

**UNIVERZA V LJUBLJANI**  
**FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Metka Malis Furlan

**Paralelni uvozi na področju blagovnih znamk**

**Diplomsko delo**

Ljubljana, 2011

**UNIVERZA V LJUBLJANI**  
**FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Metka Malis Furlan

Mentor: red. prof. dr. Rado Bohinc

**Paralelni uvozi na področju blagovnih znamk**

**Diplomsko delo**

Ljubljana, 2011

## **ZAHVALA**

*Zahvala gre vsem mojim bližnjim za pomoč in potrpežljivost, še posebej Andreju, ki je ves čas verjel vame in me podpiral pri nastajanju diplomskega dela.*

*Posebna zahvala gre mentorju dr. Radu Bohincu za mentorstvo in vodstvo in ter Gregorju Mačku, ki mi je dal navdih za temo in strokovne nasvete pri diplomskem delu.*

## **Paralelni uvozi na področju blagovnih znamk**

Namen diplomskega dela je prikazati in raziskati problematiko paralelnih uvozov na področju blagovnih znamk v Evropski uniji. Ključna pojma za razumevanje problematike, ki jo obravnavam v diplomskem delu, sta blagovna znamka in doktrina o izčrpanju pravic intelektualne lastnine. Funkcija blagovne znamke je potrošniku zagotavljati informacijo o izvoru porekla in kakovosti. Z registracijo blagovne znamke, imetnik pridobi ekskluzivno pravico do prodaje in distribucije izdelkov zaščitenih s to blagovno znamko. Trajanje ekskluzivne pravice, pa je odvisno od režima izčrpanja, ki ga država ali skupnost sama vzpostavi v svoji zakonodaji. Vendar pa je treba pri preučevanju te problematike na nivoju Evropske unije upoštevati tudi nekatere druge dejavnike, na primer načelo prostega pretoka blaga in storitev ter varstvo potrošnikov in konkurence. V primeru paralelnih uvozov je potrebno poudariti, da gre za originalne proizvode, zaščitene s pravicami intelektualne lastnine, ki so uvoženi in dani v promet na določenem trgu brez privolitve imetnika intelektualne pravice. V diplomskem delu so na podlagi analize zakonodaje in sodne prakse na tem področju nakazane možne rešitve problema paralelnih uvozov.

**Ključne besede:** Paralelni uvozi, sivi trg, intelektualna lastnina, blagovne in storitvene znamke, Evropska unija.

## **Parallel importation in the field of trademarks**

The purpose of this thesis is to demonstrate and explore the issue of parallel imports in the field of trademarks in the European Union. The doctrine of exhaustion of intellectual property rights and trademark law are the key concepts for understanding the problem of parallel importation, of which I discuss in the thesis. The main function of the trademark is to provide the consumer with the information about the source of origin and quality. With a registered trademark the holder acquires the exclusive right to sell and distribute products protected by this trademark. Duration of exclusive right depends on the regime of the exhaustion of the intellectual property rights which is established in the legislation of each Country or Community itself. However, when examining the issue of the parallel importation on the European Union level, some other factors should be also considered. Namely, the principle of free movement of goods and services and consumer protection and competition. In the case of parallel imports is important to stress that these are genuine goods protected by intellectual property rights, which are imported and sold in a particular market without the consent of the holder of the intellectual property right. Based on the analysis of legislation and case law in this field, possible solutions to the problem of parallel imports are indicated in the thesis.

**Key words:** Parallel imports, grey market, intellectual property, trademarks, European Union.

# KAZALO

<b>1 UVOD</b> .....	<b>8</b>
1.1 STRUKTURA DIPLOMSKEGA DELA.....	9
1.2 RELEVANTNOST IZBRANE TEME.....	10
1.3 METODOLOGIJA.....	11
<b>2 INTELEKTUALNA LASTNINA</b> .....	<b>12</b>
2.1 POJEM INDUSTRIJSKE LASTNINE.....	13
2.2 TEMELJNA NAČELA IN ZNAČILNOSTI PRAVIC INDUSTRIJSKE LASTNINE.....	14
2.3 BLAGOVNA OZIROMA STORITVENA ZNAMKA.....	15
2.3.1 Ekonomski pomen znamke.....	16
2.3.2 Način pridobitve znamke.....	17
2.4 UVELJAVLJANJE PRAVIC INTELEKTUALNE LASTNINE.....	17
2.4.1 Civilni ukrepi.....	18
2.4.2 Kazenski ukrepi.....	19
2.4.3 Upravni ukrepi.....	19
2.5 IZČRPAJANJE PRAVIC INTELEKTUALNE LASTNINE.....	20
2.5.1 Izjeme od načela izčrpanja pravic.....	21
2.5.1.1 Prepakiranje ( <i>repackaging</i> ) in zamenjava znamke ( <i>rebranding</i> ).....	22
<b>3 PARALELNI UVOZI NA PODROČJU BLAGOVNIH ZNAMK</b> .....	<b>25</b>
3.1 POJEM PARALELNIH UVOZOV.....	25
3.2 EKONOMSKI VZROK ZA NASTANEK PARALELNIH UVOZOV.....	27
3.2.1 Diskriminacija maloprodajnih cen.....	27
3.2.2 Vertikalna kontrola cen s strani proizvajalca.....	28
3.2.3 Zastojkarstvo ( <i>»free-riding«</i> ) na fiksnih stroških trženja.....	29
3.2.4 Kontrola cen s strani države.....	30
3.3 INTERESI, KI SE SREČUJEJO NA PODROČJU PARALELNIH UVOZOV.....	33
3.4 INTELEKTUALNA LASTNINA IN PARALELNI UVOZI.....	35
3.5 PRAVNA PRAKSA V RAZLIČNIH JURISDIKCIJAH.....	36
<b>4 EVROPSKA UNIJA</b> .....	<b>42</b>
4.1 UVOD.....	42
4.2 SKUPNI TRG.....	43
4.2.1 Prosti pretok blaga in storitev.....	43
4.2.1.1 Princip <i>Rule of Reason</i> .....	44
4.2.2 Konkurenčno pravo.....	45
4.2.3 Obdavčenje.....	46
4.3 PRAVNI VIRI, KI UREJAJO PODROČJE PARALELNIH UVOZOV V EU.....	47
4.3.1 Prva direktiva Sveta 89/104/EGS z dne 21. 12. 1988, o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami.....	47
4.3.2 Uredba Sveta ES 40/94 z dne 20. 12. 1993, o znamki Skupnosti.....	47
4.3.3 Direktiva ES 2004/48 z dne 29. 4. 2004 o uveljavljanju pravic intelektualne lastnine.....	48
<b>5 SODNI PRIMERI PARALELNIH UVOZOV NA PODROČJU BLAGOVNIH ZNAMK</b> .....	<b>49</b>
5.1 PARALELNI UVOZI NA PODROČJU BLAGOVNIH ZNAMK IZ TRETJIH DRŽAV V EU.....	49
5.1.1 Sodni primer sodišča ES: <i>Silhouette International Schmied GmbH &amp; Co. KG proti Hartlauer Handelsgesellschaft mbH (C-355/96) ter ostali primeri</i> .....	49

5.2 PARALELNI UVOZI NA PODROČJU BLAGOVNIH ZNAMK ZNOTRAJ EU .....	53
5.2.1 Sodni primer sodišča ES: Deutsche Grammophon GmbH proti Metro-SB GmbH (C-78/70) ter ostali primeri .....	53
<b>6 SKLEP .....</b>	<b>55</b>
6.1. ARGUMENTI NASPROTNIKOV PARALELNIH UVOZOV .....	55
6.2 ARGUMENTI ZAGOVORNIKOV PARALELNIH UVOZOV .....	56
6.3 MOŽNE REŠITVE .....	57
<b>7 LITERATURA .....</b>	<b>59</b>

## KAZALO SLIK IN TABEL

<i>Sliki 2.1 in 2.2: Izgled blagovnih znamk LIMOVAN, ki se prodaja v Španiji in IMOVANE, ki se prodaja na Švedskem trgu.....</i>	24
--	----

<i>Tabela 3.1: Mednarodna primerjava proizvajalčevih cen za blagovne znamke zdravil po odmerku v ameriških dolarjih (1998) .....</i>	31
<i>Tabela 3.2: Obseg paralelnih uvozov po sektorjih v državah članicah EU (1999).....</i>	38
<i>Tabela 3.3: Delež paralelne trgovine v farmacevtski industriji v državah članicah EU (2006) .....</i>	39

## **SEZNAM KRATIC IN OKRAJŠAV**

Direktiva o znamkah – prva Direktiva Sveta z dne 21. decembra 1988 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami

EGP – Evropski gospodarski prostor

ES – Evropska skupnost

EU – Evropska unija

Nicejska klasifikacija – Nicejski aranžma o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk

OHIM – Urad za usklajevanje na notranjem trgu za znamke in modele

Pariška konvencija – Pariška konvencija za varstvo industrijske lastnine

PDEU – Pogodba o delovanju Evropske unije

PES – Pogodba o ustanovitvi Evropske skupnosti

RS – Republika Slovenija

Sodišče ES – Sodišče Evropske skupnosti

Sporazum TRIPS – Sporazum o trgovinskih vidikih pravic intelektualne lastnine

STO – Svetovna trgovinska organizacija

Ur.l. – Uradni list

ZDA – Združene države Amerike

ZIL-1 – Zakon o industrijski lastnini

ZVK – Zakon o varstvu konkurence

CTM – znamka Skupnosti

## 1 UVOD

Kot potrošniki blaga in storitev se dnevno srečujemo s pravicami intelektualne lastnine. V stik prihajamo z različnimi pravicami intelektualne lastnine, kot so avtorsko pravo in topografije polprevodniških vezij, ter industrijske lastnine. V diplomskem delu se bom osredotočila na del industrijske lastnine, ki pokriva pravice blagovnih in storitvenih znamk.<sup>1</sup> V modernem času znamkam pripisujemo pomembno vlogo, saj nas – potrošnike – vodijo skozi »labirinte« izdelkov in storitev. Pripisujemo jim različne lastnosti in kakovosti, s temi informacijami nam olajšajo odločitev pri nakupu. Gospodarska vloga blagovnih znamk je po eni strani varstvo potrošnikov in pomoč pri ugotavljanju izvora proizvodov ter s tem izboljšanje potrošnikove sposobnosti pri ugotavljanju kakovosti proizvodov, na drugi strani pa omogočiti imetnikom ustvarjati podobo blagovne znamke skozi izključne pravice, ki so jim dodeljene z registracijo blagovne znamke.

Kot zaposlena v vodilnem slovenskem pravnem podjetju, ki deluje na področju svetovanja in zastopanja imetnikov pravic intelektualne lastnine pred Uradom za intelektualno lastnino, Uradom za harmonizacijo na notranjem trgu kot tudi v postopkih sporov pred slovenskimi sodišči, sem izkoristila svoje izkušnje in se odločila, da v diplomskem delu predstavim in raziščem problematiko paralelnih uvozov v EU.

Paralelni uvoz, imenovan tudi sivi uvoz, je izraz za blago, zaščiten s pravicami intelektualne lastnine, ki je uvoženo in dano v promet na določenem trgu brez privolitve imetnika intelektualne pravice na tem trgu. Poudariti je potrebno, da gre za originalne proizvode, ki niso ponarejeni ali piratski, saj jih je izdelal imetnik intelektualne pravice oziroma nosilec licence te intelektualne pravice. Blago paralelnega uvoza je oblikovano, pakirano oziroma namenjeno izpolnjevanju posebnih kulturnih, jezikovnih, okoljskih in drugih razmer v posameznih

---

<sup>1</sup> V nalogi se bom v večini ukvarjala z blagovnimi in storitvenimi znamkami, pri čemer bom za njihovo opredelitev uporabljala izraz blagovna znamka.



državah, nato pa uvoženo na drugi trg, ki ga ureja drugačni pravni red, različen od prvotno namenjenega (International Trademark Association 2011). Legitimnost paralelnih uvozov je sporna tema tako med teoretiki na področju intelektualne lastnine kot tudi v pravni praksi v različnih mednarodnih in regionalnih zakonodajah. Kljub temu da dve izmed najbolj pomembnih pogodb o blagovni znamki, Pariška konvencija in Sporazum TRIPS, opredeljujeta predmet varstva blagovne znamke, nobena od njiju ne poda jasnega stališča o vzporednem uvozu na področju blagovnih znamk. Dokler Svet Evrope leta 1989 ni sprejel direktive o znamkah, kjer je urejena tudi doktrina o izčrpanju pravic na ravni ES, so države članice to vprašanje obravnavale znotraj nacionalnega pravnega okvirja.

## **1.1 Struktura diplomskega dela**

V uvodnem poglavju diplomskega dela postavim hipotezo, da bi bilo paralelne uvoze na področju blagovnih znamk potrebno popolnoma sprostiti ter spremeniti zakonodajo EU, ki sedaj dopušča regionalno izčrpanje pravice. V tem poglavju navedem tudi uporabljeno metodologijo v diplomskem delu.

V drugem poglavju diplomskega dela navedem nekaj osnovnih pojmov o intelektualni lastnini. Natančneje opredelim blagovno znamko, njene lastnosti, ekonomski namen in načine pridobitve blagovne znamke. Razložim, kakšne ukrepe lahko uporabi imetnik intelektualne lastnine v primeru kršitve le-te. Na koncu poglavja predstavim bistveno načelo, ki uravnava uvoz paralelnih uvozov, to je načelo izčrpanja pravice.

V tretjem poglavju najprej predstavim osnovni pojem paralelnih uvozov. Ukvarjam se z vprašanjem, zakaj prihaja do paralelnih uvozov ter orišem ekonomske razsežnosti paralelno uvoženega blaga. Področje paralelnih uvozov združim s področjem intelektualne lastnine ter izčrpanjem pravice intelektualne lastnine. Predstavim tudi interese, ki se srečujejo na področju

paralelnih uvozov. Na koncu tega poglavja problematiko paralelnih uvozov prikažem v različnih izbranih jurisdikcijah.

V četrtem poglavju na kratko prestavim zakonodajo, ki je relevantna za problematiko paralelnih uvozov in velja na področju EU. Za razumevanje problematike paralelnih uvozov je predvsem pomembno razumevanje načela o prostem pretoku blaga in storitev ter poznavanje konkurenčnega prava, zato ti dve področji v četrtem poglavju na kratko opišem. Predstavim tudi relevantni direktivi in uredbo, ki predstavljajo pravno podlago na tem področju.

V petem poglavju se posvetim znanim sodnim primerom paralelnih uvozov na področju blagovnih znamk. Poglavje razdelim na dva sklopa, kjer v prvem delu opišem primer paralelnega uvoza v EU iz države nečlanice ter predstavim sodbo sodišča ES. V drugem delu pa opišem primer paralelnega uvoza na področju blagovnih znamk, kjer je bilo blago uvoženo znotraj EU.

Sklepno poglavje obravnava dva temeljna sklopa. V prvem sklopu potrdim veljavnost postavljene hipoteze, vendar omenim tudi nekaj posameznih izjem, ki bi imetniku pravice vseeno omogočale preprečitev paralelnih uvozov, a le v primerih, ko ti škodujejo ugledu blagovne znamke. Pri tem ločeno prestavim stališča zagovornikov in nasprotnikov paralelnih uvozov. V nadaljevanju predstavim osnovne možnosti za rešitev problematike paralelnih uvozov ter navedem argumente.

Diplomsko delo zaključujem s seznamom literature, ki mi je bila v pomoč pri diplomskem delu.

## **1.2 Relevantnost izbrane teme**

Namen diplomskega dela je prikazati in raziskati problematiko paralelnih uvozov na področju blagovnih znamk v EU. Glavno vprašanje, ki si ga postavim v diplomskem delu, je, ali evropska zakonodaja na področju paralelnih uvozov preveč ščiti imetnike blagovnih znamk ter

jim tako omogoča, da na podlagi pridobljenih pravic intelektualne lastnine posredno vplivajo na uravnavanje cen proizvodov na ciljnih trgih. V diplomskem delu primerjam tudi posamezne vidike vpletenih v tej problematiki in na podlagi pridobljenih dejstev postavim naslednjo hipotezo:

Paralelne uvoze na področju blagovnih znamk bi bilo potrebno popolnoma sprostiti ter spremeniti zakonodajo EU, ki sedaj dopušča regionalno izčrpanje pravice in s tem omejuje paralelne uvoznike, da bi nemoteno paralelno uvažali originalne proizvode v EU.

### **1.3 Metodologija**

Metoda, s katero raziskujem izbrano temo v diplomskem delu, je deskriptivna ter temelji na analizi:

- primarnih pravnih virov (slovenska, evropska in mednarodna zakonodaja),
- sekundarnih virov (slovenska in tuja strokovna ter znanstvena literatura, članki, internetni viri, poročila, zborniki) in
- tuje sodne prakse.

## 2 INTELEKTUALNA LASTNINA

Spletna stran Svetovnega urada za intelektualno lastnino ponuja zelo natančno in hkrati enostavno definicijo intelektualne lastnine (*intellectual property*). Pravi, da je to področje prava, ki omogoča pridobitev in zaščito ekonomskih in moralnih pravic za gospodarsko izkoriščanje ustvarjalnih dosežkov človekovega uma s področja tehnike (patenti), izdelkov (blagovne znamke, modeli), storitev (storitvene in blagovne znamke) ter kulture in umetnosti (avtorska pravica in sorodne pravice).

Na splošno je pravo intelektualne lastnine skupek zakonov, ki varujejo ustvarjalce in druge proizvajalce intelektualnih dobrin in storitev tako, da jim dodelijo nekatere časovno omejene pravice do nadzora in uporabe teh izdelkov (World Intellectual Property Organization 2011).

Intelektualna lastnina se deli na tri glavne kategorije:

- industrijska lastnina
- avtorske in sorodne pravice
- ostale pravice

Prva kategorija varuje predvsem tiste rezultate človekove intelektualne dejavnosti, ki pomenijo nove tehnične rešitve ali znake razlikovanja in so tehnično izvedljive v proizvodnji. Druga kategorija pa varuje stvaritve, ki niso tehnične narave, zaradi česar jih vedno tudi ni mogoče množično industrijsko reproducirati. Poleg omenjenih pravic ostajajo še druge, kot sta varstvo rastlinskih sort in varstvo integriranih vezij, ki bi jih lahko opredelili kot druge pravice (pravice *sui generis*). Razlog so specifična tehnična področja, ki zaradi svojih posebnosti ne morejo biti zaščitena po prevladujočih načelih avtorskega prava ali prava industrijske lastnine (Repas 2007, 32).

## 2.1 Pojem industrijske lastnine

Pravice industrijske lastnine so zapisane v mednarodnih konvencijah in nacionalnih zakonih.

Najpomembnejša univerzalna mednarodna pogodba je Pariška konvencija o varstvu industrijske lastnine, ki je bila sprejeta 1883 in nazadnje dopolnjena leta 1979. V drugem odstavku prvega člena Pariške konvencije je zapisano, da so predmet varstva industrijske lastnine: »Patenti, uporabni modeli, industrijski vzorci ali modeli, tovarniške ali trgovske znamke, storitvene znamke, trgovsko ime in trgovske označbe ali ime izvora ter zatiranje neelojalne konkurence« (World Intellectual Property Organization 2011, 1).

Ostale pomembnejše univerzalne in regionalne mednarodne pogodbe:

- Madridski sporazum / Protokol k Madridskemu sporazumu
- Bernska konvencija za varstvo književnih in umetniških del
- TRIPS
- Evropska patentna konvencija
- Pogodba o sodelovanju na področju patentov
- Pogodba o patentnem pravu
- Pogodba o pravu znamk
- Haaški sporazum
- Nicejski sporazum o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk
- Strasbourški sporazum o mednarodni klasifikaciji patentov
- Locarnski sporazum

Na nacionalni ravni pravice industrijske lastnine opredeljuje Zakon o industrijski lastnini - ZIL-1<sup>2</sup>. Pravice industrijske lastnine po tem zakonu so patent, dodatni varstveni certifikat, model, znamka in geografska označba (Ur.l. RS, št. 51/2006).

Pravo intelektualne lastnine je v tesni povezavi s sorodnimi vejami, kot sta civilno in gospodarsko pravo. Razlog je v tem, da je pravo industrijske lastnine razmeroma mlada pravna disciplina, ki se naslanja na sorodne veje prava. Pravice s področja moralnih in materialnih pravic imetnika industrijske lastnine so nastale v okviru civilnega prava na temelju načel civilnega prava, zato se v primeru praznin v pravu industrijske lastnine uporabljajo načela in predpisi civilnega prava (Čizmić in Zlatović 2002, 7–8).

## **2.2 Temeljna načela in značilnosti pravic industrijske lastnine**

### **Načelo teritorialnosti**

Imetnik uživa varstvo pravice industrijske lastnine le v državi, kjer je pravica nastala. Pravica torej obstaja samo v obsegu, ki jo priznava pravo države, kjer je nastala stvaritev. To vodilno načelo sprejema večina današnjih teoretikov, zakonodaj in mednarodnih konvencij. »V državah, kjer varstva ni, lahko načeloma vsakdo gospodarsko izkorišča intelektualno stvaritev, ne da bi pri tem kršil zadevno pravico. Te namreč ni. Iz tega izhaja, da so te pravice nacionalne narave« (Repas 2007, 34).

### **Načelo omejenosti**

---

<sup>2</sup> Puharič meni, da ZIL sicer ne ureja vseh pravic industrijske lastnine, saj so nekatere urejene z drugimi zakoni. *Firmo* opredeljujejo določbe Zakona o gospodarskih družbah (Ur.l. RS, št. 30-1298/93, 29-1227/94, 45-1994/94, 82-2979/94, 20-816/98, 32-1451/98, 37-1719/98, 84-4322/98, 6-215/99, 54-254/99, 31-1439/00, 36-1687/00, 45-2548/01, pop. 59/01, 50/2457/00, 93-4672/02); *nelojalna konkurenca* pa je opredeljena v Zakonu o varstvu konkurence (Ur.l. RS, št. 18-816/93) (Puharič 2003, 31).

Pravice industrijske lastnine so časovno omejene, razen blagovnih znamk in geografskih označb, katerih varstvo lahko traja neomejeno. Po izteku zakonsko predpisanega časa predmet varstva industrijske lastnine postane javna dobrina, kar pomeni, da ga lahko vsak svobodno komercialno izkorišča (Pretnar 2002, 51).

### **Načelo specialnosti**

Eno izmed temeljnih načel v pravu blagovnih in storitvenih znamk je načelo specialnosti. Obseg varstva blagovne in storitvene znamke je določen z mednarodnimi razredi blaga oziroma storitev po Nicejski klasifikaciji,<sup>3</sup> ki znamke varuje pred uporabo enake ali podobne znamke za enako oziroma podobno blago ali storitve. Posamezna oseba lahko zahteva varstvo iste znamke za več vrst blaga oziroma storitev kot tudi varstvo več različnih znamk za isto vrsto blaga oziroma storitev.

### **2.3 Blagovna oziroma storitvena znamka**

Blagovna oziroma storitvena znamka je izključna pravica, odobrena za znak ali kakršno koli kombinacijo znakov, ki imetniku pravice služi za razlikovanje enakega ali podobnega blaga oziroma storitev od blaga oziroma storitev tretjih oseb v gospodarstvu (Pretnar 2002, 65). Znak oziroma kombinacija znakov so lahko besedni znaki, črke, številke, figurativni elementi, tridimenzionalne podobe, barve ali kombinacije barv ali pa kombinacija vseh naštetih prvin. Osnovni kriterij, ki mora biti izpolnjen, da se znak lahko registrira kot znamka, je, da znak ni

---

<sup>3</sup> Mednarodna klasifikacija blaga in storitev služi kot opredelitev obsega registracije blagovne in storitvene znamke. Klasifikacija je bila ustanovljena s sporazumom, sklenjenim v Nici 1957 (revidiran 1966 in 1977 ter spremenjen leta 1979). Vsaka od držav pogodbenic Nicejskega aranžmaja je dolžna uporabljati Nicejsko klasifikacijo v zvezi z registracijo znamk kot razvrstitev ter jo je potrebno vključiti v uradne dokumente in objave v zvezi z registracijo znamke. Uporaba Nicejske klasifikacije je obvezna ne samo na nacionalnem nivoju držav pogodbenic navedenega aranžmaja, temveč tudi na mednarodnem nivoju, ki ga izvršujejo Mednarodni urad WIPO, Afriška organizacija za intelektualno lastnino (OAPI), Afriška regionalna organizacija za intelektualno lastnino (ARIPO), Urad za intelektualno lastnino Beneluksa (BOIP) in Urad za harmonizacijo na notranjem trgu EU (OHIM).

podoben predhodnim, že registriranim, znamkam ter da je od njih dovolj distinktiven. Kot že omenjeno v poglavju 2.1, je temeljno načelo registrirane znamke načelo specialnosti. Nicejski aranžma, ki zavezuje tudi Slovenijo, določa osnove in pravila za mednarodno poenoteno klasifikacijo blaga in storitev za znamke (Pretnar 2002, 65). Pariška konvencija jasno opredeli, da registrirana znamka ne izključuje pravice druge osebe, da registrira in uporablja enak ali podoben znak za označevanje drugačne vrste blaga ali storitev, razen kadar ima znamka status sloveče znamke. Če za večji del pravic iz področja industrijske lastnine velja, da so časovno omejene, je pomembno poudariti, da so znamke časovno neomejene pravice. Varstvo te pravice traja poljubno dolgo, če se vsakih 10 let plačajo ustrezne pristojbine (prav tam).

### **2.3.1 Ekonomski pomen znamke**

Zaščita znamke predstavlja učinkovito tržno orodje, ki proizvajalcem in ponudnikom blaga in storitev omogoča zaščito sredstev, ki so jih vložili v promocijo in trženje svojega blaga in storitev. Znamka je pogosto sinonim za garancijo kvalitete proizvoda. V očeh potrošnikov se z njo ustvari vtis o kakovosti blaga in storitev. Zaupanje v kakovost pa je le subjektivna ocena potrošnikov, saj zaščita znamke ne pogojuje tudi kvaliteto znamke. Znamka ima tudi reklamno (tržno oziroma marketinško) funkcijo, s katero preusmeri pozornost kupcev na svoje blago ali storitev.

Vrhovna sodnica Dunja Jadek Pensa meni, da je imetnik znamke stimuliran k oblikovanju »močne« znamke le, če je pripravljen vzdrževati konstantno kakovost proizvodov. Imetnik znamke razpolaga z informacijami o »moči« znamke, s katero vpliva na prihodnje kupce. Glede na pridobljene informacije prilagodi ceno svojega blaga, ne da bi kupce izgubil zaradi svojega v tem pogledu monopolnega položaja (Jadek Pensa 2008, 53). Imetnik sloveče (poznane) znamke na nek način omejuje konkurentom pristop do svojih kupcev. Jadek Pensa poudari, da trg informacij nikoli ni popoln, saj bi bilo za potrošnika predrago zbrati vse relevantne informacije. Zato močan vpliv znamk, oglaševanje in drugi načini pospeševanja



prodaje omejujejo možnost konkurentom za pristop na trg (Jadek Pensa 2008, 53–55). Kot vsaka izključna pravica je tudi znamka pravno dopustni monopol. V tem pomenu gre med imetniki znamk za konkurenco monopolistov. Znamka omogoča imetniku kontrolo nad prodajo, ne omogoča pa mu, da bi bil na trgu sam v klasičnem pomenu monopola (prav tam).

### **2.3.2 Način pridobitve znamke**

Zahtevo za nacionalno prijavo znamke vloži prijavitelj (ali njegov zastopnik) pri Uradu za intelektualno lastnino. Urad preveri, ali prijava izpolnjuje pogoje za registracijo znamke, ne preverja pa obstoja že prej registriranih enakih ali podobnih znamk. Če prijava izpolnjuje vse predpisane pogoje, jo urad objavi v svojem uradnem glasilu. Po preteku z zakonom določenega trimesečnega obdobja objave znamke in če zoper registracijo v tem času ni bil vložen ugovor, Urad pozove prijavitelja k plačilu pristojbin za registracijo in 10-letno vzdrževanje znamke. Z izdajo odločbe o registraciji znamke je postopek registracije zaključen.

Slovenija kot članica EU deluje na skupnem trgu, ki ga tvorijo trgi vseh članic EU, zato lahko posameznik ali podjetje pri OHIM-u registrira znamko Skupnosti (*Community trademark – CTM*), ki velja v vseh državah članicah ES in ima enak učinek na celotnem območju Skupnosti.

Znamko pa se lahko registrira tudi po mednarodni poti. To so t. i. mednarodne znamke, ki so vpisane v register znamk pri Svetovni Organizaciji za Intelektualno Lastnino v Ženevi in so lahko razširjene tudi na Slovenijo.

## **2.4 Uveljavljanje pravic intelektualne lastnine**

O kršitvah pravic intelektualne lastnine (patentov, dodatnih varstvenih certifikatov, blagovnih oziroma storitvenih znamk, modelov, geografskih označb, registriranih topografij polprevodniških vezij, avtorske in sorodnih pravic, žlahtniteljskih pravic in firm) govorimo, kadar nekdo uporablja predmet, ki ga določena pravica varuje, brez soglasja njenega imetnika. Izjema so primeri, v katerih tako uporabo dovoljuje zakonodaja (Urad za intelektualno lastnino 2011).

Poleg civilnih in upravnih ukrepov lahko imetnik pravice intelektualne lastnine uporabi tudi kazenske ukrepe. Sodno varstvo in uveljavljanje pravic je v ZIL-1 opredeljeno od 111. do 124. člena.

#### **2.4.1 Civilni ukrepi**

Za spore v zvezi s pravicami intelektualne lastnine je izključno pristojno Okrožno sodišče v Ljubljani, pri katerem lahko imetnik intelektualne lastnine vloži tožbo oziroma predlog za izdajo začasne odredbe zaradi kršitve pravic iz intelektualne lastnine.

Sodišče odloča na podlagi zakonodaje, ki ureja pravice intelektualne lastnine, in drugih civilnih predpisov kot so Obligacijski zakonik – OZ (Ur.l. RS, št. 97/2007), Zakon o pravdnem postopku – ZPP (Ur.l. RS, št. 73/2007) in Zakon o izvršbi in zavarovanju – ZIZ (Ur.l. RS, št. 3/2007). Zoper odločitev okrožnega sodišča je dovoljena pritožba na Višje sodišče v Ljubljani, odločitev tega sodišča pa se lahko izpodbija le še z izrednimi pravnimi sredstvi pri Vrhovnem sodišču RS ali z obnovo postopka na prvostopenjskem sodišču (Urad za intelektualno lastnino 2011).

## **2.4.2 Kazenski ukrepi**

Pristojnost policije, državnega tožilstva in krajevno pristojnih okrajnih sodišč je, da izvršujejo kazenske ukrepe v zvezi s kršitvami pravic intelektualne lastnine.

Kršitve pravic intelektualne lastnine so v Kazenskem zakoniku RS – KZ–UPB1 (Ur.l. RS, št. 95/2004) opredeljene kot kaznivo dejanje.

V 238. členu Kazenski zakonik – KZ–UPB1 govori o neupravičeni uporabi tuje oznake ali modela, v 239. členu pa o neupravičeni uporabi tujega izuma ali topografije. V obeh členih je zapisano, da je neupravičena uporaba industrijske pravice kaznovana z zaporom do treh let.

## **2.4.3 Upravni ukrepi**

Upravne ukrepe izvajajo carinski organi in Tržni inšpektorat RS.

Carinske ukrepe v zvezi s kršitvami pravic intelektualne lastnine ob vnosu ponarejenega blaga v Republiko Slovenijo oziroma iznosu iz nje določajo Zakon o izvajanju carinskih predpisov ES – ZICPES (Ur.l. RS. 25/2004) ter nekatere Uredbe Sveta (ES)<sup>4</sup>.

Postopek za izvedbo ukrepov se začne na zahtevo imetnika pravice ali po uradni dolžnosti. Za njihovo izvajanje so pristojni carinski organi. Začetek postopka po uradni dolžnosti sproži carinski organ, če ugotovi, da je blago očitno ponarejeno ali piratsko. (Urad za intelektualno lastnino 2011).

---

<sup>4</sup> Uredba Sveta (ES) št. 1383/2003 z dne 22. 7. 2003 o carinskem ukrepanju zoper blago, glede katerega obstaja sum, da krši določene pravice intelektualne lastnine, in o ukrepih, ki jih je treba sprejeti zoper blago, glede katerega je ugotovljeno, da je kršilo take pravice (Ur.l. EU 196/7) in Uredba Komisije (ES) št. 1891/2004 z dne 21. 10. 2004 o sprejemu določb za uporabo Uredbe Sveta (ES) št. 1383/2003 o carinskem ukrepanju zoper blago, glede katerega obstaja sum, da krši določene pravice intelektualne lastnine, in o ukrepih, ki jih je treba sprejeti zoper blago, glede katerega je ugotovljeno, da je kršilo take pravice (Ur.l. EU 328/16).

Tržni inšpektorat RS lahko v zvezi s pravicami industrijske lastnine ukrepa na zahtevo predvsem z vidika nelojalne konkurence (Zakon o varstvu konkurence, Ur.l. RS, št. 18/1993), pri avtorski in sorodnih pravicah pa opravlja po uradni dolžnosti nadzor nad izvajanjem nekaterih določb zakona, s katerimi so nekatere kršitve določene kot prekrški (Zakon o avtorski in sorodnih pravicah, Ur.l. RS, št. 16/2007).

V primeru kršitev tržni inšpektorji odredijo odpravo pomanjkljivosti v določenem roku z ureditveno odločbo oziroma izdajo odločbo o prekršku, v kateri med drugim izrečejo globo in morebitne stranske sankcije. Zoper odločitve tržnega inšpektorata se lahko vloži zahteva za sodno varstvo pri pristojnem okrajnem sodišču (Urad za intelektualno lastnino 2011).

## **2.5 Izčrpanje pravic intelektualne lastnine**

Izčrpanje pravic intelektualne lastnine je pomembno orodje imetnikov intelektualnih pravic, saj jim omogoča nadzor nad svojim zaščitenim blagom. Koncept izčrpanja narekuje imetnikom intelektualnih pravic, da ob prvi prodaji zaščitenega blaga dovoljujejo preprodajo omenjenega blaga znotraj pravnega reda, kjer je bila pravica zaščiteni (International Trademark Association 2011).

Zgornje načelo ima različne posledice, odvisno od tega, ali države uvoznice zaradi zakonodaje ali politike uporabljajo koncept nacionalnega oziroma regionalnega ali globalnega oziroma mednarodnega izčrpanja pravic.

Pojem nacionalnega oziroma regionalnega izčrpanja pravic omogoča državam s takšno ureditvijo, da se zaščiteni blago z »izčrpano« pravico preprodaja znotraj državnega oziroma v primeru EU regionalnega območja. Ta ureditev ne dopušča preprodaje tovrstnega blaga z »izčrpano« pravico izven omenjenega območja.

Pojem globalnega oziroma mednarodnega »izčrpanja« pravic pa omogoča, da se zaščiteno blago z »izčrpano« pravico preprodaja tudi izven nacionalnih oziroma regionalnih meja.

V Sloveniji je pravilo izčrpanja pravic iz znamke urejeno v 50. členu ZIL-1.<sup>5</sup> »Po določbi prvega odstavka tega člena imetnik znamke na podlagi svojih pravic iz znamke ne more prepovedati njene uporabe v zvezi z blagom, ki ga je imetnik dal na trg v Republiki Sloveniji ali se je to zgodilo z njegovim soglasjem« (Repas 2007, 192). Vsebina 50. člena ZIL-1 govori o nacionalnem pravilu izčrpanja pravic iz znamke, po katerem se pravica izčrpa zgolj za območje Slovenije. Z vstopom Slovenije v EU se je pojem nacionalnega izčrpanja razširil na regionalno raven oziroma na celotno območje Evropskega gospodarskega prostora.

### **2.5.1 Izjeme od načela izčrpanja pravic**

Pri doktrini izčrpanja pravic se srečamo tudi z izjemami.

Po določbi drugega odstavka 50. člena ZIL-1 po vzoru člena 7 (2) direktive ES imetnik znamke lahko prepove nadaljnje trgovanje s proizvodom, ki ga je sam dal na trg, če za to obstajajo utemeljeni razlogi. Kot primer takega utemeljenega razloga ZIL-1 navaja spremembo ali poslabšanje stanje blaga po trenutku, ko je bilo dano na trg. Glede na besedilo te določbe je treba sprejeti stališče, da besedna zveza sprememba ali poslabšanje blaga zajema tudi izboljšanje kakovosti blaga, saj gre tudi v tem primeru za spremembo stanja blaga (Repas 2007, 194).

Spodaj so naštet primeri, kjer lahko pride do spremembe blaga, poslabšanja stanja blaga oziroma oškodovanja ugleda znamke. Ti primeri so upravičeni razlogi, zaradi katerih imetnik znamke lahko prepove nadaljnje trgovanje s tem blagom.

---

<sup>5</sup> »Vsebina obravnavanega člena je povzeta po 5. členu Direktive o poenotenju prava znamk« (Puharič 2003, 206).

- Sprememba blaga
- Prepakiranje
- Vnovično označevanje proizvodov
- Zamenjava znamke
- Oglaševanje

### **2.5.1.1 Prepakiranje (*repackaging*) in zamenjava znamke (*rebranding*)**

V nekaterih primerih paralelni uvozniki zaradi različnih vzrokov prepakirajo paralelno uvoženo blago. Eden od glavnih vzrokov za prepakiranje so zahteve zakonodaje države, kjer želi paralelni uvoznik prodajati paralelno blago. Nacionalni predpisi na primer lahko narekujejo, da embalaža izdelka vsebuje določene informacije o izdelku, prav tako lahko zahtevajo, da je opis izdelka na embalaži v nacionalnem jeziku ali pa opredeljujejo velikost embalaže oziroma način pakiranja izdelkov. Kot prepakirani izdelki se torej štejejo izdelki, ki imajo popolnoma ali nekoliko spremenjeno embalažo izdelka, dodana, spremenjena ali odstranjena priložena navodila o uporabi, popolnoma ali nekoliko spremenjene oznake na embalaži oziroma spremenjeno blagovno znamko na izdelku.

Imetnik pravice po doktrini regionalnega izčrpanja v primeru EU ne more preprečiti paralelnih uvozov v nespremenjeni obliki, lahko pa zahteva, da se prepreči trženje paralelnega proizvoda v prepakirani obliki. V zakonodaji Evropske unije, natančneje v členu 36 PDEU, so navedeni pogoji – sorazmernost (nujnost, ustreznost) in zakonit cilj (formalno in materialno diskriminatorni ukrepi po pravilu razuma Cassis) – pod katerimi imetnik pravice lahko nasprotuje prostemu pretoku blaga oziroma v tem primeru prodaji prepakiranega blaga med državami članicami. Vendar te prepovedi ali omejitve, kot pravi člen, ne smejo biti sredstvo za samovoljno diskriminacijo ali prikrito omejevanje trgovine med državami članicami ( Stothers 2007, 74–76).

Sodišče ES je v svoji praksi<sup>6</sup> izoblikovalo pogoje, ki jih morajo izpolnjevati paralelni uvozniki pri prepakiranju izdelkov. Če spodaj navedeni pogoji niso izpolnjeni, imetnik znamke lahko nasprotuje trženju teh izdelkov:

- Ponovno pakiranje je nujno za trženje proizvoda v državi članici uvoza.
- Ponovno pakiranje ne sme negativno vplivati na izvorno stanje proizvoda.
- Izgled ponovno pakiranega proizvoda ne sme škodovati ugledu blagovne znamke in njenega lastnika.
- Na novi embalaži mora biti jasno navedeno, kdo je prepakiral proizvod, kdo ga proizvaja in vir dodatnih izdelkov.
- Identifikacijske oznake ne smejo biti odstranjene z izdelkov.
- Imetnik znamke mora biti predhodno obveščen o trženju ponovno pakiranega proizvoda.
- Na zahtevo imetnika znamke mora uvoznik, ki je prepakiral izdelke, poslati vzorec prepakiranega proizvoda. ( Stothers 2007, 74–76)

Kadar proizvajalec uporablja različne blagovne znamke (*rebranding*) za enak izdelek v različnih državah članicah, se pojavi vprašanje, ali mora tudi vzporedni uvoznik pri ponovnem pakiranju ravnati po istem principu in zamenjati blagovno znamko. Okrožno sodišče v Stockholmu je v primeru sodnem primeru T-10375-99, *Aventis Pharma proti Pranova läkemedel* odgovorilo na zgornje vprašanje, ko je vzporedni uvoznik zamenjal znamki IMOVANE in LIMOVAN, ki ju je podjetje *Aventis Pharma* uporabljalo za farmacevtske izdelke v različnih državah. Sodišče je razsodilo, da podjetje *Aventis Pharma* lahko prepreči uvoz proizvodov, ker bi zamenjava imena pomenila kršitev blagovnih znamk.

*Sliki 2.1 in 2.2: Izgled blagovnih znamk LIMOVAN, ki se prodaja v Španiji in IMOVANE, ki se prodaja na Švedskem trgu*

---

<sup>6</sup> Pomembni odločbi sodišča ES sta *Hoffmann-La Roche proti Centrafarm* 102/77 (1978) in *Bristol-Mayers proti Paranova* 427/93, 429/93 in 436/93 (1996)



Vir:Dormidina (2011). Vir: Zopicloneworld (2011).



## **3 PARALELNI UVOZI NA PODROČJU BLAGOVNIH ZNAMK**

### **3.1 Pojem paralelnih uvozov**

Paralelni uvoz, imenovan tudi sivi uvoz, je izraz za uvoz blaga, zaščitenega s pravicami intelektualne lastnine, ki je uvoženo in ponujeno na policah določenega trga brez privolitve imetnika intelektualne pravice na tem trgu. Poudariti je potrebno, da gre za originalne proizvode, ki niso ponarejeni ali piratski in jih je izdelal imetnik intelektualne pravice oziroma nosilec licence te intelektualne pravice. Blago paralelnega uvoza je oblikovano, pakirano oziroma namenjeno za izpolnjevanje posebnih kulturnih, jezikovnih, okoljskih in drugih razmer v posameznih državah, nato pa uvoženo na drugi trg, ki ga ureja drugačni pravni red, različen od prvotno namenjenega ( International Trademark Association 2011).

Iz zgoraj napisanega sta razvidni dve glavni značilnosti paralelnih uvozov: (1) gre za proizvode, ki so zakonito dani na trg v državi izvoza, ter (2) nosilec pravice intelektualne lastnine v državi uvoza nasprotuje njihovemu uvozu (navadno zato, ker so proizvodi v različnih državah naprodaj po znatno različnih cenah).

Izraz paralelni uvozi opisuje naslednjo situacijo: določeni proizvod (X) je zaščiten s pravico intelektualne pravice ter je prisoten na tržišču v dveh ali več državah. Zavarovani proizvod X je naprodaj v različnih državah, med drugim tudi v državah A in B po različnih cenah. Oseba O je nosilec pravice intelektualne lastne v državi A, v kateri je naprodaj zavarovani proizvod X. Oseba O je lahko prijavitelj pravice ali pa je nosilec pravice, na katerega je bila pravica prenesena.

Paralelni uvoznik, oseba P, kupi izdelek po nižji ceni v državi izvoza B in ga uvozi v državo uvoza A, kjer je cena tovrstnih izdelkov na trgu višja. Izdelek, ki ga oseba P (neposredno ali preko drugih oseb) prodaja na trgu države A, je enak ali podoben izdelkom, ki jih na trgu te države prodaja oseba O (ali od nje neposredno ali posredno pooblaščen prodajalci), vendar oseba O ni dovolila njegove prodaje v državi A. Tako sta na trgu države A kot posledica vzporednega uvoza hkrati dve vrsti enakih proizvodov – proizvodi, ki jih prodajajo pooblaščen prodajalci po ceni C, ter proizvodi, ki jih prodajajo »paralelni« prodajalci po ceni D, pri čemer je cena D nižja od cene C. Blago, uvoženo s strani nepooblaščen osebe, lahko označimo kot paralelno (vzporedno) uvoženo glede na blago, ki je uvoženo preko osebe iz avtorizirane distribucijske mreže.

Zanimiv je tudi pogled Upadhyea, ki pravi:

Definicija...(sivega trga) je odvisna od tega, ali problem proučujemo z vidika paralelnega uvoznika ali z vidika domačega nosilca izključujoče pravice. Pri proučevanju z vidika nosilca pravice bi lahko definirali blago sivega trga, kot proizvode, ki so bili prodani v tujini, nosijo veljavno blagovno znamko in so bili na domači trg uvoženi brez soglasja nosilca blagovne znamke. Če pogledamo na problem s stališča pravic tujih nosilcev licence in paralelnih uvoznikov, pa lahko za blago sivega trga opredelimo proizvode, ki so sicer originalni, vendar na domačem trgu naprodaj zunaj uradnih distribucijskih kanalov (Upadhye 1996, 60).

Možnost imetnika intelektualne pravice, da prepreči paralelni uvozi na določenem gospodarskem trgu, je odvisna od interpretacije izčrpanja pravic intelektualne lastnine države uvoznice. Trenutno STO omogoča državam članicam, da same oblikujejo pravila izčrpanja intelektualnih pravic. Če se država odloči za sistem nacionalnega oziroma regionalnega izčrpanja pravic, imetnik pravice lahko omogoči preprečitev paralelnih uvozov, medtem ko mednarodni oziroma globalni sistem dopušča paralelne uvoze in jih obravnava kot zakonite.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> 6. člen Sporazuma TRIPS navaja: »Za namene reševanja sporov po tem sporazumu se ne sme nič v tem sporazumu skladno z določbami 3. in 4. člena uporabljati za obravnavanje vprašanja o izčrpanju pravic intelektualne lastnine.«

### 3.2 Ekonomski vzrok za nastanek paralelnih uvozov

Paralelni uvozi se pojavijo zaradi dobičkonosnih poslov, s katerimi se izkoriščajo različne cene (arbitraža) na tržiščih za enako blago. Podjetja pričnejo uvažati proizvode in jih prodajati zunaj distribucijskih kanalov zato, da se okoristijo s cenovno razliko proizvodov v različnih državah. Natančneje, paralelni uvoz se pojavi, kadar mednarodne razlike v ceni (izražene v skupni valuti) omogočajo dobiček kljub stroškom prevoza in prodaje blaga preko mej. Cenovne razlike tako stimulirajo paralelne uvoze proizvodov, pri čemer paralelni uvozniki, ki niso del proizvajalčeve uradne distribucijske mreže, kupijo proizvod na tržišču v državi, kjer ima ta proizvod nižjo ceno, in ga prodajo v državi, kjer ima višjo ceno.

Ekonomisti opredeljujejo nekaj razlogov za obstoj paralelnih uvozov:

- diskriminacija maloprodajnih cen,
- vertikalna kontrola cen s strani proizvajalca,
- gibanje valutnega tečaja,
- zastojkarstvo (*»free-riding«*) na fiksnih stroških trženja in
- kontrola cen s strani države.

#### 3.2.1 Diskriminacija maloprodajnih cen

Maskus pravi, da je najpogostejši dejavnik vzporednega uvoza diskriminacija maloprodajnih cen na različnih trgih s strani proizvajalcev. Proizvajalec maksimira dobiček z določitvijo cen v različnih segmentih trgov v skladu z lokalno elastičnostjo povpraševanja. Večji kot je trg in bolj kot je neelastično povpraševanje, višja je cena. Na majhnih trgih z elastično krivuljo povpraševanja potrošnik lahko kupi proizvod po nižji ceni. Ekonomisti, kot sta Varian in

Schmalensee ter drugi (Maskus 2001, 11) so že zdavnaj ugotovili, da lahko cenovna diskriminacija omogoči tudi pozitivne gospodarske koristi za družbo. Nujen vendar ne zadosten pogoj za povečanje blaginje je, da se poveča proizvodnja v okviru trgov diskriminiranih cen v primerjavi s trgi enotnih cen. V tem primeru lahko podjetje oskrbuje več potrošnikov (držav) z nižjimi cenami za izdelek, medtem ko dobiček ustvari preko potrošnikov, ki izdelek kupijo na trgih z višjo ceno (Maskus 2001, 11).

Malueg in Schwartz (Maskus 2001, 14) sta razširila to teorijo na mednarodno raven. Na svetovni ravni bi popolna prepoved vzporedne trgovine povzročila popolno diskriminacijo na trgu, kar bi pomenilo, da bi lahko vsak imetnik intelektualne pravice oziroma nosilec licence te intelektualne pravice določil ceno izdelka za določen trg. Popolna uveljavitev vzporednih uvozov pa bi pomenila, da bi se sčasoma razlike v ceni izenačile, saj bi bil imetnik intelektualne pravice oziroma nosilec licence te intelektualne pravice primoran prilagoditi ceno prvotnega izdelka paralelno uvoženemu izdelku (Maskus 2001, 14).

V tem poglavju bi se dotaknila še povezave med diskriminacijo maloprodajnih cen na trgu in spremembami v deviznih tečajih. Slednje so tudi lahko temelj za paralelne uvoze. Manj konkurenčna podjetja izkoriščajo valutne razlike sebi v prid tako, da razliko v valuti na dveh trgih izkoristijo in jo spremenijo v dobiček.

### **3.2.2 Vertikalna kontrola cen s strani proizvajalca**

Osnovno pravilo, da proizvajalci izvajajo cenovno diskriminacijo na maloprodajni ravni, je nekoliko zavajajoče, pravi Maskus (Maskus, 2001). Ponavadi proizvajalci prodajo svoje izdelke lokalnim distributerjem na debelo (grosistom), ki kot vmesni člen skrbijo, da izdelek pride v roke trgovcem na drobno. Druga razlaga za paralelne uvoze torej temelji na trgovinskem toku, ki kroži med mednarodnimi distributerji ali med lokalnimi distributerji in

trgovci na drobno. V številnih primerih učinkovita distribucija izdelkov zahteva, da ima imetnik pravice visoko stopnjo vertikalnega nadzora nad poslovanjem in dodeljevanjem svojih licenc.

Multinacionalke vzpostavljajo prodajo na novih trgih preko podeljevanja izključnih koncesijskih pravic svojim distributerjem. Podeljevanje licenc oziroma koncesijskih pravic omogoča lažji nadzor pri uveljavljanju kakovosti proizvodov. Slednje je lahko pomembno vprašanje na področju farmacevtskih izdelkov. Vendar pa je v praksi običajno težko ali pravno celo nemogoče z licenčno oziroma koncesijsko pogodbo prepovedati prodajo zunaj odobrene distribucijske verige, zaradi česar prihaja do paralelnih uvozov (Chard in Mellor 1989, 69–83).

Prepoved vzporednih uvozov koristi proizvajalcu, vendar ima takšna ureditev negotov vpliv na družbeno blaginjo v obeh državah, kjer se prodaja izdelek. Vzporedni uvozi soočajo proizvajalce originalnih izdelkov v matični državi in na drugih trgih z visokimi cenami s paralelnimi uvozniki, ki z vstopom na trg z nižjimi cenami povečujejo zadovoljstvo potrošnikov. Po drugi strani pa se z uveljavljanjem paralelnih uvozov zmanjšuje ponudba na trgih (trgi držav v razvoju), s katerih je paralelni uvoznik prvotno črpal izdelke, saj je proizvajalec na teh trgih nastavljal ponudbo glede na povpraševanje pred vstopom paralelnih uvoznikov na trg. Posledično pa pomanjkanje ponudbe na trgih z nižjo ceno izdelkov (trgi držav v razvoju) privede do zvišanja cen, kar pomeni, da so paralelni uvozi le kratkoročno učinkoviti.

### **3.2.3 Zastonjkarstvo (»free-riding«) na fiksnih stroških trženja**

Zastonjkarstvo v primeru paralelnih uvozov pomeni izogibanje paralelnega uvoznika plačevanju nekaterih stroškov, povezanih s paralelno uvoženim proizvodom. Paralelni uvozniki ustvarjajo svoj dobiček tako, da se izognejo stroškom investicij, trženja in stroškom

storitev, ki jih v teh primerih nosijo pooblašчени distributerji. Močan položaj na teritorialnih trgih pooblašчени distributerji gradijo s pomočjo oglaševanja, popustov, garancij ter servisa za izdelke. Predvsem slednje je edina zaščita pooblaščenega distributerja pred paralelnimi uvozniki, saj ti garancij in servisa ne morejo nuditi potrošniku (Maskus 2001, 21–22).

Pojav zastojkarstva je eden od glavnih razlogov za prepoved paralelnih uvozov na globalni ravni, zato Svetovna organizacija za intelektualno lastnino zagovarja načelo, da so omejitve paralelnih uvozov naravni podaljšek imetnikov pravic intelektualne lastnine za nadzor na vertikalnih trgih.

### **3.2.4 Kontrola cen s strani države**

Četrty razlog za obstoj paralelnih uvozov izhaja iz mednarodnih razlik v cenah, ki nastanejo zaradi kontrole cen na nacionalni ravni. Te razlike so določene za doseganje zastavljenih družbenih ciljev. Najbolj znani so primeri v farmacevtskem sektorju, kjer praktično vse države uravnavajo cene zdravil, da bi omejile stroške potrošnikov ali javne zdravstvene blagajne. Dokazano je, da se takšni predpisi močno razlikujejo med državami, kar ustvarja okoliščine za paralelne uvoze.

Kanada je primer države, kjer so predpisi in nadzor nad cenami ustvarili bistveno nižjo raven cen za zdravila na recept kot čez mejo v Združenih državah Amerike. Kljub zakonskim omejitvam paralelnih uvozov so ti postali močan in rastoč vir dobave farmacevtskih izdelkov v ZDA. Po raziskavi Cambridge Pharma Consultancy iz leta 2004 je vzporedni uvoz zdravil na recept iz Kanade znašal okoli 1,1 milijarde dolarjev v letu 2004, kar je približno 0,5% prometa na ameriškem trgu (Grossman in Edwin 2008, 2).

Paralelna trgovina s farmacevtskimi izdelki je razvita tudi v Evropi. Zaradi razlik v kontroli cen v državah članicah Evropske unije so nastale pomembne razlike v cenah farmacevtskih izdelkov v teh državah, zato je ta problematika tudi vir stalnih polemik.

Kanavos in Costa-Font trdita, da so razlike v ceni za nekatere izdelke znotraj EU tudi med 100% in 300%. Cene so najvišje v državah z razmeroma nekontroliranimi cenami, kot so Nemčija, Velika Britanija, Švedska, Nizozemska in Danska. Te države so priča znatne rasti paralelnih uvozov. Kot vzporedni izvozniki pa nastopajo Španija, Francija, Grčija, Italija in Portugalska, kjer vlada nadzor cen ali izrecne omejitve cen (Kanavos in Costa-Font 2004, 751–798).

*Tabela 3.1: Mednarodna primerjava proizvajalčevih cen za blagovne znamke zdravil po odmerku v ameriških dolarjih (1998)*

<b>zdravilo</b> <b>država</b>	<b>Norvasc</b> 5mg tablete	<b>Lipitor</b> 10mg tablete	<b>Pulmocort</b> 200y p. or A.	<b>Sandimmun</b> 100mg kapsule	<b>Neoral</b> 100mg kapsule	<b>Cipro</b> 5mg tablete	<b>Plendil</b> 5mg tablete	<b>Imovane</b> 7.5mg tablete
<b>ZDA</b>	0,97	1,46	0,43	5,03	4,47	2,94	0,72	ni podatka
<b>Kanada</b>	0,79	1,04	0,91	ni podatka	3,50	1,16	0,42	0,40
<b>Mehika</b>	0,71	1,17	ni podatka	5,90	7,32	1,70	0,64	0,28
<b>Brazilija</b>	0,83	0,89	ni podatka	4,57	4,47	3,76	0,65	0,38
<b>Združeno kraljestvo</b>	0,61	0,98	0,72	3,69	3,69	2,06	0,43	0,23
<b>Švedska</b>	0,57	0,94	0,34	ni podatka	ni podatka	3,28	0,53	0,22
<b>Italija</b>	0,58	0,89	0,17	3,04	3,12	1,82	0,30	0,26
<b>Španija</b>	0,42	0,83	0,14	ni podatka	2,61	1,79	0,33	0,13
<b>Češka</b>	0,42	0,98	0,16	ni podatka	2,98	1,70	0,28	0,13
<b>Japonska</b>	0,65	ni	ni podatka	ni podatka	ni	ni	0,31	ni

		podatka			podatka	podatka		podatka
<b>Koreja</b>	0,40	ni podatka	0,13	3	4,28	1,46	0,63	0,18
<b>Tajska</b>	0,43	ni podatka	0,10	1,1	3,14	1,27	0,27	ni podatka
<b>Indija</b>	0,09	ni podatka	ni podatka	ni podatka	ni podatka	0,14	0,07	ni podatka
<b>Južna Afrika</b>	0,34	ni podatka	0,08	4,19	4,45	1,35	0,53	0,35

Vir: Maskus (2001, 21–22).

Tabela 3.1 prikazuje podatke o cenah osmih blagovnih znamk zdravil v letu 1998 v več državah (podatki so v ameriških dolarjih). Tako na primer 5-mg tableta zdravila Norvasc v ZDA stane 0,97 \$, medtem ko so se cene na drugi trgih gibale od 0,09 \$ v Indiji do 0,83 \$ v Braziliji. Kljub možnosti za paralelni uvoz obstajajo znatne spremembe v cenah zdravil v EU, kjer je cena zgoraj navedenega zdravila v Britaniji 0,61 \$, kar je za 45% višje od cene v Španiji. V tem kontekstu je razvidno, da paralelni uvozi niso povzročili zniževanja cen na trgu zdravil v EU. Med državami v razvoju so bile cene v Mehiki in Braziliji precej višje kot v Koreji, na Tajskem, v Indiji in Južni Afriki. Zanimivo je tudi spoznanje, da so bile cene v Južni Afriki kar 3,7-krat višje od indijskih cen zdravil.

Te ugotovitve so večinoma skladne pri večini od naštetih zdravil. Poudariti je potrebno, da so cene zdravil v razvitih državah, kot so Kanada, Italija in Španija, veliko nižje kot v Mehiki, Braziliji in Južni Afriki. To odraža dejstvo, da obstaja precejšen nadzor nad cenami v razvitih državah. Iz tabele 3.1 je razvidno tudi, da cene zdravil v državah v razvoju ponekod presegajo cene zdravil v ZDA kljub temu, da ima ZDA značilno najvišje cene v primerjavi z ostalimi naštetimi državami v tabeli. Če bi izračunali povprečje cen, bi ugotovili, da drugo in tretje mesto držav z najdražjimi zdravili zasedata Brazilija in Mehika.



Ob pogledu na vpisane cene v tabeli se lahko vprašamo, ali multinacionalna farmacevtska podjetja cene produktov (zdravil) določajo glede na razlike v dohodku na prebivalca. Kot že omenjeno v poglavju 3.2.1, standardna teorija cenovne diskriminacije pravi, da so cene na segmentiranih trgih nižje v državah z nižjo in bolj elastično krivuljo povpraševanja, kar običajno povezujemo z revnejšimi državami. Rezultati v tabeli bežno prikazujejo zgoraj navedeno teorijo, vendar pa obstajajo tudi številni drugi dejavniki, ki vplivajo na odločitve farmacevtskih družb o formiranju cene na določenem tržišču.

### **3.3 Interesi, ki se srečujejo na področju paralelnih uvozov**

Kot že omenjeno, je pojem paralelnih uvozov kompleksen in ne vključuje le interesov številnih pravnih področij, temveč tudi interese državne gospodarske politike in posameznikov.

Pri obravnavanju paralelnih uvozov je potrebno upoštevati naslednje vidike:

- vidik nosilca blagovne znamke, za katerega nepooblaščen uporaba zaščitene pravice pomeni kršitev njegove blagovne znamke,
- vidik pooblaščenega distributerja, preko katerega se paralelni uvozniki neopravičeno okoriščajo z njegovimi stroški distribucije,
- vidik paralelnega uvoznika, ki meni, da so bili originalni proizvodi kupljeni legalno,
- vidik potrošnikov, ki stremijo k nižji ceni za enako blago ali storitev.

Pri sistemskem urejanju področja paralelnih uvozov je potrebno upoštevati vse zgoraj navedene vidike, saj le tako lahko dosežemo ravnotežje med različnim interesi. Rešitev oziroma ustrezen zakon mora vključevati celovite ugotovitve, kako ohranjati ravnotežje med različnimi interesi, bodisi zasebnimi ali javnimi. Natančneje, nosilcem intelektualnih pravic je

potrebno zagotoviti določene ugodnosti, kot je pravna zaščita pravice, ugled in posledično dober poslovni rezultat za svoj trud. Tudi vzporedni uvozniki bi morali imeti do neke mere možnost svobodnega odločanja o tem, kaj bodo uvažali. Kot tretji člen te verige nastopajo potrošniki, katerih glavni interes je večja izbira proizvodov na trgu, s tem večja konkurenčnost in nižje cene za enako kakovostne produkte.

Ko država določi režim izčrpanja pravic (nacionalno, regionalno ali globalno) kot splošno pravilo za ureditev paralelnih uvozov, se vzpostavi določeno ravnovesje, posledično pa se doseže optimalni učinek za družbo. Pri tem je potrebno upoštevati tudi nekatere druge instrumente, ki dopolnjujejo načelo izčrpanja, na primer nelojalno konkurenco in varstvo potrošnikov.

Kot je bilo že zgoraj omenjeno, je pri urejanju tega področja pomembno doseči ravnovesje med zasebnimi in javnimi interesi. Predstavniki zasebnih interesov so ponavadi imetniki pravic in uvozniki, medtem ko potrošniki običajno zastopajo javne interese<sup>8</sup>. Imetniki pravic intelektualne lastnine, ki imajo še posebej močan vpliv v razvitih državah, kjer svoje produkte prodajajo po visokih cenah, si prizadevajo za popolno prepoved paralelnih uvozov, saj s takšno politiko preprečujejo uvoz cenejših paralelnih izdelkov iz nerazvitih trgov. Argumenti zagovornikov paralelnih uvozov se nanašajo na pravico potrošnikov, da kupujejo kakovostne izdelke po najnižji možni ceni. Nosilci pravic tovrstne argumente izpodbijajo s trditvijo, da je takšen pristop kratkoviden in bo na koncu oškodovan le interes potrošnika.

Dejstvo je, da je vsak vidik tehten in da ima vsak od njih tudi racionalno razlago, kljub temu pa pomočnik vrhovnega sodnika na področju intelektualne lastnine na Kitajskem Zhang Hui pravi, da so argumenti imetnikov intelektualnih pravic nekoliko enostranski, ker temeljijo na predpostavki, da bo vzporedni uvoz škodoval podobi njihovih izdelkov. S tem zagovarja vidik paralelnih uvoznikov, ker meni, da nizka cena po svoji naravi ne pomeni slabše kakovosti ali

---

<sup>8</sup> Javni interes je razmeroma širok pojem. V diplomski nalogi se bom omejila le na javni interes potrošnikov, ki je najpogostejša kategorija.

škodljivega vpliva na podobo proizvodov. V tem primeru je le malo možnosti, da bi bila podoba domačih proizvodov uničena, poleg tega pa nizke cene godijo tudi interesom potrošnikov (Hui 2002, 17).

Omeniti je potrebno, da lahko dopuščanje paralelnih uvozov povzroči zмотo pri potrošniku. Načelo zмотe pri potrošniku je v ZIL-u vsebovano v 7. točki prvega odstavka 19. člena ter v nekoliko spremenjeni obliki v tretjem odstavku 94. člena. Zavajanje potrošnikov je lahko hkrati tudi dejanje nelojalne konkurence in je zato sankcionirano z Zakonom o varstvu konkurence. V tem kontekstu se postavi zanimivo vprašanje: Ali je zмотa pri potrošnikih sploh mogoča, če je blago originalno? Po eni strani do zмотe ne more priti zaradi originalnosti proizvodov (potrošniki kupijo to, kar so pričakovali), po drugi strani pa je mogoče upoštevati tudi druge dejavnike, povezane s proizvodom, kot so kakovost, popravila proizvodov, prostor, kjer se proizvod prodaja. Nasprotniki paralelnih uvozov navajajo značilna primera, v katerih je zaradi paralelno uvoženih proizvodov interes potrošnikov prizadet. V prvem primeru potrošnik želi kupiti proizvod. Med ogledovanjem različnih izdelkov v trgovini kupi proizvod, katerega blagovno znamko pozna. Kasneje se izkaže, da lastnosti kupljenega proizvoda niso povsem take, kot jih je potrošnik pričakoval, ker je bil ta proizvod izvirno namenjen in prilagojen drugemu trgu. Drugi primer pa govori o tem, da kupljen proizvod, sicer znan po svoji kakovosti in garancijah, navedenega nima, saj je bil kupljen zunaj uradne distribucijske mreže. Tako sta po mnenju nasprotnikov paralelnih uvozov v koliziji kratkoročni interes po cenejših proizvodih in dolgoročni interes, ki podpira pravice intelektualne lastnine tako v korist njihovih nosilcev kot v korist drugih subjektov (Davis 1898, 1410–1413).

### **3.4 Intelektualna lastnina in paralelni uvozi**

Mnenje večine teoretikov, podprto s primeri sodne prakse, je, da obstaja temeljna razlika med tolmačenjem paralelnih uvozov pri blagovnih znamkah ter ostalimi pravicami intelektualne lastnine. Razlika izhaja iz različnega izvora omenjenih pravic, različnih namenov, zaradi

katerih država zakonodaja vsaki od pravic priznava zaščito. Ena izmed temeljnih razlik je, da avtorsko delo, model ali patent odražajo vložek kreativnega dela, medtem ko je vrednost blagovne znamke predvsem v ugledu ter kvaliteti zaščitenega proizvoda.

Lahko bi rekli tudi, da je namen blagovne znamke interakcija s potrošnikom, ker mu omogoča razlikovanje označenega blaga od podobnega blaga. Nasprotno pa ostale pravice intelektualne lastnine nimajo te »komunikativne« vloge. Potrošniki se v veliki meri zanašajo na blagovne znamke kot na zagotovilo za določeno kvaliteto produktov, ki jih želijo kupiti. Kakovost kot lastnost blagovne znamke je Evropska Skupnost<sup>9</sup> priznala v svoji direktivi št. 89/104/EC, z dne 11.02.1989, ki je namenjena približevanju prava blagovnih znamk držav članic. Direktiva o znamkah v 1. točki 7. člena pravi, da nosilec znamke nima pravice prepovedati uporabe blaga, ki je bilo dano na trg Skupnosti ter je označeno s to znamko (regionalno izčrpanje pravic). Vendar pa mu ista direktiva v nadaljevanju člena 7 daje pravico, da ustavi nadaljnje uvoze proizvodov, če so le ti spremenjeni (npr. slabše kakovosti) ali poškodovani po tem, ko so bili dani na trg. Tako se lahko vzporedni uvoz blokira, če se izkaže, da zaradi posebnih okoliščin primera uporaba teh proizvodov s strani paralelnega uvoznika resno škoduje ugledu znamke (Van Bael in Bellis 2005, 598).

V zaključku tega poglavja lahko s pomočjo definicije vzporednih uvozov, opisane v poglavju 3.1, določimo še tri bistvene značilnosti vzporednih uvozov pri blagovnih znamkah:

- 1) pravna zaščita uvoženega izdelka – blagovna znamka izvira iz države uvoznice,
- 2) postopek uvoza paralelnih izdelkov ni odobren s strani imetnika pravice oziroma nosilca licence, vendar je v skladu s carinskimi zahtevami države uvoznice,
- 3) uvoženi izdelki so originali (niso ponarejeni ali piratski) v državi izvoznici.

### **3.5 Pravna praksa v različnih jurisdikcijah**

---

<sup>9</sup> O zakonodaji Evropske Skupnosti natančneje govorim v 4. poglavju diplomskega dela.

Za celotno razumevanje zakonodaje preprečevanja paralelnih uvozov v različnih državah je pomembno razumeti doktrino izčrpanja. V skladu s to doktrino se pravica imetnika blagovne znamke do nadzora nadaljnje prodaje proizvodov, zaščitenih z blagovno znamko, izčrpa po prvi prodaji tega izdelka na trgu. Vendar pa harmonizacija globalnega prava intelektualne lastnine ni ustvarila skupnega pristopa k vprašanju izčrpanja pravic. Nekaterе države so sprejele nacionalni sistem izčrpanja, v drugih pravnih sistemih, kot sta kanadski in pravni sistem Združenih držav, je doktrina izčrpanja pravic urejena na mednarodni ravni, »hibridni« pristop med prej opisanima pa je pristop regionalne izčrpanosti, katerega se poslužuje tudi EU.

10

EU je doktrino izčrpanja intelektualnih pravic uredila regionalno. Po tem pravilu je blago v prostem pretoku znotraj področja EU. Glavni cilj Sporazuma EGP je ustvariti homogen EGP.<sup>11</sup> Enotna razlaga in uporaba pravil je bistvenega pomena za učinkovito delovanje trga znotraj EGP. Bistveno načelo za doktrino prostega pretoka blaga in razlago koncepta izčrpanja pravic opisuje člen 7 direktive o znamkah. Poleti leta 1998 je Sodišče ES podalo pomembno odločitev v zadevi *Silhouette proti. Hartlauer* (sodni primer C-355/96) v zvezi z izčrpanjem pravic blagovne znamke *Silhouette*<sup>12</sup>. Odločitev sodišča je bila jasna, vsebovala je tudi razlago o tolmačenju zakonodaje v zvezi s paralelnimi uvozi iz držav zunaj EGP oziroma interpretacijo člena 7. direktive o znamkah. Sodišče je v svoji sodbi izhajalo iz dejstva, da je bila direktiva o znamkah uvedena z namenom omogočiti prosti pretok blaga in storitev. Za uveljavitev tega načela pa je ključnega pomena enako varstvo registriranih blagovnih znamk v vseh državah članicah. S tem v mislih je sodišče ES odredilo, da mora biti direktiva o znamkah obravnavana kot popolna uskladitev pravil držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami, zato je s takšno utemeljitvijo zavezalo vse države članice, da uveljavijo enako načelo regionalnega izčrpanja pravice iz blagovne znamke.

---

<sup>10</sup> Za podrobnejšo razlago glej poglavje 2.5.

<sup>11</sup> 1. člen (1) Sporazuma in četrta ter petnajsta uvodna izjava k Sporazumu EGP.

<sup>12</sup> Več v poglavju 5.1.1.

Za varovanje prostega pretoka zdravil, izboljšanje zdravstvenih standardov ter nižje cene zdravil znotraj EU so prodajalci sivega oziroma paralelnega blaga ustanovili *European Association of Euro-Pharmaceutical Companies* (EAEPC). Neprofitna organizacija ima sedež v Bruslju ter združuje evropsko farmacevtsko industrijo paralelne distribucije. Članstvo obsega več kot 70 podjetij iz 16 držav v EGP. Vsi izdelki, s katerimi trgujejo člani EAEPC, so odobreni na nacionalni ravni ali na ravni EU in izvirajo oziroma se prodajajo izključno v EGP preko dovoljenih trgovskih poti (European Association of Euro-Pharmaceutical Companies 2011).

Evropska komisija je opredelila paralelno trgovino kot "zakonito obliko trgovine z blagom med državami članicami Evropske unije" (Evropska komisija 2003b). Paralelna trgovina temelji na načelu prostega pretoka blaga na notranjem trgu. Izraz "paralelna" se je uveljavil, ker poteka vzporedno z distribucijskim omrežjem, ki so ga razvili proizvajalci sami oziroma njihovi dobavitelji. Gre za proizvode, ki so v vseh pogledih podobni tistim, ki se prodajajo znotraj zgoraj navedenih distribucijskih omrežij proizvajalcev oziroma njihovih dobaviteljev na ravni države članice (Evropska komisija 2003b).

V spodnji tabeli je prikazana slika obsega paralelnih uvozov po sektorjih, ki jih je preučilo ekonomsko-gospodarsko svetovalno podjetje NERA za potrebe Evropske komisije leta 1999.

*Tabela 3.2: Obseg paralelnih uvozov po sektorjih v državah članicah EU (1999)*

<b>Paralelna trgovina znotraj EU</b>	
<b>Obutev in usnjeni izdelki</b>	< 5%
<b>Glasbeni posnetki</b>	med 5–10%, ponekod tudi do 20%
<b>Motorna vozila</b>	do 5%
<b>Potrošniška elektronika</b>	okoli 5%

<b>Gospodinjski aparati</b>	< 5%
<b>Kozmetika in parfumi</b>	okoli 13%
<b>Obleke</b>	5–10%
<b>Brezalkoholne pijače</b>	0–15%
<b>Slaščice</b>	< 10%
<b>Alkoholne pijače</b>	< 5%

Vir: NERA, The economic consequences of the choice of regime of exhaustion in the area of trademarks (1999).

Obseg paralelnega uvoza v zgornji tabeli je odvisen od gibanja menjalnega tečaja, stroškov prevoza in distribucije, davkov in provizij kot tudi od cenovne diskriminacije, ki jo izvaja imetnik blagovne znamke.

Paralelni uvozi farmacevtskih izdelkov v EU so še posebej privlačni, saj cene zdravil ne določa trg na podlagi ponudbe in povpraševanja, temveč so regulirane s strani države. Zaradi nacionalne regulacije cen prihaja do precejšnih razlik v cenah med državami članicami. Do razlik v ceni pa lahko prihaja tudi zaradi različnih prodajnih strategij farmacevtskih podjetij. Po ocenah *European Federation of Pharmaceutical Industries and Associates* (EFPIA) je obseg paralelne trgovine znotraj farmacevtskega sektorja leta 2006 znašal 4.3 milijarde EUR. V spodnji tabeli je prikazan delež paralelne trgovine v farmacevtski industriji v letu 2006.

*Tabela 3.3: Delež paralelne trgovine v farmacevtski industriji v državah članicah EU (2006)*

<b>Država</b>	<b>Delež v %</b>
Danska	15.2
Nemčija	7.7
Nizozemska	10.4

Norveška	5.9
Švedska	13.3
Združeno kraljestvo	14.7

Vir: European Federation of Pharmaceutical Industries and Associates - EFPIA (2011).

ZDA urejajo pojem izčrpanja pravic patentov in avtorskih pravic nacionalno, načeloma pa dovoljujejo paralelne uvoze blagovnih znamk (izčrpanje pravice pri blagovni znamki urejajo mednarodno). V primeru, da imetnik znamke dokaže, da je paralelno uvoženo blago drugačne kvalitete od prvotnega blaga (ki se že prodaja na trgu), lahko ta prepreči takšen uvoz, saj bi blago drugačne kvalitete lahko povzročilo zmedo potrošnikov na trgu.

Japonsko gospodarsko pravo dovoljuje paralelni uvoz, razen v primeru, ko je takšna trgovina izrecno izključena s pogodbo (predpisom) ali kadar je prva prodaja predmet nadzora tujih cen. Sodna praksa Japonske je tako bolj naklonjena paralelnim uvozom kot praksa ZDA ali EU (Abbott 1998, 607–636).

Tako lahko ugotovimo, da v sistemu, kjer EU uveljavlja regionalno izčrpanje pravic, na drugi strani ZDA in Japonska uporabljata mednarodno (globalno) izčrpanje. Ob primerjavi obeh sistemov lahko povzamemo, da prvi ustvarja slabše okoliščine za potrošnika. Negativen vpliv potrošnik občuti v višjih cenah blaga v EU. Zato področje, ki uveljavlja regionalno izčrpanje, ni konkurenčno v tekmi s konkurenti, ki delujejo v pogojih globalnega izčrpanja pravic.

Ekonomisti se strinjajo, da prosta trgovina blagodejno vpliva na svetovno blaginjo. Nadalje so mnenja, da imajo kakršnekoli ovire oziroma omejitve za trgovanje nedvoumno slab vpliv na majhna gospodarstva, ki ne morejo vplivati na cene na globalnem trgu. Morebitne ovire oziroma omejitve proste trgovine imajo negativne posledice na blaginjo, kar prikazuje tudi članek iz časopisa *The Economist*, kjer je na podlagi analize navedeno, da tovrstne omejitve na



ravni EU prinašajo izgubo v višini 7% evropskega BDP (The Economist, 1998). Ti rezultati so bili pridobljeni s pomočjo modela popolne konkurence.

## 4 EVROPSKA UNIJA

### 4.1 Uvod

Evropska skupnost je bila ustanovljena leta 1958 kot Evropska gospodarska skupnost. Temelji so zapisani v pogodbi ES, ki je znana tudi kot Rimska pogodba. Z Maastrichtsko pogodbo (pogodbo EU) leta 1993 se je iz Evropske gospodarske skupnosti preimenovala v Evropsko skupnost. EU temelji na Pogodbi EU in je, kot pravi Bohinc, »nova evropska tvorba« (Bohinc 2007, 23). To je najpomembnejši organ, ki zajema Evropsko skupnost in Evropske skupnosti za atomsko energijo (Euratom). Do svojega izteka leta 2002 je zajemala tudi Evropsko skupnost za premog in jeklo (ESPJ). Poleg tega vsebuje določbe o skupni zunanji in varnostni politiki (SZVP) ter policijsko in pravosodno sodelovanje v kazenskih zadevah. EU trenutno šteje 27 držav članic, ena izmed njih je tudi Slovenija. Zadnja izmed pomembnih ratificiranih pogodb, ki ureja vprašanja in spremembe Evropske unije v 21. stoletju, je Lizbonska pogodba, ki je stopila v veljavo 1. decembra 2009. Ta pogodba dopolnjuje Pogodbo o Evropski uniji (PEU) in PES, ki ju je nasledila PDEU, zato v tem poglavju kot izhodišče za ureditev paralelne trgovine uporabljam izraz Evropska unija, kljub temu, da so bile ključne smernice, ki vplivajo na paralelno trgovino, sprejete že v Pogodbi ES. Če želimo v okviru Evropske unije določiti, do kakšne mere so omejene pravice intelektualne lastnine za zagotovitev prostega gibanja blaga v okviru Unije, je potrebno najprej preučiti člene pogodbe o delovanju EU, ki načeloma urejajo tako prost pretok blaga, pravo konkurence, kot tudi pravo intelektualne lastnine. V tem poglavju člene citiram v obliki, ki jo navaja pogodba o delovanju EU. Temeljni cilj, ki je zapisan že v pogodbi o evropski skupnosti, je vzpostavitev skupnega trga in ekonomske oziroma monetarne unije ter izvajanje skupne politike in dejavnosti v vsej Skupnosti (Bohinc 2007, 21). Medtem ko pogodba natančno opredeljuje načela prostega pretoka blaga in načela prava konkurence, pa pravice iz naslova intelektualne lastnine omeni le bežno, zato pravice intelektualne lastnine v veliki meri urejajo članice Unije same s svojo nacionalno zakonodajo.

## 4.2 Skupni trg

Ena od temeljnih nalog Evropske unije, ki jo določa člen 2. PDEU, je vzpostavitev skupnega trga. Člen 3 razširi temeljno nalogo ter vključi še spodaj navedene dejavnosti Unije:

- a) carinska unija,
- b) določitev pravil o konkurenci, potrebnih za delovanje notranjega trga,
- c) monetarna politika držav članic, katerih valuta je EURO,
- d) ohranjanje morskih bioloških virov v okviru skupne ribiške politike,
- e) skupna trgovinska politika.

Unija ima tudi izključno pristojnost za sklenitev mednarodnega sporazuma, kadar je ta sklenitev predvidena v zakonodajnem aktu Unije ali je potrebna, da se Uniji omogoči izvajanje njene notranje pristojnosti, ali kolikor lahko vpliva na skupna pravila ali spremeni njihovo področje uporabe (PDEU 2009).

Ključne dejavnosti, ki vplivajo na paralelno trgovino, so tiste o prostem pretoku blaga, svobodi opravljanja storitev, konkurenčnem pravu in obdavčevanju.

### 4.2.1 Prosti pretok blaga in storitev

Osnovni okvir za trgovino z blagom med državami članicami, prav tako tudi paralelno trgovino, je določen v členih 34, 35 in 36 PDEU. Člena 34 in 35 PDEU sta zasnovana zelo široko ter prepovedujeta količinske omejitve in ukrepe z enakim učinkom<sup>13</sup> na uvoz oziroma izvoz. Hojnikova pravi, da kljub temu, da navedena člena ne omenjata blaga, ni dvoma, da se uvoz in izvoz nanašata na blago, ker je to mogoče razumeti iz člena 36 PDEU, ki določa omejitve »pri uvozu, izvozu in blagu v tranzitu« (Hojnik 2010, 72). Prvi del člena 36 PDEU

---

<sup>13</sup> Obrazloženo v poglavju 4.2.1.1.

dopušča omejevalne ukrepe, ki omejujejo trgovino z blagom, katerega varuje industrijska in poslovna lastnina. Drugi del člena pa omeji možnost utemeljitve z navedbo, da ukrepi ne smejo biti sredstvo za samovoljno diskriminacijo ali prikrito omejevanje trgovine med državami članicami. Tratnik, Ferčič in Ferlinc menijo, da v skladu z odločbami Sodišča EU intelektualna lastnina nima absolutne prednosti pred prostim pretokom blaga (Tratnik in drugi 2004, 90).

Če povzamemo vse tri člene, PDEU ukinja blagovne kvote med državami članicami in omejitve z drugimi ukrepi, ki imajo enakovreden učinek. Vendar pa bi to pomenilo ukinitve številnih ukrepov, ki so nujni za javni red (na primer prepoved trgovine z nezakonitim blagom). Zatorej lahko države članice obdržijo takšne ukrepe, če jih je mogoče utemeljiti, pod pogoji iz člena 36 PDEU ali za zadovoljevanje »nujnih potreb« (*mandatory requirements*), dokler ne predstavljajo sredstva za samovoljno diskriminacijo ali prikrito omejevanje trgovine.

Čeprav večina paralelne trgovine obsega menjavo blaga, obstaja tudi nekaj primerov paralelne menjave storitev. Predpisi o svobodi opravljanja storitev niso tako jasno določeni kot predpisi o prostem pretoku blaga, vendar pa so glavna določila navedena v členih 56, 59, 61, 62 in 52 (1) PDEU. »Nacionalni ukrepi so pogosto usmerjeni na pretok blaga in storitev hkrati, zato sodišče EU pogosto pojasnjuje kompleksno razmerje med členom 34 PDEU (prejšnji člen 28 PES) in členom 56 PDEU (prejšnji člen 49 PES), ki zagotavlja prosto opravljanje storitev. Široko priznано je, da sta določbi zelo tesno povezani, čeprav je blago opredmeteno, medtem ko storitve niso. Vendar pa obe svoboščini vključujeta ekonomske transakcije med državami članicami, ki so običajno trgovinske narave« (Hojnik 2010,77). Seznam možnih utemeljitev v členu 52 (1) je bistveno krajši kot v členu 36 in ne vključuje varstva industrijske in poslovne lastnine.

#### **4.2.1.1 Princip *Rule of Reason***

Sodišče EU je preko sodne prakse določilo osnovne principe za ugotavljanje ukrepov z učinkom, enakovrednim količinski omejitvi. Vodilna sodba na tem področju je sodba v primeru 8/74 *Procureur du Roi proti Dassonville in drugi* iz leta 1974. V tem primeru je Sodišče odločilo, da so ukrepi z enakovrednim učinkom vsa pravila o trgovanju, uveljavljena v kateri od držav članic, ki utegnejo bodisi posredno ali neposredno oziroma dejansko ali potencialno zavirati trgovino z blagom med državami članicami. Poleg te definicije je Sodišče razvilo tudi nov princip, uporaben za situacije, ko v Uniji ni nobenega sistema, ki bi zagotovil označevanje izvora blaga zaradi varstva potrošnikov – v tem primeru se uporablja princip *Rule of Reason* in posamezne države članice lahko sprejmejo ukrepe, ki bodo preprečili nepošteno poslovno prakso v zvezi z označevanjem blaga, pri čemer morajo biti ti ukrepi razumni, izpolnjeni pa morajo biti tudi drugi pogoji (Gromley 1985, 51).

Na splošno lahko rečemo, da Sodišče EU izhaja iz predpostavke, da države članice s svojimi predpisi bolj ali manj varujejo iste interese. To pomeni, da ti predpisi, če tudi niso enaki, načeloma zagotavljajo približno enako raven zaščite teh interesov. Zato izdelek, ki je v eni državi članici legalno izdelan in dan v promet, načeloma mora imeti tudi dostop do tržišča v vseh drugih državah članicah. Le v primeru, da država uvoznica dokaže, da zakonodaja v državi izvora ne nudi zadostne zaščite, je lahko dopustno uporabiti lastne predpise. Vendar je pri tem potrebno v polni meri upoštevati pogoje, ki jih je izdelek moral izpolnjevati v državi izvora (Tratnik in drugi, 2004, 92).

#### **4.2.2 Konkurenčno pravo**

Konkurenčno pravo je prav tako zelo pomembno področje pri omejitvah z ukrepi, ki jih je mogoče sprejeti proti paralelni trgovini. Vloga konkurenčnih pravil pri onemogočanju paralelnih uvozov je omejena le na primere, ko gre na strani osebe, ki skuša preprečiti paralelne uvoze, istočasno tudi za zlorabo prevladujočega (dominantnega) tržnega položaja ali pa za dogovor z drugim subjektom o omejitvi konkurence.

Na ravni Evropske unije so ustrezne določbe PDEU, določene v členu 101, ki prepoveduje protikonkurenčne sporazume in usklajuje ravnanja, in členu 102, ki prepoveduje protikonkurenčno obnašanje podjetjem, ki imajo prevladujoč položaj na trgu. Pogodbene določbe so dopolnjene s postopkovno uredbo, sprejeto v skladu s členom 103, skupaj s številnimi izjemami, ki določajo, da je nekatere skupine sporazumov treba utemeljiti v skladu s členom 101 (3) PDEU. Komisija je objavila tudi nekaj smernic, ki zajemajo različne vidike analiz členov 101 in 102. Vendar pa so te smernice le mnenje Komisije in ne posegajo v razlago, ki bi jo lahko dalo Sodišče prve stopnje in Sodišče EU (Stothers 2007, 11).

#### **4.2.3 Obdavčenje**

Razlike v obdavčitvi lahko igrajo pomembno vlogo pri spodbujanju paralelne trgovine. PDEU med drugim zagotavlja prost pretok blaga tudi tako, da prepoveduje finančne ovire za pretok blaga. Ena izmed teh ovir so carinske dajatve, ki bi lahko delovale kot ovira pri paralelni trgovini, če PDEU v členu 30 tega ne bi prepovedal. Tratnik meni, da države članice v skladu s členom 30 PDEU ne smejo naložiti dajatev pri uvozu izdelkov iz druge države članice oziroma pri izvozu v druge države članice (Tratnik in drugi, 2004, 80).

Prepoved iz člena 30 PDEU se nanaša na carinske denarne dajatve, ki so enostransko naložene in bremenijo blago ob prehodu državne meje. Nasprotno pa so dovoljene dajatve, ki so naložene na domače in uvoženo blago ter se štejejo kot notranji davek in so obravnavane v skladu s členom 110 PDEU, ki nalaga, da obdavčitev ne diskriminira uvoženega blaga.

Te določbe še vedno omogočajo precejšno fleksibilnost državam članicam, da same oblikujejo različne politike obdavčenja, ki se odražajo v različnih cenah življenjskih potrebščin.

## **4.3 Pravni viri, ki urejajo področje paralelnih uvozov v EU**

### **4.3.1 Prva direktiva Sveta 89/104/EGS z dne 21. 12. 1988, o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami**

Leta 1989 je Svet Evrope sprejel direktivo št. 104, kjer je urejena tudi doktrina o izčrpanju pravic. »Dejstvo je, da ta direktiva ES ne harmonizira prava znamk v celoti, temveč zgolj del. Zdi se, da so bile predmet harmonizacije samo tiste določbe nacionalnega prava znamk, ki najbolj neposredno učinkujejo na delovanje notranjega trga, medtem ko lahko države članice EU glede določb, ki niso predmet harmonizacije, obdržijo obstoječo nacionalno zakonodajo« (Repas 2007, 73).

V skladu s točko 1 člena 7 te direktive se pravica imetnika intelektualne lastnine izčrpa, ko je blago dano na trg EU s strani imetnika blagovne znamke oziroma z njegovim soglasjem. Z drugimi besedami, prva prodaja blaga zaščitenega z blagovno znamko v eni izmed držav članic EU izčrpa pravico njenega lastnika ali imetnika licence, da bi omejeval nadaljnjo trgovanje tretjih oseb z zaščitenim blagom.

Direktiva o znamkah je bila razveljavljena z direktivo 2008/95/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. oktobra 2008 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami (Ur.l. EU 299, 8.11.2008), ki je začela veljati 28. novembra 2008.

### **4.3.2 Uredba Sveta ES 40/94 z dne 20. 12. 1993, o znamki Skupnosti**

Ta uredba temelji na določbah direktive, omenjene v poglavju 4.3.1, le da se vsebina uredbe nanaša na znamko Skupnosti. Med tem ko omenjena direktiva o znamkah izhaja iz

nacionalnega prava znamk, pa ta uredba obsega registracijo in varstvo znamke Skupnosti. Repas trdi, da je takšna rešitev povsem smiselna, saj se tudi znamke, ki so podeljene na podlagi uredbe ES, uporabljajo v EU in prav tako vplivajo na notranji trg, podobno kot nacionalne znamke držav članic EU (Repas, 2007, 75).

#### **4.3.3 Direktiva ES 2004/48 z dne 29. 4. 2004 o uveljavljanju pravic intelektualne lastnine**

Namen direktive 2004/48 je v državah članicah EU harmonizirati določbe, ki zadevajo uveljavljanje pravic intelektualne lastnine. Te določbe tako neposredno zadevajo tudi znamke. Sprejeta je bila zaradi razlik tega področja v nacionalnih zakonodajah držav članic EU, zaradi česar je obstajala upravičena bojazen pred izdelavo in prodajo piratskega blaga v državah, ki imajo šibkejšo varstvo intelektualne lastnine. Slovenija je implementirala določbe te direktive z novelo ZIL-1C za področje industrijske lastnine (Repas, 2007, 75).



## **5 SODNI PRIMERI PARALELNIH UVOZOV NA PODROČJU BLAGOVNIH ZNAMK**

### **5.1 Paralelni uvozi na področju blagovnih znamk iz tretjih držav v EU**

#### **5.1.1 Sodni primer sodišča ES: Silhouette International Schmied GmbH & Co. KG proti Hartlauer Handelsgesellschaft mbH (C-355/96) ter ostali primeri**

V tem poglavju se osredotočam na primere, kjer je blago, zavarovano z znamko, uvoženo iz tretjih držav v države članice EU. Čeprav na prvi pogled izgleda, da so odgovori na vprašanje o regionalnem izčrpanju sila preprosti, je v praksi ta problematika precej bolj zapletena.

Preden je bila sprejeta direktiva o znamkah, je bila ureditev vprašanja o izčrpanju stvar nacionalne jurisdikcije posamezne države članice. Z omenjeno direktivo pa je Komisija celovito uredila to področje ter izčrpanje pravic omejila regionalno znotraj Unije. Leta 1998 je bila izdana odločba sodišča ES, ki predstavlja precedenčni primer na tem področju. Odločba v primeru C-355/96 jasno odgovori na vprašanje izčrpanja pravic v primeru neposrednega uvoza iz tretje države v Unijo in s tem postavi temelje za sodno prakso na področju regionalnega izčrpanja pravic.

Tožnik, Silhouette International Schmied GmbH & Co<sup>14</sup> izdeluje očala višjih cenovnih razredov ter jih prodaja pod blagovno znamko Silhouette. To je znamka, ki je registrirana v Avstriji in večini držav sveta. V Avstriji Silhouette sam dobavlja očala optikom, medtem ko v drugih državah to nalogo opravljajo njegove hčerinske družbe ali pooblašeni distributerji.

---

<sup>14</sup> V nadaljevanju Silhouette.

Tožena stranka, Hartlauer Handelsgesellschaft GmbH<sup>15</sup>, je znana kot eden največjih avstrijskih ponudnikov avdio-video izdelkov, računalništva, fotografije, optike ter očal, ki jih prodaja po nižanih cenah. Nizke cene blaga so njegov razpoznavni znak. Silhouette blaga za Hartlauer ne dobavlja, saj meni, da bi prodaja očal v Hartlauerjevih trgovina škodovala podobi oziroma ugledu znamke Silhouette. Oktobra leta 1995 je Silhouette prodal več zastarelih oblik okvirjev bolgarskemu podjetju Union Trading v znesku 261.450,00 USD. Silhouette je ob prodaji svojemu pooblaščenemu distributerju naročil, da so izdelki namenjeni izključno za bolgarski oziroma bivši sovjetski trg. Kljub temu je Hartlauerju (ki ni distributer za Silhouette) uspelo pridobiti 21.000 Silhouettovih okvirjev ter jih uvoziti iz Bolgarije nazaj v Avstrijo.

Silhouette je na avstrijskem sodišču vložil tožbo proti Hartlauerju, v kateri je zahteval, da se toženi stranki prepove prodaja očal blagovne znamke Silhouette z očitkom, da to blago ni bilo dano na trg Evropskega gospodarskega prostora (EEA) s strani Silhouetta oziroma s strani pooblaščenega distributerja (Mylly 2002). Tožba se je nanašala na interpretacijo člena 7 direktive o znamkah. Pred sprejetjem člena 7 direktive o znamkah v avstrijski pravni red je Avstrija sledila pravilu o mednarodnem izčrpanju pravice. Pravni položaj Avstrije v zvezi s izčrpanjem pravice po uveljavitvi člena 7 je bil negotov, zato se je avstrijsko vrhovno sodišče v zgoraj omenjeni zadevi po pomoč obrnilo na Sodišče ES. Sodišče ES je pojasnilo dve temeljni vprašanji v zadevi Silhouette, ki sta bili:

- 1) Ali se člen 7 direktive o znamkah lahko interpretira tako, da daje imetniku znamke pravico prepovedati tretji osebi uporabo znamke za blago, ki je bilo dano na trg pod to znamko v državi, ki ni država pogodbenica?
  
- 2) Ali se lahko člen 7 (1) direktive o znamkah interpretira tako, da na podlagi tega člena imetnik blagovne znamke lahko pridobi odredbo zoper tretjo osebo, s katero prepove nadaljnjo

---

<sup>15</sup> V nadaljevanju Hartlauer.

uporabo svoje znamke za proizvode, ki so bili dani na trg izven EGP pod to znamko s strani imetnika ali z njegovim soglasjem?

Hartlauerjevi argumenti v zvezi s prvim vprašanjem se nanašajo na interpretiranje besedila člena 7 direktive o znamkah. Argumentiral je, da člen 7 (2) ne rešuje vprašanja izčrpanja pravic iz blagovne znamke celovito, saj opredeljuje le del o izčrpanju pravic znotraj EGP ter tako dopušča, da vsaka država članica preko nacionalne zakonodaje sama določi pravila o izčrpanju blagovne znamke zunaj EGP. Silhouette je na drugi strani trdil, da je razlaga, ki jo predlaga Hartlauer, v nasprotju z besedilom člena 7 in namenom direktive. Pri prvem vprašanju je Sodišče ES prišlo do zaključka, da je člene od 5 do 7 potrebno razlagati tako, da zagotavljajo popolno harmonizacijo na področju pravic v zvezi z blagovnimi znamkami. Opiralo se je na dejstvo, da člen 5 (2), ki opredeljuje pravice imetnika blagovne znamke, daje državam članicam možnost razširjene pravice pri znamkah z ugledom (med drugim lahko imetnik blagovne znamke tretji osebi prepove uvoz/izvoz pod tem znakom). S takšno pravico ta člen zagotavlja nemoteno delovanje notranjega trga. Takšno interpretacijo je Sodišče ES impliciralo tudi na člen 7 ter potrdilo, da se člen 7 nanaša le na trg znotraj EGP. Kot odgovor na prvo vprašanje je Sodišče ES v sodbi navedlo, da so nacionalni predpisi, ki določajo mednarodno izčrpanje pravice blagovne znamke v zvezi blagom, ki je bilo dano na trg zunaj EGP in označeno s to blagovno znamko s strani imetnika ali z njegovim soglasjem, v nasprotju s členom 7 (1) direktive o znamkah (Lambert 2001).

Na drugo vprašanje je Sodišče ES odgovorilo, da nacionalno pravo (v skladu z zakonodajo Skupnosti) direktive ne sme razlagati tako, da je člen 7 podlaga imetniku pravice za pridobitev odredbe zoper tretjo osebo, s katero prepove nadaljnjo uporabo svoje znamke za proizvode, ki so bili dani na trg izven EGP pod to znamko s strani imetnika ali z njegovim soglasjem.

Enako odločitev, da so pravice imetnika blagovne znamke izčrpane le, če je blago dano na trg v EGP, je sodišče ES sprejelo tudi marca 1999 v zadevi Sebago<sup>16</sup>. V tem primeru je paralelni uvoznik po nizki ceni uvozil čevlje blagovne znamke Sebago iz Salvadorja v Belgijo.

Člen 7(1) direktive o znamkah ne daje neposrednega odgovora na vprašanje, ali mora biti soglasje imetnika znamke izrecno in nedvoumno ali je lahko tudi tiho ali implicitno. Ta problem je sodišče ES reševalo v združenih primerih Zino Davidoff proti A & G Imports in Levi Strauss proti Tesco in Costco<sup>17</sup>. Prvi primer govori o paralelnem uvozu izdelkov Davidoff, ki so bili proizvedeni v EGP, vendar so bili namenjeni (izvoženi) za azijski trg, natančneje Singapur. Imetnik pravice je distributerju celo s pogodbo prepovedal njihov uvoz nazaj na EGP. Drugi primer pa govori o kavbojkah Levi's, ki so se pod licenco proizvajale zunaj EGP ter so bile uvožene v Združeno kraljestvo. Glede na dejstva v obeh primerih je Sodišče ES prišlo do zaključka, da je soglasje odločilen dejavnik pri prenehanju pravice lastnika blagovne znamke, zato mora biti to soglasje izraženo na tak način, da je odstop imetnika od pravice jasen. Sodišče ES je odločilo, da o implicitnem soglasju k uvozu blaga v EGP ni mogoče sklepati iz molka imetnika znamke.

Stališče EU glede mednarodnega izčrpanja pravice se znatno razlikuje od stališča na področju izčrpanja pravice v ZDA in na Japonskem. Sodna praksa na področju doktrine o izčrpanju je po zadevi Silhouette jasna in enotna ter s tem v skladu z načelom pravne varnosti. Poleg tega regionalno izčrpanje preprečuje ovire v notranji trgovini v EU (Lambert 2001). Kritiki evropske ureditve izčrpanja pravic menijo, da je težko sprejeti dejstvo, da v globalnem gospodarstvu imetnik pravice lahko prepreči oziroma nadzoruje nadaljnjo prodajo blaga zunaj EGP. Menijo tudi, da je sprejeta doktrina enostransko naklonjena interesom imetnikov blagovnih znamk in zanemarja skrb za potrošnike in uvoznike izdelkov.

---

<sup>16</sup> Primer Sebago Inc. proti Ancienne Maison Dubois et Fils S.A. v GB Unic S.A., C-173/98 (1999)

<sup>17</sup> Združeni primeri Zino Davidoff SA proti A & G Imports Ltd C-414/99, Levi Strauss & Co. In Levi Strauss (UK) Ltd proti Tesco Stores Ltd in Tesco plc C-415/99, ter Levi Strauss & Co. in Levi Strauss (UK) Ltd proti Costco Wholesale UK Ltd, formerly Costco UK Ltd C-416/99 (2001)

## **5.2 Paralelni uvozi na področju blagovnih znamk znotraj EU**

### **5.2.1 Sodni primer sodišča ES: Deutsche Grammophon GmbH proti Metro-SB GmbH (C-78/70) ter ostali primeri**

V sodni praksi EU je bilo načelo regionalnega izčrpanja intelektualnih pravic prvič obravnavano v primeru C-78/70, kjer sta se soočili stranki Deutsche Grammophon in Metro. Kot tožeča stranka v tej zadevi nastopa Deutsche Grammophon, ki v Nemčiji proizvaja avtorsko zaščitene zvočne posnetke ter jih med drugim prodaja pariški hčerinski družbi (Brazell in Harrison 2001). Kot tožena stranka nastopa Metro, veriga samopostrežnih trgovin na debelo, ki je v tem primeru paralelno uvozila zvočne posnetke iz Pariza nazaj v Nemčijo. Sodišče ES je v tej odločbi izrecno določilo, da imetnik blagovne znamke s prvo prodajo znotraj regije izčrpa pravico, nadaljnjo omejitev prodaje tega blaga v regiji pa določa člen 36 PDEU ter načelo prostega pretoka blaga in ne več imetnik pravice. Svojo utemeljitev je Sodišče ES oblikovalo po načelu prostega pretoka blaga med državami članicami in odprtosti nacionalnih trgov.

Z enako sodno prasko je sodišče ES nadaljevalo v primeru Centrafarm proti Winthrop<sup>18</sup> leta 1974. Sodišče je ponovno odločilo ter potrdilo načelo regionalnega izčrpanja pravice, da uveljavljanje pravic iz naslova blagovne znamke z namenom prepovedi prodaje proizvoda na trgu v drugi državi članici ni v skladu z načelom prostega pretoka blaga znotraj EU ( IPPT – Centrafarm v Winthrop). Kljub temu, da imetnika pravice ščiti nacionalni zakon, ki mu je dodelil pravico za uporabo znamke, je na regionalni ravni (to je znotraj EU) potrebno upoštevati določbe Pogodbe PDEU, v tem primeru člena 7, ki govori o izčrpanju pravice. Neskladje med nacionalnimi zakonodajami bi lahko izkrivilo konkurenco med državami

---

<sup>18</sup> Primer Centrafarm BV proti Winthrop BV, C-16/74 (1974)

članicami, zato Sodišče ES meni, da je pri razvijanju doktrine o regionalni izčrpanosti pravice upoštevalo tako ekskluzivne pravice imetnika znamke ob prvi prodaji kot tudi potrebe skupnega trga ( Shekhtman in Sesitsky 2008).

## **6 SKLEP**

Pri iskanju idealne rešitve problematike paralelnih uvozov na področju blagovnih znamk bi morali upoštevati vidike in interese vseh vpletenih v to problematiko. Glavni akterji so:

- imetnik blagovne znamke, za katerega nepooblaščen uporaba zaščitene pravice pomeni kršitev njegove blagovne znamke,
- pooblaščen distributer, preko katerega se paralelni uvozniki neopravičeno okoriščajo z njegovimi stroški distribucije,
- paralelni uvoznik, ki meni, da so bili originalni proizvodi kupljeni legalno,
- potrošnik, ki stremi k nižji ceni za enako blago ali storitev.

Da bi lažje potrdila oziroma ovrgla v začetku diplomskega dela postavljeno hipotezo, v nadaljevanju najprej predstavim argumente nasprotnikov in zagovornikov paralelnih uvozov.

### **6.1. Argumenti nasprotnikov paralelnih uvozov**

Glavni argument nasprotnikov paralelnih uvozov je, da paralelni uvozi pomenijo kršitev pravic intelektualne lastnine. Paralelna prodaja proizvodov zmanjšuje konkurenčnost imetnikov pravic, prav tako pa jim omejuje nadzor nad prodajo in posledično otežuje boj proti ponarejanju in piratstvu. Nasprotniki paralelnih uvozov zastopajo tudi stališče, da paralelni uvozniki s takim početjem zavajajo potrošnike. Paralelno uvoženi proizvodi včasih ne nudijo garancij za kupljeno blago, ne dosegajo standarda države uvoza ali pa zunanja podoba (embalaža) ni skladna z zakonodajo države uvoznice. Imetniki pravic se soočajo tudi z drugimi posledicami, ki jih prinašajo paralelni uvozi. Tako lahko paralelni uvoznik ogrozi ugled blagovne znamke. Blagovna znamka višjega cenovnega razreda na primer, katere ugled je imetnik pravice oziroma pooblaščen distributer gradil s posebno obliko trženja in prodajo v ekskluzivnih prodajalnah, lahko paralelni uvoznik ogrozi, tako da jo postavi na police supermarketa in jo promovira v povsem drugi luči (Pharmalicensing 2011). Z ekonomskega

vidika se paralelni uvozniki neupravičeno okoriščajo z denarjem, ki ga imetnik pravice oziroma pooblaščen distributer nameni za promocijo in oglaševanje svoje blagovne znamke. Paralelni uvozniki izkoriščajo cenovne razlike na trgih in s tem ustvarjajo dobiček, vendar pa tega ne prispevajo k razvoju, oglaševanju in ugledu blagovne znamke v nasprotju z imetnikom blagovne znamke oziroma njegovim distributerjem. Posledično imetniku blagovne znamke odžirajo tržni delež in manjšajo njegove dobičke. To lahko vodi v nezainteresiranost imetnikov pravic za inovativnost in vlaganje v razvoj.

## **6.2 Argumenti zagovornikov paralelnih uvozov**

Daleč najbolj zanimiva priložnost, ki jo ustvari vzporedni uvoz, je, da potrošnikom lahko ponudi cenejše proizvode, ki so originali in niso ponarejeni ali piratski ter jih je izdelal imetnik intelektualne pravice oziroma nosilec licence te intelektualne pravice. Zagovornike paralelnih uvozov predvsem zanima, zakaj sploh nastajajo razlike v cenah proizvodov med posameznimi trgi. Menijo, da so razlike v ceni proizvodov med posameznimi državami odraz monopolne moči, ki jo imetniki uveljavljajo na posameznem trgu, ter da blagovno znamko izkoriščajo za delitev trgov in posledično umetno dvignjene cene. Dopustitev paralelnih uvozov bi prispevala k bolj konkurenčnemu trgu z nižjimi cenami proizvodov, povečala bi se razpoložljivost proizvoda in razširila izbira blaga. Znižane cene proizvodov bi približale tudi prej manj dostopne oziroma dražje proizvode širši množici, ki si tega običajno ne bi mogla privoščiti. Čeprav bi popolna dopustitev paralelnih uvozov oziroma režim mednarodnega izčrpanja pravice do neke mere dopuščal tudi uvoz ponaredkov, je možno tudi, da bi paralelniuvozi vseeno predstavljali močno oviro pri razvoju ponarejanja, saj bi ponarejeni izdelki izgubili privlačnost v primerjavi s cenovno ugodnimi originali blagovnih znamk, katerih nakup ne predstavlja pravnega tveganja (Evropska Komisija 2001, 6–8). Imetniki blagovnih znamk pa bi tako povečali svojo prodajo na globalni ravni na račun manjšega obsega ponaredkov.



### 6.3 Možne rešitve

Kot že omenjeno v začetku sklepa bi idealna rešitev paralelnih uvozov na področju blagovnih znamk morala zadovoljiti interese vseh akterjev. Možne rešitve pa so naslednje:

- popolna sprostitev paralelnih uvozov,
- popolna preprečitev paralelnih uvozov ali
- reguliranje paralelnih uvozov.

Zaenkrat interesom vseh akterjev nobena od predlaganih rešitev ne ustreza popolnoma. V nadaljevanju bom predstavila rešitev, ki bi bila po mojem mnenju najbolj primerna za rešitev problematike, hkrati pa bi potrdila tudi postavljeno hipotezo. Moje stališče je, da bi popolna sprostitev paralelnih uvozov povečala blaginjo potrošnikov v EU. Da bi potrošniki lahko prosto izbirali med konkurenčnimi dobavitelji in da bi podjetja konkurirala na trgu s ceno in kvaliteto in ne omejevala navedenega z monopolno močjo, ki jim jo trenutno omogoča lastništvo nad pravico, bi princip regionalnega izčrpanja morali spremeniti v globalnega.

Različne študije<sup>19</sup>, ki so preučevale učinke paralelnih uvozov, kažejo, da bi se z uveljavitvijo globalnega izčrpanja pravice cene na določenih sektorjih, kot so oblačila in obutev, parfumi in motorna vozila, lahko zmanjšale tudi do 30% (Stothers 2007, 362–364). Zveza potrošnikov EU ugotavlja, da so cene številnih proizvodov bistveno višje kot na trgu ZDA, kjer je v veljavi mednarodni princip izčrpanja pravice (Evropska Komisija 2001, 8). Glavni razlog za takšno stanje je dejstvo, da lahko imetniki znamk na trgu v EU na podlagi svojih pravic znatno omejujejo paralelne uvoznike pri izvajanju svojih aktivnosti.

V zaključku diplomskega dela potrjujem postavljeno hipotezo, da bi bilo paralelne uvoze potrebno popolnoma sprostiti in posledično v zakonodaji EU vzpostaviti režim mednarodnega

---

<sup>19</sup> Študija UK Select Committee (1999), študija Irish Competition Authority (1999), študija National Economic Research Associates (1999), študija Swedish Competition Authority (1999) in študija Danish Inter-Ministerial Working Group (1998–1999).

izčrpanja pravice, ki bi nadomestil obstoječi režim regionalnega izčrpanja pravice. Pri prvem se namreč pravice imetnika intelektualne lastnine izčrpajo že pri prvi prodaji proizvoda v katerem koli delu sveta, zato imetniki blagovnih znamke po prvi prodaji nimajo več vpliva na nadaljnjo prodajo in tako ne morejo diferencirati trgov. Dopustitev paralelnih uvozov bi prispevala k bolj konkurenčnemu trgu z nižjimi cenami proizvodov, kar potrošnikom prinaša večjo blaginjo. Da bi imetniki blagovnih znamk lahko ohranili vitalne pravice, ki jim jih prinaša registrirana blagovna znamka, svetujem da bi se doktrino mednarodnega izčrpanja dopolnilo z nekaterimi omejitvami, ki bi olajšale nadzor imetnikov nad prodajo zaščitenega blaga. Gre za primere, kjer paralelni uvozniki kršijo ugled blagovne znamke ali pa paralelni uvozi ne upoštevajo posebnih kulturnih, jezikovnih, okoljskih in drugih razmer, ki jih narekujejo posamezne države.

## 7 LITERATURA

Abbott, Frederick. 1998. First Report (Final) to the Committee on International Trade Law of the International Law Association on the Subject of Parallel Importation. *Journal of International Economic Law* (1): 607–636.

Black Cambell, Henry. 1990. *Black's law dictionary*. 6th Edition. St. Paul Minn: West Publishing.

Bohinc, Rado. 2007. *Pravo Evropske Unije, Temelji pravoznanstva EU za študente družboslovja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Brazell, Lorna in Rebecca Harrison. 2001. *Gray*. Dostopno prek: <http://www.twobirds.com/French/News/Articles/Pages/grey.aspx> (15. maj 2011).

*Carinska uprava RS*. Dostopno prek: <http://www.carina.gov.si> (19. januar 2011).

Chard, J. S. in C.J., Mellor. 1989. Intellectual Property Rights and Parallel Imports. *The World Economy* (12): 69–83.

Čizmić J.in D. Zlatović. 2002. *Komentar zakona o žigu*. Zagreb: Faber & Zgombić Plus.

Danish Patent and Trademark Office. 1999. *Industry Policy in Denmark: New Trends in Industrial Property Rights*. Copenhagen: The Danish Ministry of Trade and Industry.

Davis, T.H. 1898. Applying Grecian Formula to International Trade: K-Mart Corp. v Cartier, Inc and the Legality of grey Market Imports. *Virginia law Review* (75): 1410–1413.

Dormidina. 2011. *Sleeping Tablets Limovane*. Dostopno prek: [http://www.dormidina.co.uk/store/sleeping-tablets/limovan-30-pack/prod\\_3.html](http://www.dormidina.co.uk/store/sleeping-tablets/limovan-30-pack/prod_3.html) (20. marec 2011).

Evropska Komisija. 1989. *Direktiva št. 89/104/EC, z dne 11.02.1989 o približevanju zakonodaje držav članic v zvezi z blagovnimi znamkami*. Ur.l. EU 40/1989. Dostopno prek: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31989L0104:SL:HTML> (23. marec 2011).

---- 1993. *Uredba Sveta ES 40/94 z dne 20.12.1993, o znamki Skupnosti*. Ur.l. EU 11/1994. Dostopno prek: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1994R0040:20070101:SL:PDF> (13. februar 2011).

---- 2001. *Consumers' Association response. Parallel Trade & EU Trade Mark Law: Arguments against reforming the Trade Mark Directive*. Dostopno prek: [http://www.europarl.europa.eu/hearings/20010410/juri/7\\_evans.pdf](http://www.europarl.europa.eu/hearings/20010410/juri/7_evans.pdf) (21. maj 2011).

---- 2003a. *Uredba Sveta ES št. 1383/2003 z dne 22. 7. 2003 o carinskem ukrepanju zoper blago, glede katerega obstaja sum, da krši določene pravice intelektualne lastnine, in o ukrepih, ki jih je treba sprejeti zoper blago, glede katerega je ugotovljeno, da je kršilo take pravice*. Ur.l. EU 196/2003. Dostopno prek: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=DD:02:13:32003R1383:SL:PDF> (21. februar 2011.)

---- 2003b. *Commission Communication of 30 December 2003 on parallel imports of proprietary medicinal products for which marketing authorisations have already been granted*. Dostopno prek:

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/internal\\_market/single\\_market\\_for\\_goods/pharmaceutical\\_and\\_cosmetic\\_products/123110\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/internal_market/single_market_for_goods/pharmaceutical_and_cosmetic_products/123110_en.htm) (2. maj 2011).

---- 2004a. *Direktiva ES 2004/48 z dne 29. 4. 2004 o uveljavljanju pravic intelektualne lastnine*. Ur.l. EU 157/2004. Dostopno prek:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32004L0048:SL:NOT> (20. april 2011).

---- 2004b. *Uredba Komisije ES št. 1891/2004 z dne 21. 10. 2004 o sprejemu določb za uporabo Uredbe Sveta ES št. 1383/2003 o carinskem ukrepanju zoper blago, glede katerega obstaja sum, da krši določene pravice intelektualne lastnine, in o ukrepih, ki jih je treba sprejeti zoper blago, glede katerega je ugotovljeno, da je kršilo take pravice*. Ur.l. EU 328/2004. Dostopno prek:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R1891:20071006:SL:PDF> (21. februar 2011).

Gromley, L.W. 1985. *Prohibiting restrictions on trade within the EEC*. Amsterdam: Elsevier.

Grossman, Gene M. in Edwin L.-C. Lai. 2008. Parallel imports and price controls, *RAND Journal of Economics* (39): 2–4.

Hojnik, Janja. 2010. *Prosti pretok blaga v EU*. Ljubljana: GV Založba.

Hui, Zang. 2002. *Comparative Study on Parallel Imports and Trade marks*. Dostopno prek: [www.chinaiprlaw.com/english/forum/forum35.htm](http://www.chinaiprlaw.com/english/forum/forum35.htm) (11. marec 2011).

Interbrand. 2011. *Best Global Brands 2010*. Dostopno prek: <http://www.interbrand.com> (31. januar 2011).

*International Trademark Association* (INTA). Dostopno prek: [www.inta.org](http://www.inta.org) (15. januar 2011).

IPPTCases. 2011. *IPPT19741031, ECJ, Centrafarm v Winthrop*. Dostopno prek: [http://www.ippt.eu/files/1974/IPPT19741031\\_ECJ\\_Centrafarm\\_v\\_Winthrop.pdf](http://www.ippt.eu/files/1974/IPPT19741031_ECJ_Centrafarm_v_Winthrop.pdf) (20. maj 2011).

Jadek Pensa, Dunja. 2008. *Znamka, njen ugled in varstvo*. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije.

Kanavos, Panos in Joan Costa-Font. 2005. Pharmaceutical Parallel Trade in Europe: Stakeholder and Competition Effects. *Economic Policy* 44 (44): 751–798.

*Kazenski zakonik RS* (KZ–UPB1). Ur.l. RS 95/2004. Dostopno prek: [http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r09/predpis\\_ZAKO4149.html](http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r09/predpis_ZAKO4149.html) (12. februar 2011).

Kenny P in P. McNutt. 1999. *Competition, Parallel Imports & Trademark Exhaustion: Two Wrongs form a Trademark Right*. Discussion Paper No. 8. Dublin: Irish Competition Authority, Dublin.

Lambert, Jane. 1998. *Trade Marks Case Note - Silhouette International Schmied GmbH & Co v Hartlauer HGmbH*. Dostopno prek: <http://www.ipitupdate.com/oldnipclaw/nipclaw/nipclaw/tm/silhou.htm> (22. maj 2011).

Maskus, Keith E. *Parallel imports in pharmaceuticals: Implications for competition and prices in developing countries*. Final report to World Intellectual Property Organization. Dostopno prek: [www.wipo.int/.../www.wipo.int-about-ip-en-studies-pdf-ssa\\_maskus\\_pi.pdf](http://www.wipo.int/.../www.wipo.int-about-ip-en-studies-pdf-ssa_maskus_pi.pdf) (20. februar 2011).

Myly, Tuomas. 2002. *A Silhouette of Fortress Europe? International Exhaustion of Trade Mark Rights in the EU*. Dostopno prek: [www.law.utu.fi/en/faculty/staff/silhouette.pdf](http://www.law.utu.fi/en/faculty/staff/silhouette.pdf) (5. maj 2011).

National Economic Research Associates (NERA), SJ Berwin in IFF Research. 1999. *The Economic Consequences of the Choice of a Regime of Exhaustion in the Area of Trademarks*. Dostopno prek: [ec.europa.eu/internal\\_market/indprop/docs/tm/summary\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/tm/summary_en.pdf) (2. april 2011).

*Obligacijski zakonik (OZ)*. Ur.l. RS 97/2007. Dostopno prek: [http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r03/predpis\\_ZAKO1263.html](http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r03/predpis_ZAKO1263.html) (16. februar 2011).

Palia, Aspy P. in Charles F Keown. Combating Parallel Importing: Views of US Exporters to the Asia-Pacific Region. *International Marketing Review* 8 (1).

Pharmalicensing. 2011. *Parallel imports – the latest*. Eversheds National Bioscience Group. Dostopno prek: [http://pharmalicensing.com/public/articles/view/964100513\\_397701a14832b](http://pharmalicensing.com/public/articles/view/964100513_397701a14832b) (19. maj 2011).

Pöch, Peter in Michael Krassnigg. 1998. *No global exhaustion of trademark rights Silhouette International Schmied GmbH & Co. KG v Hartlauer Handelsgesellschaft mbH*. Dostopno prek: <http://www.p-k.at/pages/pages.php?Ident=25&Entry=68> (22. maj 2011).

*Pogodba o delovanju evropske unije – The Treaty of the functioning of the European Union*. 2009. Dostopno prek: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:083:0047:0200:SL:PDF> (15. april 2011).

*Pogodba o ustanovitvi Evropske gospodarske skupnosti – Treaty establishing the European Economic Community, EEC Treaty.* 1957. Dostopno prek: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/institutional\\_affairs/treaties/treaties\\_eec\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/treaties/treaties_eec_en.htm) (20. januar 2011).

Pretnar, Bojan. 2002. *Intelektualna lastnina v sodobni konkurenci in poslovanju*. Ljubljana: GV Založba.

Puharič, Krešimir. 2003. *Zakon o industrijski lastnini s komentarjem*. Ljubljana: GV Založba.

Repas, Martina. 2007. *Pravo blagovnih in storitvenih znamk*. Ljubljana: GV Založba.

--- 2010. *Konkurenčno pravo v teoriji in praksi*. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije.

Shekhtman, Ekaterina in Evgeniy Sesitsky. 2008. *Exhaustion and parallel importation in the field of trademarks*. Dostopno prek: <http://www.turin-ip.com/research-papers/papers-2008/Shekhtman-Sesitsky.FINAL.pdf/view> (22. maj 2011).

*Sporazum o trgovinskih vidikih pravic intelektualne lastnine – Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights.* 1994. Dostopno prek: [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/trips\\_e/t\\_agm0\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/t_agm0_e.htm) (11. februar 2011).

Stothers, Christopher. 2007. *Parallel trade in Europe, Intellectual Property, Competition and Regulatory Law*. Oregon: Hart Publishing.

Swedish Competition Authority. 1999. *Parallel Imports – Effects of the Silhouette Ruling*, Report Series. Stockholm: Swedish Competition Authority.



*The Economist*. 1998. A grey market, 3.12.1998. Dostopno prek: <http://www.economist.com/node/178332> (11. april 2011).

Tratnik, Matjaž, Aleš Ferčič in Maja Ferlinc. 2004. *Osnove prava Evropske unije*. Maribor: Obzorja, založništvo in izobraževanje.

Trstenjak, Verica, Rajko Knez in Damjan Možina. 2005. *Evropsko pravo varstva potrošnikov, Direktive ES/EU z uvodnimi pojasnili*. Ljubljana: GV Založba.

Tržni inšpektorat RS. Dostopno prek: <http://www.ti.gov.si> (20. januar 2011).

Tuerco, Antonio. 2010. Different shades of grey in Canadian and US approaches to parallel imports. *World Trademark Review* (24): 25–27.

Upadhye, Shashank. 1996. Rewriting the Lanham Trademark Act to Prohibit the Importation of All Grey Market Goods. *Seton Hall Legislative Journal* (20): 60–61.

Urad za intelektualno lastnino (UIL). Dostopno prek: [www.uil-sipo.si](http://www.uil-sipo.si) (20. januar 2011).

Urad za harmonizacijo na notranjem trgu (OHIM). Dostopno prek: [www.oami.europa.eu](http://www.oami.europa.eu) (30. januar 2011.).

Van Bael, Ivo in Van Bael & Bellis (Firm). 2005. *Competition law of the European Community*. The Hague: Kluwer Law International. Dostopno prek: [http://books.google.si/books?id=Xzo8eA\\_MenEC&lpg=PP1&pg=PR4#v=onepage&q&f=false](http://books.google.si/books?id=Xzo8eA_MenEC&lpg=PP1&pg=PR4#v=onepage&q&f=false) (20. marec 2011).

*Zakon o avtorski in sorodnih pravicah (ZASP)*. Ur.l. RS 16/2007. Dostopno prek: [zakonodaja.gov.si/rpsi/r03/predpis\\_ZAKO403.html](http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r03/predpis_ZAKO403.html) (12. januar 2011).

*Zakon o industrijski lastnini (ZIL-1).* Ur.l. RS 51/2006. Dostopno prek: zakonodaja.gov.si/rpsi/r08/predpis\_ZAKO1668.html (11. januar 2011).

*Zakon o izvajanju carinskih predpisov ES (ZICPES).* Ur.l. RS 25/2004. Dostopno prek: [http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r00/predpis\\_ZAKO2300.html](http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r00/predpis_ZAKO2300.html) (12. februar 2011).

*Zakon o izvršbi in zavarovanju (ZIZ).* Ur.l. RS 3/2007. Dostopno prek: [http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r08/predpis\\_ZAKO1008.html](http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r08/predpis_ZAKO1008.html) (17. februar 2011).

*Zakon o pravnem postopku (ZPP).* Ur.l. RS 73/2007. Dostopno prek: [http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r02/predpis\\_ZAKO1212.html](http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r02/predpis_ZAKO1212.html) (16. februar 2011).

*Zakon o varstvu konkurence (ZVK).* Ur.l. RS 18/1993. Dostopno prek: [http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r05/predpis\\_ZAKO1875.html](http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r05/predpis_ZAKO1875.html) (18. februar 2011).

*Zakonodaja Evropske unije.* Dostopno prek: <http://eur-lex.europa.eu> (10. februar 2011).

European Association of Euro-Pharmaceutical Companies (EAEPC). Dostopno prek: [http://www.eaepc.org/about\\_eaepc/mission\\_statement.php?n=4](http://www.eaepc.org/about_eaepc/mission_statement.php?n=4) (1. april 2011).

Zopicloneworld. 2011. *Buy Imovane Zopiclona.* Dostopno prek: <http://zopicloneworld.zldamen.com/uk/brand/imovane/> (20. marec 2011).

*World Intellectual property Organization (WIPO).* Dostopno prek: [www.wipo.int](http://www.wipo.int) (18. januar 2011).