

ЮРИДИЧЕСКО СТАНОВИЩЕ

ВЪВ ВРЪЗКА С ИЗПОЛЗВАНЕ НА МАРКАТА „ЗЕЛЕНА ТОЧКА“

1. Кратко описание на казуса



„Зелена точка“ или „Der Grüne Punkt“ представлява лого, което за първи път е регистрирано като търговска марка през 1991 г. в патентното ведомство на Федерална Република Германия с притежател - дружеството „Duales System Deutschland“ GmbH (DSD). Самото дружество, регистрирало за първи път логото „Зелена точка“ като търговска марка е организация по оползотворяване на отпадъци, която осъществява своята дейност на територията на Германия. Впоследствие „Зелена точка“ е вписана от Международното бюро на Световната организация по интелектуална собственост в международния регистър на търговските марки, съгласно удостоверение за регистрация, издадено на "DSD" в Женева, Швейцария на 23.05.1996 г.

„Екопак България“ АД е организация по оползотворяване на отпадъци от опаковки, съгласно действащото законодателство в Република България. „Екопак България“ АД притежава изключителни права за ползване на търговската марка „Зелена точка“, чиято първоначална регистрация е извършена в Германия.

Настоящото становище има за цел да представи юридическите аргументи, които детайлно и ясно да обосноват следните твърдения:

- 1. Марката „Зелена точка“ не обозначава принадлежност към определена организация по оползотворяване.**
- 2. Марката „Зелена точка“ не представлява типична търговска марка, по смисъла на Закона за марките и географските означения, и на европейското законодателство в областта на интелектуалната собственост.**
- 3. Производителите/вносителите на стоки, чиито опаковки са обозначени със „Зелена точка“ не осъществяват нарушение, по смисъла на ЗМГО, тъй като наличието на знака не обозначава предлагането или предоставянето на услуги с този знак.**
- 4. Ползването на марката „Зелена точка“ не води до неправомерни приходи за ползвателите ѝ и не би могла да доведе до ангажиране на гражданската отговорност на ползвателите ѝ по смисъла на Закона за марките и географските означения.**

2. Исторически преглед на действащото законодателство по управление на отпадъците, във връзка с разпоредбите относно поставянето на търговски марки на организациите по оползотворяване

Националното законодателство в областта на управлението на отпадъци е претърпяло промени във времето, по отношение на същността на търговските марки, използвани от организациите по оползотворяване на отпадъци от опаковки. В резултат на промените във времето:

- През 2004 г. поставянето на търговската марка на организация по оползотворяване върху опаковките на стоките е било въведено като задължително и е обозначаващо принадлежност на производителя/вносителя към съответната организация.

„Чл. 20. (Обн. - **ДВ, бр. 19 от 2004 г.**) (1) Лицата по чл. 11, ал. 1 и 2 от ЗУО, които изпълняват

задълженията си чрез колективна система, сключват договор с организация по оползотворяване.

(2) След сключването на договора по ал. 1 производителите и вносителите на опаковани стоки **поставят** върху пусканите от тях на пазара опаковки търговската марка по чл. 62, ал. 5 ЗУО **с цел удостоверяване принадлежността на опаковката към съответната организация по оползотворяване.**¹

► През 2008 г. нормативната уредба е изменена и е възприето, че:

- поставянето на търговска марка на организация по оползотворяване върху опаковките на стоките не обозначава принадлежност към съответната организация по оползотворяване;
- задължението за поставяне на марката вече е оставено изцяло на желанието на производителите/вносителите;
- въведена е изрична разпоредба, с която на производителите/вносителите е разрешено да запазят поставената вече марка върху опаковките на стоките, независимо от членството или не в организация по оползотворяване.

„Чл. 20. (Изм. - ДВ, бр. 53 от 2008 г.) (1) Лицата по чл. 11, ал. 1 и 2 ЗУО, които изпълняват задълженията си чрез колективна система, сключват договор с организация по оползотворяване.

(2) След сключването на договора по ал. 1 лицата, които пускат на пазара опаковани стоки, **могат** да поставят върху пусканите от тях на пазара опаковки търговска марка на организацията по оползотворяване.

(3) **Опакованите стоки, пускани на пазара на територията на Република България, на които е поставена марка** по смисъла на чл. 9 от Закона за марките и географските означения, регистрирана на територията на страната или на територията на друга страна, независимо от наличието или липсата на членство на лицето към момента на пускането на съответните опаковани стоки на пазара, в организацията по оползотворяване, на която принадлежи съответната марка, **могат да запазят поставената марка.**

(4) **Търговската марка не служи като доказателство за членство на лицето** по чл. 11, ал. 1 и 2 ЗУО в организацията по оползотворяване на отпадъци от опаковки или че за съответната опаковка е заплатено възнаграждение на организацията.“

► През 2011 г. разпоредбата, разрешаваща на производителите/вносителите на стоки да запазят поставената вече марка върху опаковките на стоките, независимо от членството или не в организация по оползотворяване, е отменена, но останалите възприети вече разпоредби, са запазени изцяло.

„Чл. 20. (Изм. - ДВ, бр. 53 от 2008 г.) (1) Лицата по чл. 11, ал. 1 и 2 ЗУО, които изпълняват задълженията си чрез колективна система, сключват договор с организация по оползотворяване.

(2) След сключването на договора по ал. 1 лицата, които пускат на пазара опаковани стоки, **могат** да поставят върху пусканите от тях на пазара опаковки търговска марка на организацията по оползотворяване.

(3) (Отм. - ДВ, бр. 29 от 2011 г.).

(4) **Търговската марка не служи като доказателство за членство на лицето** по чл. 11, ал. 1 и 2 ЗУО в организацията по оползотворяване на отпадъци от опаковки или че за съответната опаковка е заплатено възнаграждение на организацията.“

¹ Наредба за опаковките и отпадъците от опаковки (отм.)

- ▶ През 2012 г. законодателят окончателно се отказва от регулиране на режима на ползване на търговските марки на организациите по оползотворяване, като по този начин въпросът е оставен изцяло на плоскостта на общия гражданскоправен режим за използване на регистрирани търговски марки.

Към момента нито в **Закона за управление на отпадъците**, нито в **Наредбата за опаковките и отпадъците от опаковки, фигурират текстове, задължения или разпоредби във връзка с ползването на търговска марка на организация по оползотворяване на отпадъци от опаковки.**

Този резултат е единственият логичен, с оглед на факта, че еволюцията на законодателството в годините е довело до всякава липса на обвързване на търговската марка на организацията по оползотворяване с принадлежност към определена организация. Промените в законодателството са провокирани от европейските и национални съдебни решения и по-конкретно – в резултат на изрично искане от страна на Комисията за защита на конкуренцията (КЗК)².

ОСНОВЕН ИЗВОД ОТ ИЗВЪРШЕНИЯ АНАЛИЗ НА ДЕЙСТВАЩОТО ЗАКОНОДАТЕЛСТВО:

- **С въведените промени през 2008 г., статутът на търговската марка на организацията по оползотворяване на практика остава единствено в полето на общото гражданско законодателство и се подчинява единствено на общите разпоредби на Закона за марките и географските означения.**

3. Европейски и национални съдебни решения във връзка с ползването на марката „Зелена точка“

3.1. Европейска практика

Проблемът с използването на марката „Зелена точка“ датира не от вчера и се отчита като такъв не само на територията на Република България, но и в други европейски държави. Казусът е бил обект на дела, заведени срещу притежателя на марката "Дуалс систем Дойчланд" (Duales System Deutschland - DSD).

В резюме развитието на съдебните дела е следното:

- На 15 ноември 1999 г. няколко производители на опаковки в Германия подават жалба до Комисията. Те изтъкват, че договорът за използването на логото възпрепятства създаването на индивидуална система за обратно приемане на опаковките. Те смятат, че използването на логото, без срещу това да има ефективно предоставяне на услуга за обезвреждане на отпадъците от DSD, представлява злоупотреба с господстващо положение от страна на DSD. На 20 април 2001 г. Комисията приема Решение 2001/463/ЕО относно процедура по прилагане на член 82 от Договора за ЕО (преписка COMP D3/34493 — DSD) (ОВ L 166, стр. 1). DSD обжалва решението на Комисията пред Първоинстанционния съд на 5 юли 2001 г., като иска отмяна на обжалваното решение по силата на член 230, четвърта алинея ЕО.

В решението на Комисията, в контекста на конкретния казус, следва да се изтъкнат **няколко основни момента:**

- Комисията твърди, че отказ от поставянето на логото „Der Grüne Punkt“ върху опаковки, които не попадат в системата DSD, а в друга индивидуална или колективна система, **би било икономически нереалистично „в немалко случаи“** (съображение 103 от обжалваното решение). Всъщност едно такова разрешение се нуждаело от селективно етикетироване на опаковките (със или без логото „Der Grüne Punkt“), което би означавало значително

² Вж. т. 3 от настоящото становище

надхвърляне на разходите в случай на еднообразно представяне на опаковката или в случай на прибегване до различни дистрибуторски канали (съображения 104 и 105 от обжалваното решение).

- Комисията описва по-специално злоупотребата, състояща се в договорната вноска, в три хипотези. При смесена система, която съвместява използването на националната колективна система DSD и използването на друга регионална колективна система, обжалваното решение посочва, че тази хипотеза изисква на практика или маркиране, различно в зависимост от използваната система, или плащането на дължимата по двете системи вноска. Следователно **фактът, че DSD изисква плащането на вноска за цялото количество опаковки, търгувани в Германия, лишава участието в регионална колективна система от всякаква икономическа изгода** (съображения 118—123 от обжалваното решение).
- Решението посочва също, че търговията между държавите-членки може да бъде засегната чувствително от злоупотреба с господстващо положение, изразяващо се в спорната договорна вноска, предвид обстоятелствата, присъщи на обратното приемане и на оползотворяването на опаковките в Германия и на общия пазар (вж. съображения 155—160 от обжалваното решение).
- В заключение Решението установява, че **поведението на DSD**, което в съответствие с член 4, алинея 1, първо изречение и с член 5, алинея 1, първо изречение от договора за използване на логото изисква плащането на вноска за всички търговски опаковки, търгувани в Германия, **е несъвместимо с общия пазар**.
- Цитираното по-горе Решение на комисията е обжалвано от DSD като всички инстанции са потвърдили първоначалните твърдения в обжалваното Решение на Комисията.

Произнасянето на различните европейски съдебни инстанции във връзка с ползването на марката „Зелена точка“ са последователни и ясни:

► **РЕШЕНИЕ НА ПЪРВОИНСТАНЦИОННИЯ СЪД (първи състав) от 24 май 2007 година³.**

С посоченото Решение Първоинстанционният съд е отхвърлил жалбата на DSD и е потвърдил цитираното по-горе Решение на Комисията. С решението се потвърждава тезата, че **компанията злоупотребява с господстващото си положение, като изисква пълната лицензионна комисиона за марката си, дори когато рециклирането на опаковките се извършва от нейни конкуренти**.

Тук ще отличим отново само няколко основни момента от Решението на Първоинстанционния съд, свързани с конкретния казус:

- Нито наредбата за опаковките, нито правото на марките, нито присъщите за функционирането на системата DSD нужди дават право на жалбоподателя да изисква от предприятията, които използват неговата система, да плащат вноска за всички търгувани в Германия опаковки с логото „Der Grüne Punkt“, когато тези предприятия докажат, че за част или за всичките си опаковки не прибегват до системата DSD.
- Докато ползвателите на логото „Der Grüne Punkt“ **могат да докажат**, че количествата опаковки, за които не използват системата DSD, **на практика са били приети обратно и оползотворени чрез една или няколко други използвани от тях колективни или индивидуални системи, жалбоподателят не може да твърди, че е несъразмерно от него да искат да не бъде**

³ Източник: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=CELEX%3A62001TJ0151>

възнаграден за услуга, която не е извършил.

- Нищо не дава повод да се счита, че наредбата забранява на конкурентни системи да използват същото лого. По мнение на жалбоподателя данъчнозадължените предприятия трябвало да променят обяснителната бележка при всяко навлизане на конкурентната система в нова провинция. Поради това именно във фазата на навлизането на конкуренцията трябвало постоянно да се променят опаковките. В различните хипотези, поставянето на обяснителна бележка върху опаковката би била невъзможна или би принудила производителите трябва да предвидят различни опаковки за всяка държава-членка, **което не би било икономически изгодно и би представлявало пречка пред търговията.**

► **РЕШЕНИЕ НА СЪДА НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ (голям състав) от 16 юли 2009 г. по дело C-385/07**

Цитираното по-горе Решение на Първоинстанционния съд отново е обжалвано от DSD пред най-високата европейска съдебна инстанция - **Съдът на Европейските общности**. На 16 юли 2009 г. последната инстанция се е произнесла окончателно, като жалбата отново е отхвърлена и са потвърдени доводите на предходните инстанции изцяло.

Подобни на описаните по-горе решения, са налице и по отношение на използването на марката на френска, австрийска и пр. територии, като всички те са идентични и практиката на европейските съдилища е последователна.

ОСНОВНИ ИЗВОДИ ОТ АНАЛИЗА НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ СЪДЕБНИ РЕШЕНИЯ:

- Използването на логото „Зелена точка“ върху опаковките не дава право на притежателя на марката да изисква заплащане на вноса за оползотворяване към съответната организация – носител на правата върху марката.
- Поставянето на логото „Зелена точка“ върху опаковката удостоверява единствено възможността съответната опаковка да бъде оползотворена чрез избрана от производителя/вносителя система за оползотворяване.
- От лицата, поставили логото „Зелена точка“ върху опаковката си, се изисква единствено да докажат, че съответната опаковка е оползотворена чрез избраната от тях система.
- Изискването за заплащане на вноса към притежателя на марката за използване на логото, е несъвместимо с общия пазар.

3.2. Национална практика

Употребата на марката „Зелена точка“ е било обект и на национални съдебни производства:

- Решение № 16 от 2.02.2006 г. на КЗК по преписка, вх. № КЗК-94/20.04.2005 г.;
- Решение № 8397 от 28.07.2006 г. на ВАС по адм. д. № 1884/2006 г., V о.;
- Решение № 1402 от 9.02.2007 г. на ВАС по адм. д. № 10025/2006 г., 5-членен с-в;
- Решение № 4782 от 22.04.2008 г. на ВАС по адм. д. № 10732/2007 г., 5-членен с-в.

Със свое решение № 16/2006 г. КЗК е наложила имуществена санкция на „Екопак България“ АД за извършено нарушение по чл. 18 от ЗЗК (отм), изразяващо в нелоялно привличане на клиенти и използване на икономическа принуда върху задължените по ЗУО предприятия да сключват договори за оползотворяване с това дружество. За целта дружеството е използвало предоставените му

изключителни права върху търговската марка „Зелена точка“.

След анализ КЗК е установила, че „Екопак България“ АД е обвързало членството в колективната си организация с използването на търговската марка, а не с реалното предоставяне на услугата по оползотворяване на опаковки. КЗК е мотивирала извода, че в резултат на тази практика се ограничава свободата на производителите и вносителите на опаковани стоки да избират своите контрагенти и по този начин се увреждат интересите на конкурентните и конкурентната структура на съответния пазар.

Последвалите решения на Върховния административен съд (ВАС), които са цитирани по-горе, са следствие от решение № 16/2006 г. КЗК. Като краен резултат, решението на КЗК е отменено, но на основания, които не са свързани с изводите на КЗК по същество, а единствено с:

- Неправилно дефиниране на съответния продуктов пазар.
- Липса на съставомерно нарушение, по смисъла на Закона за защита на конкуренцията, поради наличие на гражданскоправен спор относно ползването на търговската марка, което по съществува си потвърждава изложените по-горе в настоящото становище твърдения.

4. Общи правила на гражданското законодателство във връзка с ползването на търговска марка

От всички изложени аргументи дотук в настоящото становище, безспорно се налага изводът, че **ползването на марката „Зелена точка“ следва да се разглежда единствено и само в светлината на общите гражданскоправни разпоредби на Закона за марките и географските означения (ЗМГО)**. Това налага по-нататък да бъдат разгледани детайлно тези разпоредби, както и възможностите за ангажиране на гражданската отговорност на производители/вносители, които използват марката „Зелена точка“, без наличие на договор с носителя на правата върху марката – „Екопак България“ АД.

Съгласно чл. 9 от ЗМГО, **„марката е знак, който е способен да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица и може да бъде представен графично“**.

Съгласно чл. 73 от ЗМГО, **„използването в търговската дейност на знак по смисъла на чл. 13 без съгласието на притежателя съставлява нарушение“**.

По-долу в настоящото становище са разгледани детайлно:

- Статутът на марката „Зелена точка“
- Предпоставките за ангажиране на отговорността по чл. 73 и сл. от ЗМГО.

5. Нетипичният правен характер на марката „Зелена точка“

Както беше посочено по-горе, за да се определи една марка като такава, подлежаща на защита по ЗМГО, то тя **следва да има за предназначение отличаване на стоките и услугите на едно лице от тези на други лица**. Както беше подробно изяснено в т. 3 от настоящото становище, функцията на марката „Зелена точка“ не е да покаже принадлежност към определена организация по оползотворяване, съответно **не може да служи за отличаване на дейността на „Екопак България“ АД** (в качеството ѝ на носител на правата върху марката на българска територия). Както е потвърдено във всички решения на европейските съдилища, функцията на марката „Зелена точка“ е единствено да удостовери, че опаковката е обхваната от система за разделно събиране, като производителите/вносителите са свободни да избират начина, по който опаковката ще бъде оползотворена.

Тълкувателно решение № 1 от 15.06.2009 г. на ВКС по тълк. д. № 1/2008 г. на ОСТК посочва изрично, че **„характеристиката на поставения знак върху стоката произтича от основната функция на правото върху марка по чл. 9, ал. 1 ЗМГО - създаване на отличителност на стоките на едно лице от тези на други лица и гарантиране на потребителя или на крайния ползвател на идентичността на произхода на марковата стока, която да му позволи да различи без възможност от объркване тези стоки от стоките с друг произход“.**

Както и ЕК приема в своето решение, потребителят може да решава дали да предаде дадена опаковка за оползотворяване на която и да е система. Решението на потребителя се влияе от голям брой фактори, като удобство, близост на контейнерите до дома и т. н. Следователно основната функция на маркировката е изпълнена тогава, когато на потребителя бъде показано, че има възможност опаковките да бъдат събрани и оползотворени по съответен разделен принцип.

От своя страна, колективните организации по оползотворяването са задължени да оползотворят всички опаковки, изхвърлени в техните контейнери, независимо дали са маркирани изобщо или дали са маркирани с техния знак.

От изложеното безспорно следва, че знакът "Зелена точка" **има указателна, а не идентифицираща функция.** В тази връзка не може да бъде обоснована тезата, че марката има качеството на такава, попадаща в обхвата на защитата по чл. 73 от ЗМГО. Основанията за налагането на санкции по ЗМГО е именно възможността чрез използването на чужда търговска марка, потребителят да бъде въведен в заблуждение относно принадлежността на съответната стока или услуга към точно определено лице. При условие че марката „Зелена точка“ не удостоверява принадлежност към конкретна организация по оползотворяване, то тя не удостоверява качеството на услугата и в този смисъл не може да доведе до каквито и да било негативни последици за притежателя на правата върху марката. В потвърждение на тази теза са и твърденията на европейските съдилища по цитираните в т. 3 дела, където е посочено, че **„тази марка „само посочва за визираната услуга, че стоката, върху която е поставена може да бъде обезвредена посредством системата DSD“, без да предоставя указания за качеството на предложената услуга. Освен това в случай на отреждане на част от опаковките на конкурент на DSD потребителят е свободен да реши дали да възстанови опаковката чрез системата DSD или чрез конкурентната система.“**

От друга страна, следва да се отбележи, че съгласно европейската практика, **упражняването на изключително право може да бъде ограничено или забранено, ако се използва от предприятие с господстващо положение по начин, който води до злоупотреба.** В случая се преценява дали поведението се простира отвъд необходимото, за да се изпълни съществената функция на изключителното право. В конкретния случай категорично се налага изводът, че поведението на „Екопак България“ АД, на база на притежаването на правата върху „Зелена точка“, води до значително надхвърляне на функциите на изключителното право върху търговска марка. В потвърждение на тази теза са и твърденията на европейските съдилища по цитираните в т. 3 дела, където е посочено, че **„след като функцията на логото „Der Grüne Punkt“ е да идентифицира възможността за обезвреждане на въпросната опаковка чрез системата DSD и след като това лого може да бъде поставено съвместно с други знаци или други механизми, които позволяват да се идентифицира друга възможност за обезвреждане чрез индивидуална или конкурентна колективна система, не може да се твърди, че обжалваното решение представлява несъразмерно нарушение на правото на марките или във всеки случай засягане, необосновано от необходимостта да се избегне злоупотреба с господстващо положение по смисъла на член 82 ЕО“.** При това съдът обръща внимание, че **„да се приеме претендираната от жалбоподателя изключителност не би имало друг резултат, освен да се възпрепятстват производителите и разпространителите на опаковки да прибягнат до смесена система и да легитимират възможността жалбоподателят да бъде**

възнаграден за услуга, за която заинтересованите лица са доказали, че на практика не е била извършена, тъй като е била възложена на друга колективна или индивидуална система според определените в член 1 от обжалваното решение ред и условия“.

ОСНОВНИ ИЗВОДИ ОТНОСНО ПРАВНИЯ ХАРАКТЕР НА МАРКАТА „ЗЕЛЕНА ТОЧКА“:

- Марката „Зелена точка“ не притежава основния белег, съгласно чл. 9 от ЗМГО, а именно – предназначението да отличава услугите на едно лице от тези на други лица.
- Знакът "Зелена точка" има указателна, а не идентифицираща функция.
- Поведението на „Екопак България“ АД, на база на притежаването на правата върху „Зелена точка“, води до значително надхвърляне на функциите на изключителното право върху търговска марка.

6. Разграничение между марка на стока и марка на услуга

Съгласно дефиницията на ЗМГО, марката може да обозначава **стоки или услуги**. В случая с марката „Зелена точка“, същата удостоверява възможността опаковката на съответната стока да бъде обект на оползотворяване чрез избрана от производителя/вносителя система за оползотворяване, което представлява на практика услуга, осъществявана от различни организации и предприятия. В тази връзка, разглеждането на използването на марката в контекста на наличието или липсата на нарушение по смисъла на ЗМГО, следва да се извърши във връзка с дефинициите на чл. 13, ал. 2, т. 3 от закона. В цитирания текст е посочено, че използване в търговската дейност, по смисъла на ал. 1 е „*предлагането на стоките с този знак за продажба или пускането им на пазара, или съхраняването им с тези цели, както и предлагането или предоставянето на услуги с този знак*“.

От текста на чл. 13, ал. 2, т. 3 от ЗМГО е видно, че когато марката обозначава предоставянето на услуга, то **нарушение би било налице единствено, когато друго лице, предоставящо същата или сходна услуга, обозначена от съответната марка, я използва с цел означаване на своята услуга**. С други думи, използването на марката „Зелена точка“ върху опаковките на стоките не представлява нарушение по смисъла на закона, доколкото не удостоверява от страна на производителя/вносителя на съответната стока, предоставянето на услуга от негова страна.

Във връзка с изложеното по настоящата точка, нарушение на ЗМГО би имало само в случай че **друга организация по оползотворяване на отпадъци от опаковки, различна от носителя на правото върху марката за тази услуга, използва тази марка при предоставяните услуги, т.е. лицата, срещу които „Екопак България“ АД хипотетично би имала право на иск, са единствено организации по оползотворяване, не и производители/вносители на опаковани стоки**. Подобен казус не е налице, тъй като всяка организация по оползотворяване притежава собствена марка, а производителите/вносителите на опаковани стоки, носещи марката „Зелена точка“ не са отговорни по смисъла на ЗМГО, тъй като не осъществяват нарушение при използването на марка за услуга върху опаковките на стоките.

ОСНОВЕН ИЗВОД ОТНОСНО НАЛИЧИЕТО НА НАРУШЕНИЕ ПО СМИСЪЛА НА ЗМГО ПРИ ИЗПОЛЗВАНЕТО НА МАРКАТА ЗА УСЛУГА ВЪРХУ ОПАКОВКИТЕ НА СТОКИ:

- **Производителите/вносителите на стоки, чиито опаковки са обозначени със „Зелена точка“ не осъществяват нарушение, по смисъла на ЗМГО, тъй като наличието на знака не обозначава предлагането или предоставянето на услуги с този знак.**

7. Допълнителни предпоставки за ангажиране на гражданската отговорност на ползване на чужда търговска марка

Въпреки че както беше обосновано в т. 6, в обсъждания в настоящото становище казус, **не е налице нарушение** по смисъла на ЗМГО от страна на производителите/вносителите на опаковани стоки със знака „Зелена точка“, **за пълнота на изложението** ще разгледаме и допълнителните предпоставки, които следва да бъдат обосновани, за да бъде ангажирана отговорността по глава пета от ЗМГО.

При извършено нарушение по чл. 73 за ползване на търговска марка без съгласието на притежателя ѝ, може да бъде присъдено обезщетение за претърпени от притежателя на правата върху марката имуществени и неимуществени вреди. За да се стигне до подобен развой е необходимо в едно гражданско производство да бъде доказано най-малко:

- че са налице претърпени имуществени или неимуществени вреди;
- че претърпените имуществени или неимуществени вреди са пряка и непосредствена последица от нарушението;
- да са налице генерирани приходи за нарушителя, в резултат на използването на марката.

От всичко изложено в настоящото становище е повече от очевидно, че в конкретния казус **не може по никакъв начин да бъдат обосновани нито една от изброените предпоставки**. Наличието на „Зелена точка“ върху опаковката на която и да е стока няма никаква връзка с продажбите на същата тази стока, поради което няма как да доведе до приходи за хипотетичния нарушител или да доведе до негативни последици за притежателя на марката.

8. Заключение

От всички аргументи в настоящото становище е видно, че:

- **Наличието на марката „Зелена точка“ върху опаковките не представлява нарушение от страна на производителите/вносителите на стоките и „Екопак България“ АД няма право на иск срещу тях.**
- **Не са налице никакви законови възможности за ангажиране на гражданската отговорност на производителите/вносителите на стоки, обозначени със „Зелена точка“.**