγονός που συνεπάγεται, ότι μια διεθνής σύμβαση δικαιοχρήσης αντιμετωπίζει τον κίνδυνο να μην διέπεται από ενιαίο νομικό καθεστώς.⁴⁹⁰

Πριν από τη σύναψη μια σύμβασης δικαιοχρήσης, τα μέρη θα πρέπει να προσέξουν τα εξής:

- *Μελέτη σκοπιμότητας:* οι δικαιοπάροχοι θα πρέπει να εκπονήσουν μελέτη σκοπιμότητας, ώστε να αποκτήσουν μια γενική εικόνα και να προγραμματίσουν τα επόμενα βήματα τους.
- *Πιλοτική λειτουργία:* θα πρέπει να υπάρξει μια δοκιμαστική λειτουργία στην ίδια ή παρόμοια αγορά με αυτήν όπου σκοπεύουν να χορηγήσουν άδεια, ώστε να εξετάσουν τα διαδικαστικά ζητήματα του επιχειρηματικού τους μοντέλου και να εντοπίσουν τυχόν ελαττώματα. Η επιχειρηματική μονάδα συνιστάται να βρίσκεται υπό τη διαχείριση του προσωπικού του δικαιοπαρόχου ή ενός πιλοτικού δικαιοδόχου.
- *Οι όροι της σύμβασης* είναι παρόμοιοι με αυτούς της χορήγησης άδειας χρήσης. Η σύμβαση δικαιοχρήσης θα πρέπει να συμμορφώνεται με τον Ευρωπαϊκό Κώδικα Δεοντολογίας για τη Δικαιοχρήση, και να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στους όρους παραχώρησης των αγαθών ή υπηρεσιών στο δικαιοδόχο κατά τη διάρκεια της σύμβασης.

Χρειάζεται καλή διαφημιστική εκστρατεία για την προώθηση του δικτύου καταστημάτων με δικαιοχρήση. Οι δικαιοδόχοι πρέπει να επιλέγονται με συγκεκριμένα κριτήρια. Ο δικαιοπάροχος θα πρέπει να ενημερώνει εκτενώς τον δικαιοδόχο για το δίκτυο καταστημάτων, τα σχετικά δικαιώματα διανοητικής

⁴⁹⁰ The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Franchising* (<https://iprhelphdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Franchising.pdf>)

ιδιοκτησίας και τις οικονομικές του καταστάσεις. Επιπλέον, χρειάζεται προετοιμασία με τη διενέργεια ελέγχων δέουσας επιμέλειας για την εξακρίβωση της σχετικής διανοητικής ιδιοκτησίας, χρηματοοικονομικές και επιχειρηματικές πληροφορίες για τον δικαιοπάροχο, την επάρκεια των αγαθών και των υπηρεσιών, καθώς και την εκπαίδευση και υποστήριξη που θα παρέχει ο δικαιοπάροχος.

Κοινοπραξία: πρόκειται για μορφή ένωσης μεταξύ δύο ή περισσότερων ανεξάρτητων επιχειρήσεων/οντοτήτων (μέλη της κοινοπραξίας), για την από κοινού ανάληψη ενός έργου ή την επίτευξη ενός στόχου. Συγκεκριμένα, τα μέλη της κοινοπραξίας μοιράζονται τους κινδύνους και συνεισφέρουν καθένας το διανοητικό του κεφάλαιο για την διενέργεια τεχνολογικής έρευνας και την ανάπτυξη, παραγωγή, μάρκετινγκ και εμπορευματοποίηση. Καθώς η διανοητική ιδιοκτησία, που προσφέρει κάθε μέλος, αποτελεί το κύριο κίνητρο για τη συνεργασία μεταξύ τους, είναι καίριας σημασίας τα μέλη της κοινοπραξίας να καθορίζουν σαφώς το ιδιοκτησιακό καθεστώς της παράγωγης διανοητικής ιδιοκτησίας που θα προκύψει από την κοινοπραξία και τα δικαιώματα των μελών επ' αυτής. Χρειάζεται επίσης να έχουν συμφωνήσει για την αρχική συνεισφορά κάθε μέλους και τις αντίστοιχες ευθύνες και υποχρεώσεις του. Πρέπει να υπάρχουν σαφείς όροι για την είσοδο και την αποχώρηση ενός μέλους από την κοινοπραξία, καθώς και για την περίπτωση που ένα μέλος πτωχεύσει. Η δομή διοίκησης της κοινοπραξίας είναι σημαντικό να συμφωνείται εξ αρχής, και συνιστάται να υπάρχει μια επιτροπή με αποκλειστική αρμοδιότητα την διαχείριση της διανοητικής ιδιοκτησίας. Να προβλέπονται δικαιώματα καταγγελίας για τη διανοητική ιδιοκτησία και τα συγγενικά δικαιώματα σε περίπτωση λήξης της κοινοπραξίας, και ασφαλιστικές ρήτρες.

Ο τρόπος που ορίζονται τα ανωτέρω είναι είτε δια *ειδικής σύμβασης* σε περίπτωση κοινοπραξίας χωρίς νομική προσωπικότητα, είτε δια συμφωνίας *σύστασης κοινής επιχείρησης* που ιδρύει μια νέα νομική οντότητα. Η πρώτη μορφή χρησιμοποιείται κυρίως σε βραχυπρόθεσμες συνεργασίες με περιορισμένο πεδίο εφαρμογής, ενώ η σύσταση ανεξάρτητης οντότητας αρμόζει κατά κανόνα σε μακροπρόθεσμες συνεργασίες αόριστης διάρκειας με μεγαλύτερο πεδίο δραστηριότητας.

Η επιλογή της κοινοπραξίας για την εμπορευματοποίηση της διανοητικής ιδιοκτησίας έχει τα εξής πλεονεκτήματα: δίνει την ευκαιρία στα μέλη της κοινοπραξίας να εκμεταλλευτούν και να μοιραστούν τα διανοητικά περιουσιακά τους στοιχεία δίχως μεγάλη οικονομική επιβάρυνση· επιτρέπει στις εταιρείες να μπουν σε νέες αγορές διαμοιράζοντας τους κινδύνους· δημιουργεί την δυνατότητα σε καθένα μέλος να χρησιμοποιήσει την τεχνολογία και τις εφευρέσεις που έχουν δημιουργήσει τα άλλα μέλη· καθιστά δυνατή την ανάπτυξη νέας διανοητικής ιδιοκτησίας με μικρότερη επένδυση πόρων· επιτρέπει την αξιοποίηση των αχρησιμοποίητων διανοητικών περιουσιακών στοιχείων.

Ωστόσο, τα μέρη πρέπει να λαμβάνουν υπόψη ότι η συνεργασία διαφορετικών κουλτουρών διαχείρισης της διανοητικής ιδιοκτησίας ενδέχεται να είναι δύσκολη. Επίσης, είναι πιθανό να υπάρχει ανισορροπία στην εξειδίκευση, την συνεισφερόμενη διανοητική ιδιοκτησία και στα επενδυόμενα κεφάλαια.

Τα μέρη πρέπει να ορίζουν στη σύμβαση τον τύπο και το εύρος πρόσβασης που θα έχουν τα άλλα μέλη της κοινοπραξίας στην εισφερόμενη διανοητική τους ιδιοκτησία. Επίσης, το ιδιοκτησιακό καθεστώς της παράγωγης διανοητικής ιδιοκτησίας που θα προκύψει από το κοινό έργο, και ο βαθμός πρόσβασης σε αυτή, θα πρέπει να ορίζεται πριν αρχίσει η συνεργασία, όπως και ο τρόπος καταβολής των τελών κατοχύρωσης και διατήρησης της.

Όσον αφορά τα είδη δικαιωμάτων, συνήθως τις κοινοπραξίες απασχολούν τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, τα σήματα και το βιομηχανικό απόρρητο. Για τις εφευρέσεις ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δίνεται, ώστε κάθε μέλος να εμποδίσει οποιαδήποτε διαρροή πληροφοριών στο κοινό, προτού η κοινή εφεύρεση κατοχυρωθεί με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Τέτοια διαρροή θα καταστήσει αδύνατη την κατοχύρωση, λόγω της απώλειας του νέου και του εφευρετικού χαρακτήρα της εφεύρεσης. Τα μέλη πρέπει να ερευνούν και να ανταλλάσσουν πληροφορίες, για να εντοπίσουν κάθε προηγούμενη εφεύρεση που υπάρχει και θα μπορούσε να σταθεί εμπόδιο στην κατοχύρωση της κοινής εφεύρεσης με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας.

Για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, τα δικαιώματα χρήσης και διαμοιρασμού των προστατευόμενων έργων θα πρέπει να καθοριστούν σαφώς από τα μέλη πριν από τη συνεργασία. Για τα σήματα, οι όροι χορήγησης άδειας και οι γεωγραφικοί περιορισμοί, καθώς και τα δικαιώματα καταγγελίας θα πρέπει να προβλέπονται ειδικώς. Τα μέλη πρέπει να συμφωνήσουν για τον περιορισμό της χρήσης του σήματος σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή ή για ένα συγκεκριμένο είδος προϊόντων, για την περίοδο αφότου λήξει η κοινοπραξία. Όσον αφορά στα βιομηχανικά απόρρητα, θα πρέπει να λάβουν κάθε δυνατό προστατευτικό μέτρο για να προστατεύσουν αυτές τις πληροφορίες.

Ο κύκλος ζωής μιας κοινοπραξίας διακρίνεται σε *προσυμβατικό στάδιο*, *συμβατικό στάδιο*, *στάδιο εφαρμογής και λήξης*.⁴⁹¹ Στο προσυμβατικό στάδιο, κάθε μέλος πρέπει να έχει κατοχυρώσει κατάλληλα την διανοητική ιδιοκτησία που συνεισφέρει. Τα μέλη θα πρέπει να υπογράψουν συμφωνία τήρησης απορρήτου πριν αποκαλύψουν μεταξύ τους απόρρητες πληροφορίες. Είναι θεμιτό να διενεργείται έλεγχος δέουσας επιμέλειας στην διανοητική ιδιοκτησία κάθε μέλους, ώστε να καθορίζεται η συνεισφορά του και να επιβεβαιώνεται αντίστοιχα αν αυτή καλύπτει το απαιτούμενο τεχνολογικό πεδίο και τη γεωγραφική περιοχή. Προσοχή πρέπει να δίνεται στο δίκαιο ανταγωνισμού, διότι αν η κοινοπραξία κριθεί ότι έχει σκοπό τον περιορισμό του ανταγωνισμού (π.χ. συνιστά αθέμιτη σύμπραξη), δύναται να διαλυθεί από τις αρμόδιες αρχές.

491 The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Joint Ventures* (<http://www.iprhelphdesk.eu/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Joint-Ventures>)

Κατά το συμβατικό στάδιο, τα μέλη πρέπει να συμφωνούν αν η εισφερόμενη διανοητική ιδιοκτησία θα παραχωρείται με εκχώρηση ή με χορήγηση άδειας στα άλλα μέλη για την εφαρμογή του έργου. Κατά κανόνα, επιλέγεται η χορήγηση άδειας, ώστε ο δικαιούχος-μέλος να διατηρεί τον έλεγχο του δικαιώματος του. Επίσης, πρέπει να αρχίζει η διαπραγμάτευση για το ιδιοκτησιακό καθεστώς της παράγωγης διανοητικής ιδιοκτησίας και να αποφασίσουν αν θα προβλέπουν συγκυριότητα στην συμφωνία κοινοπραξίας, ή θα αποφασίζουν κατά περίπτωση με ξεχωριστές συμφωνίες κοινοπραξίας.

Κατά το στάδιο εφαρμογής, τα μέλη πρέπει να συμφωνήσουν ποιος θα έχει την κυριότητα και ποιος την εκμετάλλευση της διανοητικής ιδιοκτησίας. Κατ' αρχήν, οι νομοθεσίες προβλέπουν ότι τα δικαιώματα στην προκύπτουσα διανοητική ιδιοκτησία ανήκουν στον εφευρέτη της. Ωστόσο, συνήθως δεν είναι εύκολο να εξακριβωθεί η ακριβής συνεισφορά κάθε μέλους στην παράγωγή διανοητική ιδιοκτησία, για αυτό μια συμφωνία συνιδιοκτησίας θα πρέπει να ορίζει το ποσοστό κάθε μέλους και τους επιτρεπόμενους τρόπους αξιοποίησης. Επίσης, πρέπει να αποφασίσουν σε ποιον ανήκουν οι βελτιώσεις που έγιναν σε μια από τις συνεισφερόμενες διανοητικές ιδιοκτησίες. Συνήθως τις βελτιώσεις διεκδικεί και εξασφαλίζει το μέλος που συνεισέφερε την αρχική ιδιοκτησία. Τέλος, αν η κοινοπραξία ως σύνολο δεν επιδοθεί στην εκμετάλλευση της προκύπτουσας διανοητικής ιδιοκτησίας, μπορεί να το κάνει κάθε μέλος ανεξάρτητα. Είναι δυνατό να παραχωρήσουν δικαιώματα πρόσβασης στην προκύπτουσα διανοητική ιδιοκτησία, καθώς και στη συνεισφερόμενη από αυτούς, σε τρίτα μέρη.

Στη λήξη της κοινοπραξίας, τα μέλη πρέπει να συμφωνήσουν ακριβώς τους όρους για την λήξη της κοινοπραξίας ή την πιθανή αποχώρηση μέλους. Τέλος, πρέπει να συμφωνήσουν τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν για την καταγγελία των τυχόν δικαιωμάτων πρόσβασης, όπως οι χορηγηθείσες άδειες χρήσης μεταξύ των μελών.

Εταιρεία τεχνοβλαστός (spin-off): πρόκειται για νομικές οντότητες που δημιουργούνται από έναν μητρικό οργανισμό για να προωθήσουν τα διανοητικά περιουσιακά στοιχεία του στην αγορά. Είναι μια αποδοτική λύση για τους μητρικούς οργανισμούς που ενδέχεται να μην έχουν τις εμπορικές ικανότητες να εμπορευματοποιήσουν την διανοητική τους ιδιοκτησία, όπως τα πανεπιστήμια και τα ερευνητικά ιδρύματα. Συνιστούν ένα σημαντικό μέσο μεταφοράς τεχνολογίας, καθώς δρουν ως διαμεσολαβητές μεταξύ του ερευνητικού περιβάλλοντος και της βιομηχανίας, και μετατρέπουν τα αποτελέσματα έρευνας σε εμπορικά αξιοποιήσιμα προϊόντα.

Χάρη στους τεχνοβλαστούς οι ερευνητικοί οργανισμοί μπορούν να εστιάζουν στην έρευνα, που είναι το κύριο έργο τους, αντί για το μάρκετινγκ που είναι κυρίως έργο των εμπορικών εταιρειών, όπως οι τεχνοβλαστοί.

Οι εταιρείες τεχνοβλαστοί διακρίνονται σε δύο τύπους, ανάλογα με τον τρόπο δημιουργίας τους. Πρώτον, οι *τεχνοβλαστοί με απόσπαση*. Ο τεχνοβλαστός δημιουργείται με απόσπαση από την δομή του μητρικού οργανισμού. Ο μητρικός οργανισμός συνεισφέρει οικονομικό, ανθρώπινο και διανοητικό κεφάλαιο, καθώς σκοπός δημιουργίας του τεχνοβλαστού είναι να εκμεταλλευτεί την διανοητική ιδιοκτησία του. Η διανοητική ιδιοκτησία παρέχεται στον τεχνοβλαστό με εκχώρηση, με όλους τους συνεπαγόμενους κινδύνους και υποχρεώσεις. Μια πιθανή μείωση της αξίας της διανοητικής ιδιοκτησίας έχει άμεσες συνέπειες στην ύπαρξη του τεχνοβλαστού, καθώς αυτή αποτελεί τμήμα του εταιρικού του κεφαλαίου.

Ο άλλος τύπος τεχνοβλαστού είναι αυτός που δημιουργείται από πρόσωπα τρίτα προς τον μητρικό οργανισμό, για την εκμετάλλευση της διανοητικής ιδιοκτησίας που δημιουργείται από τον τελευταίο. Ιδιοκτήτης του τεχνοβλαστού είναι ένας εξωτερικός επενδυτής που θέλει να εκμεταλλευτεί τις εμπορικές προοπτικές της συγκεκριμένης δημιουργίας. Οπότε η χρήση της διανοητικής ιδιοκτησίας γίνεται με χορήγηση άδειας, προκειμένου ο μητρικός οργανισμός να διατηρήσει τον έλεγχο της. Πιθανή μείωση της αξίας της διανοητικής ιδιοκτησίας δεν θέτει σε κίνδυνο την ύπαρξη του τεχνοβλαστού, απλά προκαλεί μείωση στα έσοδα.

Κάθε επενδυτής θα πρέπει να διεξάγει έλεγχο δέουσας επιμέλειας προτού επενδύσει στην διανοητική ιδιοκτησία, ώστε να βεβαιωθεί για τον ιδιοκτήτη της διανοητικής ιδιοκτησίας και τυχόν βάρη που υπάρχουν επ' αυτής. Καθοριστικό για την επιτυχία του τεχνοβλαστού είναι ο μητρικός οργανισμός να υπογράψει συμφωνίες τήρησης απορρήτου με τους επενδυτές, για να προστατεύσει κάθε εμπιστευτικό στοιχείο της διανοητικής ιδιοκτησίας που μεταφέρεται. Επίσης, οι συμβάσεις εργασίας πρέπει να καθορίζουν το ιδιοκτησιακό καθεστώς της διανοητικής ιδιοκτησίας που δημιουργείται από εργαζομένους και ερευνητές για την εταιρεία.⁴⁹²

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 3^{ου} ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Τ.-Ε. Συνοδινού, 2008, *Πνευματική Ιδιοκτησία & Νέες Τεχνολογίες: η σχέση χρήστη – δημιουργού*, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα - Θεσσαλονίκη

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Assignment agreements* (<http://www.iprhelpdesk.eu/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Assignment-Agreements>)

⁴⁹² The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Spin-offs* (<http://www.iprhelpdesk.eu/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Spin-offs>)

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Franchising* (<https://iprhelpdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Franchising.pdf>)

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Joint Ventures* (<http://www.iprhelpdesk.eu/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Joint-Ventures>)

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Licence Agreements* (<http://www.iprhelpdesk.eu/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Licence-Agreements>)

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Spin-offs* (<http://www.iprhelpdesk.eu/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Spin-offs>)

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, *Your Guide to IP Commercialisation* (<https://www.iprhelpdesk.eu/sites/default/files/documents/EU-IPR-Guide-Commercialisation.pdf>)

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλιογραφία

- Λ. Κοτσίρης, 2017, *Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας και κοινοτικό κεκτημένο*, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη
- Λ. Κοτσίρης, 2018, *Ευρωπαϊκό Εμπορικό Δίκαιο*, Έκδοση 3η, Εκδόσεις Σάκκουλα Αθήνα – Θεσσαλονίκη
- Ν. Ρόκας, 2011, *Βιομηχανική Ιδιοκτησία*, 2η Έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη
- Τ.-Ε. Συνοδινού, 2008, *Πνευματική Ιδιοκτησία & Νέες Τεχνολογίες: η σχέση χρήστη – δημιουργού*, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη
- C. M. Christensen, 1997, *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*, Harvard Business School Press, Boston, MA
- R. H. Hayes, S. C. Wheelright, K. B. Clark, 1988, *Dynamic manufacturing: Creating the learning organization*, New York: The Free Press
- T. Dreier, P. B. Hugenholtz, 2016, *Concise European Copyright Law*, Wolters Kluwer
- P. B. Hugenholtz, 2009-8, *A legal novelty at the time, "SatCab Revisited: The Past, Present and Future of the Satellite and Cable Directive"*, IRIS plus
- J. Mohr, S. Sengupta, S. Slater, 2010, *Marketing of High Technology Products and Innovations*, 3rd Edition, Pearson Education Inc
- E. B. Roberts and A. R. Fushfield, 1981, *Staffing the innovative technology-based organisation*, Sloan Management Review, Spring
- S. Schroff & J. Street, 2018, *The politics of the Digital Single Market: culture vs. competition vs. copyright*, Information, Communication & Society, 21:10
- M. A. Schilling, 2013, *Strategic Management of Technological Innovation*, 4th Edition, McGraw-Hill
- I. Stamatoudi, Paul Torremans, 2014, *EU Copyright Law: A Commentary*, Edward Edgar Publishing Limited
- Karin Tollin and A. Caru, 2008, *Strategic Market Creation: a new perspective on marketing and innovation management*, John Wiley & Sons
- P. Trott, 2005, *Innovation Management and New Product Development*, 3rd Edition, Pearson Education Limited
- T. L. Wheelen, J. David Hunger, A. N. Hoffman, and C. E. Bamford, 2018, *Concepts in Strategic Management and Business Policy: GLOBALIZATION, INNOVATION, AND SUSTAINABILITY*, Pearson Education Limited

Διαδικτυακές πηγές - Αρθρογραφία – Έρευνες

Έκθεση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και στην Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή σχετικά με την εφαρμογή και τα αποτελέσματα της Οδηγίας 91/250/ΕΟΚ για τη νομική προστασία των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών, 10.04.2000 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52000DC0199&from=EL>)

Έκθεση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο και την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή σχετικά με την εφαρμογή και τα αποτελέσματα της Οδηγίας για το δικαίωμα παρακολούθησης (2001/84/EC), 14.12.2011, (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0878&from=EN>)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Βασικές ερωτήσεις (<https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/cd-general-questions>)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Ορισμός σχεδίου και υποδείγματος (<https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/design-definition>)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Συχνές ερωτήσεις για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας (<https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/web/observatory/faqs-on-copyright-el#1>)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Ορισμός σήματος (<https://euipo.europa.eu/ohimportal/el/trade-mark-definition>)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας Ηνωμένου Βασιλείου, *Collective Rights Management in the Digital Single Market*, 2015, Crown copyright (https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/467778/Collective_rights_management.pdf)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Γραφείου Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας, *Official Journal of the European Patent Office*, 22.12.1980 (http://archive.epo.org/epo/pubs/oj1980/p393_440.pdf)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Γραφείου Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας, *Unitary Patent & Unified Patent Court* (<https://www.epo.org/law-practice/unitary.html>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Γεωγραφικές ενδείξεις (https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/geographical-indications/index_el.htm)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Διπλώματα ευρεσιτεχνίας (https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/patents/index_el.htm)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Επισκόπηση της ευρωπαϊκής πολιτικής οίνου (https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/plants-and-plant-products/plant-products/wine_el#overview)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Κανονισμοί, οδηγίες και άλλες νομοθετικές πράξεις (https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts_el)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Evaluation of EU legislation on design protection*, April 2019 (<https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/1846-Evaluation-of-EU-legislation-on-design-protection/public-consultation>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Geographical Indications – a European treasure worth €75 billion*, 20.04.2020 (https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_683)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Geographical indications for non-agricultural products* (https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/intellectual-property/geographical-indications/non-agricultural-products_en)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Quality schemes explained* (https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained_en)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *Commission Staff Working Document: Evaluation of the Council Directive 93/83/EEC on the coordination of certain rules concerning copyright and rights related to copyright applicable to satellite broadcasting and cable retransmission*, 14.09.2016

(<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/evaluation-council-directive-9383eec-coordination-certain-rules-concerning-copyright-and-rights>)

Επίσημη ιστοσελίδα της της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Europe Economics for DG Internal Market & Services, 06.06.2016, *The Economic Review of Industrial Design in Europe*

(https://ec.europa.eu/growth/content/economic-review-industrial-design-europe-0_en)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *Full report on the public consultation on the review of the EU Satellite and Cable Directive*, 04.05.2016 (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/full-report-public-consultation-review-eu-satellite-and-cable-directive>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *Staff working document and executive summary on the evaluation of the Directive 96/9/EC on the legal protection of databases*, 25.04.2018

(<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/staff-working-document-and-executive-summary-evaluation-directive-969ec-legal-protection>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *Study on the Satellite and Cable Directive*, 30.06.2016

(<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/study-satellite-and-cable-directive>)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, *Intellectual, industrial and commercial property*

(<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/36/intellectual-industrial-and-commercial-property>)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, *Review of the EU copyright framework: European Implementation Assessment*, October 2015, European Parliament Research Service

([https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/558762/EPRS_STU\(2015\)558762_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/558762/EPRS_STU(2015)558762_EN.pdf))

Επίσημη Ιστοσελίδα του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών, *Λίστα των Λιγότερο Ανεπτυγμένων Κρατών*, Δεκέμβριος 2018 (<https://www.un.org/development/desa/dpad/least-developed-country-category/ldcs-at-a-glance.html>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *The 45 Adopted Recommendations under the WIPO Development Agenda*

(<https://www.wipo.int/ip-development/en/agenda/recommendations.html>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Contracting Parties at WIPO Copyright Treaty* (https://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=16)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Contracting Parties to WIPO Performances and Phonograms Treaty* (https://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=20)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Guide to the International Registration of Marks under the Madrid Agreement and the Madrid Protocol*, 2019

(<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4440&plang=EN>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Hague Yearly Review 2020 – Executive Summary* (https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_930_2020_exec_summary.pdf)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Industrial Designs: What is an industrial design* (<https://www.wipo.int/designs/en/>)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the Beijing Treaty on Audiovisual Performances* (2012) (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/beijing/summary_beijing.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the Hague Agreement Concerning the International Registration of Industrial Designs* (1925) (https://www.wipo.int/treaties/en/registration/hague/summary_hague.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks* (1891) and the Protocol Relating to that Agreement (1989) (https://www.wipo.int/treaties/en/registration/madrid/summary_madrid_marks.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the Marrakesh Treaty to Facilitate Access to Published Works for Persons Who Are Blind, Visually Impaired, or Otherwise Print Disabled* (MVT) (2013) (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/marrakesh/summary_marrakesh.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property* (1883) (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/summary_paris.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the WIPO Performances and Phonograms Treaty (WPPT)* (1996) (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/wppt/summary_wppt.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the Rome Convention for the Protection of Performers, Producers of Phonograms and Broadcasting Organisations* (1961) (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/rome/summary_rome.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *Summary of the WIPO Copyright Treaty (WCT)* (1996) (https://www.wipo.int/treaties/en/ip/wct/summary_wct.html)

Επίσημη Ιστοσελίδα της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας, *WIPO's Strategic Goals* (<https://www.wipo.int/about-wipo/en/goals.html>)

Επίσημη Ιστοσελίδα του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου, *Overview: the TRIPS Agreement* (https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/intel2_e.htm)

P. Barwise, 1997, *Brands in a digital world*, *Journal of Brand Management*, 4

Coelho Ribiero e Associados, 6.11.2017, *The new EU Trade Mark Regulation since October of 2017*, LEXOLOGY (<https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=9a4e71a8-a9b8-4c54-aaab-95f13aae0637>)

De Wolf & Partners, *Study on the application of Directive 2001/29/EC on copyright and related rights in the information society (the "Infosoc Directive")* (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9ebb5084-ea89-4b3e-bda2-33816f11425b>)

D. Dougherty, 1992, *A practice-centered model of organizational renewal through product innovation*, *Strategic Management Journal*, v. 13

eAmbrosia – the EU geographical indications register (<https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>)

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, *Bulletin No 8* (March 2013) (https://www.iprhelpdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/IPR_Bulletin_No8_0.pdf)

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Assignment agreements* (<http://www.iprhelpdesk.eu/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Assignment-Agreements>)

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Franchising* (<https://iprhelpdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Franchising.pdf>)

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Joint Ventures* (<http://www.iprhelpdesk.eu/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Joint-Ventures>)

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Licence Agreements* (<http://www.iprhelpdesk.eu/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Licence-Agreements>)

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, Fact Sheet *Commercialising Intellectual Property: Spin-offs* (<http://www.iprhelpdesk.eu/Fact-Sheet-Commercialising-IP-Spin-offs>)

The European Intellectual Property Rights Helpdesk, *Your Guide to IP Commercialisation* (<https://www.iprhelpdesk.eu/sites/default/files/documents/EU-IPR-Guide-Commercialisation.pdf>)

The European Orphan Works Directive – an EIFL Guide, August 2014
(https://www.eifl.net/resources/european-orphan-works-directive-eifl-guide#orphanwork_problem)

European Patents - The Basics, Mewburn Ellis (<https://www.mewburn.com/law-practice-library/european-patents-the-basics>)

B. Fishley, 20.03.2018, *Impact of the EU Trade Secrets Directive on M&A Transactions*, LEXOLOGY
(<https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=cc856ac4-1292-4bd2-826b-d1587a94d8c7>)

R. H. Hayes, S. C. Wheelright, K. B. Clark, 1988, *Dynamic manufacturing: Creating the learning organization*, New York: The Free Press

E. Hunsaker, 10.12.2018, *Mechanistic vs. Organic Organizational Structure*, Bizfluent
(<https://bizfluent.com/facts-7642894-mechanistic-vs-organic-organizational-structure.html>)

P. Kamocki, *Orphan Works*, Common Language Resources and Technology Infrastructure
(<https://www.clarin.eu/content/clc-orphan-works>)

Madrid system (https://en.wikipedia.org/wiki/Madrid_system#Members)

D. Marschollek, January 2016, *EU trade mark law reforms: 10 things to know*, Norton Rose Fullbright
(<https://www.nortonrosefulbright.com/en/knowledge/publications/1ee50866/eu-trade-mark-law-reforms>)

J. G. Morone, 1993, *Technology and Competitive Advantage—the Role of General Management*, Research-Technology Management, Vol. 36, No. 2

Nonaka I., Kenney M., 1991, *Towards a new theory of innovation management: A case study comparing Canon, Inc. and Apple Computer, Inc.*, Journal of Engineering and Technology Management, 8, Elsevier
(<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.489.3492&rep=rep1&type=pdf>)

Eduardo de Oliveira Teixeira, W. B. Werther Jr., 2013, *Resilience: Continuous renewal of competitive advantages*, Business Horizons, 56

- T. Peters, 1997, *The Circle of Innovation: You Can't Shrink Your Way to Greatness*, Vintage Books
- M. E. Porter, 1985, *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, NY: Free Press
- M. E. Porter, 2008, *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*, Harvard Business Review
- Report from the Commission on the Application of Directive 2004/48/EC of the European Parliament and the Council of 29 April 2004 on the enforcement of intellectual property rights*, 22.12.2010 (<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0779:FIN:EN:PDF>)
- A. H. Rubenstein, A. K. Chakrabarti, R. D. O'Keefe, W. E. Souder & H. C. Young, 1976, *Factors Influencing Innovation Success at the Project Level*, Research Management, 19:3
- J. A. Schumpeter, 1934, *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*, Harvard Economic Studies, Vol. 46, Harvard College, Cambridge, MA
- R.A.F. Seaton, M. Cordey-Hayes, January 1993, *The development and application of interactive models of industrial technology transfer*, Technovation, v. 13
- N. Slack, M. A. Lewis, H. Bates, 2004, *The two worlds of operations management research and practice: Can they meet, should they meet?*, International Journal of Operations & Production Management, 24(4)
- Smartcopying, *Technological Protection Measures* (<https://www.smartcopying.edu.au/information-sheets/tafe/technological-protection-measures/technological-protection-measures-2018>)
- Unitary patent (https://en.wikipedia.org/wiki/Unitary_patent)
- G. Verona, 1999, *A Resource-Based View of Product Development*, The Academy of Management Review, v. 24
- I. Whitfield, 23.09.2019, *Hague System Applications Are Becoming More Popular*, Reddie & Grose (<https://www.reddie.co.uk/2019/09/23/hague-system-applications-are-becoming-more-popular/>)
- Will Sander, 27.10.2017, *New EU trade mark reforms*, Keystone Law (<https://www.keystonelaw.com/news/new-eu-trade-mark-reforms>)
- D. Lee Yohn, 20.02.2019, *Why Great Innovation Needs Great Marketing*, Harvard Business Review (<https://hbr.org/2019/02/why-great-innovation-needs-great-marketing>)

Νομοθεσία - Δικαστικές αποφάσεις

- ΔΕΕ, απόφαση της 16.07.2008, υπόθεση T-442/08, International Confederation of Societies of Authors and Composers (CISAC) κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής
- ΔΕΕ, απόφαση της 4.10.2011, υπόθεση C-403/08, Football Association Premier League
- ΔΕΕ, απόφαση της 1.3.2012, υπόθεση C-604/10, Football Dataco Ltd κατά Yahoo UK κ.α.
- ΔΕΕ, απόφαση της 15.1.2015, υπόθεση C-30/14 Ryanair
- ΔΕΚ, απόφαση της 20.1.1981, υπόθεση 55 και 57/80, Musik-Vertrieb Mebran GmbH και K-tel International κατά GEMA, Συλλ. 1981, σ. 147, σκέψεις 20, 24

ΔΕΚ, απόφαση της 11.3.1986, υπόθεση 121/85, Conegate κατά H.M. Customs and Excise. Συλλ. 1986, ς. 1007, σκέψη 24

ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθεση C-46/02, Fixtures Marketing Ltd κατά Oy Veikkaus Ab

ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθεση C-203/02, The British Horseriding Board Ltd κατά William Hill

ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθεση C-338/02, Fixtures Marketing Ltd v. Svenska Spel Ab

ΔΕΚ, απόφαση της 9.11.2004, υπόθεση C-444/02, Fixtures Marketing κατά ΟΠΑΠ

Διεθνής Σύμβαση για την προστασία των ερμηνευτών ή εκτελεστών καλλιτεχνών, των παραγωγών φωνογραφημάτων και των οργανισμών ραδιοτηλεόρασης (Ρώμη, 1961)

Έγγραφο Εργασίας της Επιτροπής που συνοδεύει την Πρόταση Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία της τεχνολογίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν αποκαλύπτονται (εμπορικών απορρήτων) κατά της παράνομης απόκτησης, χρήσης και αποκάλυψης τους (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013SC0471&from=EN>)

Κανονισμός (ΕΚ) 6/2002 του Συμβουλίου της 12ης Δεκεμβρίου 2001 για τα κοινοτικά σχέδια και υποδείγματα

Κανονισμός (ΕΚ) 510/2006 του Συμβουλίου της 20ής Μαρτίου 2006 για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων

Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 469/2009 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 6ης Μαΐου 2009 περί του συμπληρωματικού πιστοποιητικού προστασίας για τα φάρμακα

Κανονισμός (ΕΕ) 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 21ης Νοεμβρίου 2012 για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων

Κανονισμός (ΕΕ) 1308/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 17ης Δεκεμβρίου 2013 για τη θέσπιση κοινής οργάνωσης των αγορών γεωργικών προϊόντων και την κατάργηση των κανονισμών (ΕΟΚ) αριθ.922/72, (ΕΟΚ) αριθ. 234/79, (ΕΚ) αριθ. 1037/2001 και (ΕΚ) αριθ. 1234/2007 του Συμβουλίου

Κανονισμός (ΕΕ) 251/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 26ης Φεβρουαρίου 2014 για τον ορισμό, την περιγραφή, την παρουσίαση, την επισήμανση και την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων των αρωματισμένων αμπελοοινικών προϊόντων και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 1601/91 του Συμβουλίου

Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 14ης Ιουνίου 2017 για το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Κανονισμός (ΕΕ) 2019/787 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 17ης Απριλίου 2019 για τον ορισμό, την περιγραφή, την παρουσίαση και την επισήμανση των αλκοολούχων ποτών, τη χρήση των ονομασιών των αλκοολούχων ποτών στην παρουσίαση και επισήμανση άλλων τροφίμων, την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων για τα αλκοολούχα ποτά, τη χρήση της αιθυλικής αλκοόλης και των προϊόντων απόσταξης γεωργικής προέλευσης σε ποτά με αλκοόλη, και για την κατάργηση του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 110/2008

Κανονισμός (ΕΕ) 2019/933 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 20ης Μαΐου 2019 για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 469/2009 περί του συμπληρωματικού πιστοποιητικού προστασίας για τα φάρμακα

Οδηγία 91/250/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 14ης Μαΐου 1991 για τη νομική προστασία των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών

Οδηγία 93/83/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 27ης Σεπτεμβρίου 1993 περί συντονισμού ορισμένων κανόνων όσον αφορά το δικαίωμα του δημιουργού και τα συγγενικά δικαιώματα που εφαρμόζονται στις δορυφορικές ραδιοτηλεοπτικές μεταδόσεις και την καλωδιακή αναμετάδοση

Οδηγία 96/9/ΕΟΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 11ης Μαρτίου 1996 σχετικά με τη νομική προστασία των βάσεων δεδομένων

Οδηγία 98/71/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 13ης Οκτωβρίου 1998 για τη νομική προστασία σχεδίων και υποδειγμάτων

Οδηγία 2001/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 22ας Μαΐου 2001 για την εναρμόνιση ορισμένων πτυχών του δικαιώματος του δημιουργού και συγγενικών δικαιωμάτων στην κοινωνία της πληροφορίας

Οδηγία 2001/84/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Σεπτεμβρίου 2001 σχετικά με το δικαίωμα παρακολούθησης υπέρ του δημιουργού ενός πρωτότυπου έργου τέχνης

Οδηγία 2004/48/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 29ης Απριλίου 2004 σχετικά με την επιβολή των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας

Οδηγία 2006/115/ΕΟΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 12ης Δεκεμβρίου 2006 σχετικά με το δικαίωμα εκμίσθωσης, το δικαίωμα δανεισμού και ορισμένα δικαιώματα συγγενικά προς την πνευματική ιδιοκτησία στον τομέα των προϊόντων διανοίας

Οδηγία 2006/116/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 12ης Δεκεμβρίου 2006 για τη διάρκεια προστασίας του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας και ορισμένων συγγενικών δικαιωμάτων

Οδηγία 2009/24/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 23ης Απριλίου 2009 για τη νομική προστασία των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών

Οδηγία 2012/28/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 25ης Οκτωβρίου 2012 σχετικά με ορισμένες επιτρεπόμενες χρήσεις ορφανών έργων

Οδηγία 2014/26/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 26ης Φεβρουαρίου 2014 για τη συλλογική διαχείριση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικών δικαιωμάτων καθώς και τη χορήγηση πολυεδαφικών αδειών για επιγραμμικές χρήσεις μουσικών έργων στην εσωτερική αγορά

Οδηγία 2015/2436/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 16ης Δεκεμβρίου 2015 για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών-μελών περί σημάτων

Οδηγία (ΕΕ) 2016/943 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8ης Ιουνίου 2016 περί προστασίας της τεχνολογίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν έχουν αποκαλυφθεί (εμπορικό απόρρητο) από την παράνομη απόκτηση, χρήση και αποκάλυψή τους

Προσχώρηση στις συνθήκες του Παγκόσμιου Οργανισμού Διανοητικής Ιδιοκτησίας
(<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:l26054&from=EN>)

Πρόταση κανονισμού του Συμβουλίου για το κοινοτικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, 01.08.2000 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:l26056&from=EN>)

Πρόταση Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία της τεχνολογίας και των επιχειρηματικών πληροφοριών που δεν αποκαλύπτονται (εμπορικών απορρήτων) κατά της παράνομης

απόκτησης, χρήσης και αποκάλυψης τους, 28.11.2013 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013PC0813&from=EN>)

Πρωτόκολλο στη Συμφωνία της Μαδρίτης σχετικά με την Διεθνή Καταχώριση Σημάτων (1989)

Σύμβαση του Μονάχου για τη χορήγηση ευρωπαϊκών διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας (1973)

Σύμβαση των Παρισίων για την Προστασία της Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (1883)

Συμφωνία για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας στον τομέα του εμπορίου TRIPS (Γενεύη, 1993)

Συμφωνία της Μαδρίτης σχετικά με την Διεθνή Καταχώριση Σημάτων (1891)

Συμφωνία της Παγκόσμιας Οργάνωσης Διανοητικής Ιδιοκτησίας για τα δικαιώματα του δημιουργού, WCT (1996)

Proposal for a Council Directive on the legal protection of databases, 13.05.1992
(<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex:51992PC0024>)