



СЪЗДАВАНЕ НА МАРКА

Въведение в търговските марки
за малките и средните
предприятия



ПУБЛИКАЦИИ В ПОРЕДИЦАТА "ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ ЗА БИЗНЕСА"

СЪЗДАВАНЕ НА МАРКА

Въведение в марките за малките и средните предприятия

Публикация на СОИС №900

ДОБРИЯТ ВЪНШЕН ВИД

Въведение в промишлените дизайни за малките
и средните предприятия

Публикация на СОИС №498

ДА ИЗОБРЕТИШ БЪДЕЩЕТО

Въведение в патентите за малките и средните предприятия

Публикация на СОИС №917

КРЕАТИВНО ИЗРАЗЯВАНЕ

Въведение в авторското право и сродните му права
за малките и средните предприятия

Публикация на СОИС №918

*Всички издания могат да бъдат намерени в Електронната
книжарница на СОИС на интернет адрес: www.wipo.int/ebookshop*

Отказ от права: Информацията, съдържаща се в настоящата брошура, не замества професионалните правни консултации. Главната ѝ цел е ограничена до предоставяне на основна информация в посочената област.

Тази публикация е адаптирана и възпроизведена с предварителното изрично разрешение на Световната организация за интелектуална собственост (СОИС), притежател на авторското право върху оригиналната версия на английски език, която можете да намерите на www.wipo.int/sme/en/documents/guides/. Като притежател, СОИС не носи отговорност за точността на адаптираната версия на изданието, като тази отговорност се поема изцяло от Патентното ведомство на Република България (БПВ).

Авторско право на Патентното ведомство на Република България (2009 г.).

СОИС притежава авторското право върху оригиналната версия на английски език (2006 г.).



Настоящата брошура е резултат от подписано споразумение между Патентното ведомство на Република България и Световната организация за интелектуална собственост (СОИС) за адаптиране на широко разпространените издания на СОИС, предназначени за малките и средни предприятия. Те са част от поредицата "Интелектуалната собственост в услуга на бизнеса".

Брошурата е посветена на марките като ценен нематериален актив и част от маркетинговата стратегия на всяко едно предприятие. В нея последователно са разгледани същността на марката, отделните видове марки, необходимостта от тяхната правна закрила, както и използването на марките при изграждането на бизнес стратегия. Тук ще намерите отговор на въпроса на какво трябва да обърне внимание всеки един стопански субект при създаването и избора на марка, с която да означи произвежданите или предлаганите от него стоки или услуги на пазара.

Разглежданите проблеми относно същността и режима на регистрация на марките като обект на индустриалната собственост са практически и пречупени през призмата на малките и средни предприятия. Засегнатите въпроси са адаптирани изцяло съгласно българското законодателство в областта. Използвани са множество нагледни примери, включително и такива, взети от практиката на Патентното ведомство на Република България.

Препоръчваме на българския бизнес да се запознае с тази брошура, от която ще може да получи необходима и полезна информация, имайки предвид ценността на марките като потенциален източник на приходи и допълнителна печалба. Достъпността и нагледността на изложението е предимство на брошурата, превръщайки я в постоянен помощник на предприемача.

Костадин Манев,
Председател на Патентно ведомство на Република България

Съдържание

I. МАРКИ	3
II. ЗАКРИЛА НА МАРКИТЕ	7
III. ВИДОВЕ МАРКИ	21
IV. ИЗПОЛЗВАНЕ НА МАРКИТЕ	25
V. ПРИЛАГАНЕ НА ПРАВАТА ВЪРХУ МАРКИ	30

I. МАРКИ

Какво е марка?

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. Марката може да бъде търговска марка, марка за услуги и сертификатна марка.

За марка могат да послужат **гуми**, включително имена на лица, **букви, цифри, рисунки, фигури, формата на стоката или на нейната опаковка, комбинация** от цветове, звукови знаци или всякакви комбинации от такива знаци.

Като марки могат да бъдат регистрирани и рекламни лозунги, стига те да отговарят на изискването на Закона за марките и географските означения (ЗМГО) да отличават стоките или услугите на едно лице от тези на други лица.

В зависимост от знака марките могат да бъдат: **словни** - когато се състоят от гуми, включително имена на лица, съчетание от гуми, букви, цифри или съчетание от букви и цифри, **фигуративни** - когато се състоят от рисунки или фигури, **триизмерни** - когато се състоят от формата на стоката или нейната опаковка, **комбинации** от цветове - когато се състоят от два или повече цвята, **звукови** - когато представляват мелодия, представена графично чрез ноти, **комбинирани** - когато са съчетание от словни и/или фигуративни елементи и/или цветове. Комбинирана е и словна марка със специално графично изписване.

ПРИМЕРИ

СЛОВНИ:

- една гума: **РОДОПЕЯ**
С разрешението на "Родопея-Белев" ЕООД
- словосъчетание: **ДОМЕЙН БОЙАР СИНТЕ СКАЛИ**
С разрешението на "Домейн Бойар Интернешънъл" АД
- израз: **ГОТОВИ ЛИ СТЕ ЗА ДОВЕЧЕРА?**
С разрешението на "Винпром Пещера" АД

ФИГУРАТИВНИ:



С разрешението на "Бела България" АД

КОМБИНИРАНИ:

- словен и фигуративен елемент



С разрешението на "Банка ДСК" ЕАД

- словен елемент, изписан със специфичен шрифт



С разрешението на Георги Ненков Минчев

ТРИИЗМЕРНИ:

- формата на стоката
- опаковката на стоката



С разрешението на "Победа" АД



С разрешението на "Ален Мак" АД

За какво служат марките?

Основната функция на марката е да даде възможност на потребителите да идентифицират продукт (стока или услуга) на определена фирма, така че да го отличават от идентични или сходни продукти на конкурентите. Когато потребителите са доволни от даден продукт, много вероятно е те да го купуват или използват и в бъдеще. За тази цел те трябва да могат лесно да правят разлика между идентични или сходни продукти, предлагани от различни фирми.

Осигурявайки на компаниите възможност да отличават себе си и продуктите си от тези на конкуренцията, марките играят централна роля в маркетинговите стратегии, като допринасят за изграждане на имиджа на продукта в очите на потребителите. Доброто име на компанията е основата за създаване на постоянни и спечелване на нови клиенти. У потребителите често се развива емоционална привързаност към определени марки, която се базира на редица желани свойства или особености, притежавани от обозначените с тях продукти.

Марките са също така и стимул за компаниите да правят инвестиции за поддържане и подобряване на качеството на продуктите си, за да могат тези продукти да се радват на добро име и съответно на нарастващо търсене на пазара.

Каква е стойността на марката?

Една добре подбрана и поддържана марка е ценен актив за повечето компании. Марката е основен капитал. Тя може да получи търговска реализация, като обект на лицензиране, на франчайзинг, на продажба или дарение.

Стойността на световноизвестните марки надхвърля милиарди долари за всяка една от тях. Причината за това е фактът, че потребителите ценят марките, доверяват се на марки с изградена репутация и имидж, произтичащ от желаните качества, които се свързват с марката, и са готови да заплатят повече за продукт, обозначен с марка, която познават и които вярват, че ще отговори на очакванията им за качество. Ето защо самото притежаване на марка с добър имидж и високо реноме осигурява на компанията сериозно предимство в конкурентната бизнес среда.

Защо е добре Вашата фирма да осигури закрила на марката(ите) си?

Когато едно предприятие се утвърди на пазара, интересът към неговата марка(и) нараства. Регистрацията на марката осигурява правото на собственика ѝ както да я използва, за да означаи своите стоки или услуги, така и да се разпорежда с нея, като забрани на трети лица да използват в търговската си дейност знак, който е идентичен или сходен на регистрираната марка, без негово съгласие.

Необходимостта от законова закрила се диктува от силно конкурентната среда. Вложените инвестиции могат да не доведат до желаните резултати, ако потребителите бъдат подведени от недобросъвестни лица чрез имитации на Вашата марка, че придобиват продукт на Вашата компания, а всъщност закупят продукт на друг производител със значително по-лошо качество. Това не само ще намали приходите на компанията Ви, но и ще нанесе удар върху изградената вече репутация на Вашата марка.

Придобитият чрез вложени средства и доказано качество имидж на марката може да доведе до интерес за предоставяне на лицензии или на договор за франчайзинг с други компании, което ще осигури допълнителен доход за Вашата компания.

Постигнатото добро име на марката може да Ви послужи за получаване на кредит пред финансовите институции, които все повече осъзнават ролята на марки-те в бизнеса.

Марките:

- помагат на потребителите да отличат продуктите на различните компании в един и същи пазарен сегмент;
- помагат на компаниите да се идентифицират сред конкурентите си в бранша;
- дават възможност за изграждане на имидж;
- могат да бъдат обект на лицензия, която ще осигури нов приток на средства в бизнеса;
- могат да бъдат предмет на франчайзингов договор;
- представляват ценен бизнес актив;
- мотивират компаниите да инвестират в поддържане и подобряване качеството на продукта си;
- могат да бъдат от полза при осигуряване на финансиране на компанията.

II. ЗАКРИЛА НА МАРКИТЕ

По какъв начин Вашата фирма може да защити марката(ите) си?

Ако желаете да придобиеете права върху марка с действие на територията на Република България, е необходимо да я регистрирате съгласно Закона за марките и географските означения (ЗМГО). За целта трябва да подадете заявка в Патентното ведомство, като можете да направите това на място във Ведомството, по пощата или чрез комуникационно средство, предаващо факсимиле или електронно копие. В случай на подаване чрез комуникационно средство, предаващо факсимиле или електронно копие, оригиналната заявка трябва да бъде получена в Патентното ведомство в едномесечен срок от получаването на факсимилето ѝ. Заявката се подава напечатана или принтирана в един екземпляр, по образец на Патентното ведомство (виж Приложение IV).

Българските физически и юридически лица могат да извършват действия пред Патентното ведомство лично или чрез местен представител по индустриална собственост (ПИС). Лицата, които нямат постоянен адрес или седалище в Република България, извършват действия пред Патентното ведомство задължително чрез местен представител по индустриална собственост.

Достатъчно ли е да регистрирате наименованието на Вашата фирма?

В Република България вписването на фирменото наименование в Търговския регистър не осигурява автоматична закрила на наименованието на фирмата като марка. Закрила на марка се получава чрез регистрацията ѝ в Патентното ведомство съгласно ЗМГО. Разликата между търговското наименование на фирмата и марката се състои в това, че фирменото наименование идентифицира самата фирма и обикновено съдържа абревиатури като АД, ООД, ЕООД, а марката идентифицира продукта(ите) на тази фирма. Една фирма би могла да притежава повече от една марки.

НАПРИМЕР



С разрешението на: "Нова Трейд" ЕООД

Марките на една компания могат да съдържат общ елемент, но могат да бъдат и коренно различни като фонетика, смисъл или визия.

НАПРИМЕР



С разрешението на "Арома" АД

Компаниите могат да използват и фирменото си наименование или част от него като марка, но за тази цел трябва да го регистрират като марка.

НАПРИМЕР



С разрешението на "Мобилтел" ЕАД

Кой има право да подаде заявка за регистрация на марка?

Всяко българско физическо или юридическо лице, както и чуждестранно физическо или юридическо лице, което възнамерява да използва марката си или да я предоставя за използване на трети лица на територията на Република България, може да подаде заявка за регистрация на марката(ите) си.

Заявка за марка може да бъде подадена от едно лице или съвместно от две или повече лица.

Задължително ли е да се регистрира марката(ите) на фирмата?

Регистрирането на марката не е задължително, но е препоръчително, защото чрез регистрацията се осигурява **изключителното право** на притежателя ѝ както сам да използва марката или да предостави правото на други да я използват, така и да се противопостави на неправомерното ѝ използване.

В какви случаи заявката за марка може да бъде отказана?

Когато се избира знак за марка, е необходимо да се знае кои категории знаци не могат да бъдат регистрирани като марки.

Заявката за марка може да бъде отказана на базата на т.н. "абсолютни основания" и "относителни основания" за отказ.

Към "абсолютните основания" за отказ спадат:

- **Знаци, лишени от отличителност.** Това са такива знаци, които не могат да изпълнят ролята на марка, а именно да отличат стоките или услугите на едно лице от тези на друго, тъй като потребителите няма да ги възприемат като марки. Например: буквата "а", изписана със стандартен шрифт, или числото 10, представено със стандартен шрифт, няма да бъдат регистрирани, тъй като използвани за отличаване на която и да било стока или услуга няма да се възприемат като идентификатори, а може дори да не бъдат забелязани от потребителите.
- **Родови понятия.** Това са думи (изрази), които директно назовават вида на стоката или услугата, за която са предназначени. Например: марка rent-a-car ще бъде отказана, ако е заявена за услугата "отдаване на автомобили под наем", тъй като указва вида на тази услуга както и марка козметика ще бъде отказана за стоките "козметични продукти" като родово понятие за този вид стоки. Родовите понятия са свободни за употреба от всеки участник на пазара за обозначаване на съответния продукт, поради което не се регистрират като марки за стоките или услугите, които назовават.
- **Описателни термини.** Това са тези думи, които в разговорната реч или в търговията описват качества, характерни за стоките или услугите, за които е заявена марката. Например: думата високоскоростен няма да бъде регистрирана като марка за услуги, свързани с предоставяне на достъп до интернет пространството, тъй като ще се възприеме от потребителите със смисловото си значение като характеристика на предлаганата услуга, а не като идентификатор на лицето, което я предоставя. Регистрацията на описателни думи като марки за съответните стоки или услуги би лишило останалите участници в същия бранш от възможността да използват тези думи по отношение на своите продукти. Това се отнася и до хвалебствените думи и изрази като "нов", "оригинал", "отлично качество", "фин" и т.н., освен ако са част от състава на знак, който има своята отличителност. В такива случаи на заявителя ще бъде предложено да се откаже от изключителното право над описателната дума, която ще остане в състава на марката, но като неохраняем елемент.

- **Триизмерни форми, произтичащи от естеството на самата стока.**
Например: марка  няма да бъде регистрирана за стоката "зъбни коле-ла", тъй като тази стока не би могла да изпълнява предназначението си без точно тази форма. Монополизирането ѝ като марка на един производител ще лиши всички останали от правото да използват тази форма за продукта, за който тя е единствено възможната форма за функциониране.
- **Знаци, които въвеждат в заблуждение.** Това са такива думи или изрази, които могат да заблудят потребителите относно естеството, качеството или географския произход на продукта. Марка, която съдържа изображение на чаша с мляко, а е предназначена за "бира, сокове, безалкохолни напитки", ще бъде отказана, тъй като ще подведе потребителите с еднозначната смислова асоциация за млечно съдържание на продукта.
- **Марки, които противоречат на обществения ред или на добрите нрави.** Не се регистрират като марки думи, изрази или изображения, които се възприемат като обидни, дискриминиращи, насаждащи верска нетърпимост, подтикващи към противозаконни прояви и като цяло, противоречащи на общоприетите морални и религиозни норми на обществото. Като нарушаване на добрите нрави би се разглеждало и заявяването от трети лица на името на известни личности без тяхното изрично съгласие.
- **Наименования на исторически паметници и паметници на културата на Република България.** Не се регистрират марки, които съдържат в състава си или се състоят само от името на исторически или културен паметник, освен в случаите, когато заявителят представи писмено съгласие от Министерството на културата за включване в състава на марката на даденото наименование, но и в този случай заявителят ще трябва да се откаже от изключителното право над този елемент.
- **Знамена, официални символи и гербове на държави и международни организации,** за които Международното бюро на Световната организация за интелектуална собственост (СОИС) е уведомено, не се регистрират освен ако заявителят не представи съгласие от съответния компетентен орган.

"Относителните основания" за отказ на регистрация се прилагат, когато има колизия между заявената и по-ранна марка. Наличието на две идентични или твърде сходни марки, предназначени за идентични или сходни стоки/услуги, би могло да доведе до объркване на потребителите, които да свържат заявената марка с по-ранната, смятайки че са марки на едно и също лице или на икономически свързани лица. В Патентното ведомство на Република България по всяка подадена заявка за регистрация на марка се извършва експертиза за съществуването на по-ранни права,

Включително за идентичността или сходството на заявената марка с незарегистрирани общоизвестни марки, предназначени за идентични или сходни стоки и/или услуги. Ако заявената марка бъде счестена за идентична или сходна на по-ранна марка и е предназначена за идентични или сходни стоки и/или услуги с тези на по-ранната, регистрацията на марката се отказва.

Какво трябва да се има предвид при избора или създаването на марка?

Изборът на марка е изключително важен, тъй като тя е основен елемент от маркетинговата стратегия на Вашата фирма. Какво трябва да се отчете при създаването ѝ и коя марка е най-подходяща за продукта, върху който ще бъде поставена? Добре е да се имат предвид следните съвети:

Пет съвета за подбор на марка

1. Проверете дали избраната от Вас марка отговаря на **законовите изисквания** за регистрация (виж основанията за отхвърляне на заявки на стр. 9)
2. Направете **проучване за марката**, за да сте сигурни, че тя не е идентична или сходна със съществуващи по-ранни марки (виж стр. 15)
3. Проверете дали марката е **лесна за четене, писане, произнасяне и запомняне**, както и дали е подходяща за всички видове рекламни средства.
4. Проверете дали марката няма някакви **нежелателни странични значения** на български език, на езиците на потенциалните експортни пазари, както и на най-популярните и разпространени езици в Европейската общност.
5. Проверете дали съответното **домейн име** (т.е. интернет адрес) може да се регистрира (повече информация за връзката между марки и домейн имена (виж на стр. 27)

При подбора на една или повече гуми за Ваша марка трябва да отчетете също така последиците от избора на определен вид гуми:

- **Измислени или "фантазийни" гуми.** Това са измислени гуми без никакъв конкретен или реален смисъл. Предимството при измислените гуми е, че за тях лесно може да се получи закрила, тъй като е по-голяма вероятността те да бъдат счестени за притежаващи отличителен характер сами по себе си. Недостатъкът е, че на потребителите може да им е по-трудно да ги запомнят, което води до необходимостта от повече усилия за рекламиране на продуктите и марката.

ПРИМЕР



С разрешението на "Лимекс" ЕООД

- **Произволни марки.** Това са гуми, чието значение няма никаква връзка с рекламирания от тях продукт. И този вид марки могат лесно да получат закрила, но и за тях е необходима сериозна реклама, за да се изгради в представата на потребителите връзка между марката и продукта.

ПРИМЕР

АНУБИС е регистрирана марка за учебни апарати и уреди; хартия, картон, печатни произведения, учебни материали; игри и играчки; реклама; образование.



С разрешението на "Издателска къща Анубис" ООД

- **Насочващи марки.** Това са марки, които загатват за една или няколко от характеристиките на продукта или услугата. Хубавото на насочващите марки е това, че представляват своеобразна реклама. Но тук трябва да внимаваме, защото съществува риск марката Ви да бъде сметена от експертите във Ведомството за описателна по отношение на продуктите.

ПРИМЕР

Марката **ГРАЦИЯ** за услуги в областта на медицинско обслужване, салони за красота, пластична хирургия, грижи за хигиената и красотата навежда на мисълта, че ползвайки услугите, предоставяни с тази марка ще станете грациозни и слаби.

Независимо от това какъв вид марка ще изберете, важното е да избягвате имитирането на съществуващи марки. Малко вероятно е една леко видоизменена марка на конкурента или неправилно изписана известна марка да бъде регистрирана.

ПРИМЕР

ASTERA е регистрирана марка за парфюмерия, козметика и средства за почистване на зъби. Не би било разумно да се опитвате да продавате същите или подобни продукти с марката ASTARA, тъй като вероятно тя ще бъде счестена за объркващо сходна със съществуващата марка и няма да бъде регистрирана.

Регистриране на марка – стъпка по стъпка

ЗАЯВИТЕЛЯТ

Първото, което трябва да направите, е да изпратите или на място да подадете надлежно попълнен формуляр за заявяване на марка, съдържащ информация за заявителя, адрес за кореспонденция, графично изображение на марката (представено в размер 7x7 см), списък на стоките и/или услугите и класа (класовете), за които искате да регистрирате марка, и да платите съответните търговски такси. Формулярът за заявяване на марка и указания за неговото попълване може да намерите на следния адрес:

http://www1.bpo.bg/index.php?option=com_content&task=view&id=59&Itemid=370

При подаване на заявка Патентното ведомство на Република България (за разлика от някои други страни) не изисква доказателства за използване или декларация, че фирмата Ви възнамерява да използва марката.

ПАТЕНТНО ВЕДОМСТВО

Стъпките за регистрация на марка в Патентното ведомство на Република България са следните:

Формална експертиза: извършва се проверка дали заявката отговаря на формалните изисквания (т.е. дали формулярът за заявяване е правилно попълнен, дали са налице необходимите придружаващи документи и дали е платена заявителската такса).

Публикация: всяка заявка за марка, която отговаря на изискванията за формална редовност, се публикува в Официалния бюлетин на Патентното ведомство, като е предвиден двумесечен срок за възражение от трети лица срещу регистрацията.

Материална експертиза: проверява се дали заявката отговаря на всички изисквания по същество (напр. дали не принадлежи към категория, която, съгласно ЗМГО, дали не е изключена от възможността за регистриране, както и дали марката не е в колизия със съществуваща марка, регистрирана за съответния клас (класове).

Регистрация: в случай че не са налице основания за отказ, марката се регистрира и се издава свидетелство за регистрация със срок на действие 10 години, считано от датата на заявяване.

Подновяване: действието на марката може да бъде подновявано неопределен брой пъти, за което се заплаща съответната такса (виж стр.17).

Колко продължава процедурата по регистрирането на марка?

След изтичането на двумесечния срок за възражение от трети лица, експертизата по същество се извършва в едногодишен срок, съгласно ЗМГО. За всяка открита нередност по заявката се предоставя тримесечен срок за отстраняването ѝ, както и за отговор от заявителя на постановен предварителен отказ, ако има такъв. Обикновено процедурата по регистрация продължава от 1,5 до 2 години, в зависимост от конкретния случай. Съществува също така възможност да бъде направена ускорена експертиза на Вашата марка, като за целта е необходимо да подадете искане и да заплатите допълнителна такса от 200 лв.

Направете всичко възможно да подадете заявката за регистрация на марката си своевременно, така че тя да може да бъде използвана в рекламата и маркетинга на съответните продукти.

Какви са разходите по създаването, закрилата и използването на марките?

Създаването, закрилата и използването на марките са свързани с правилното планиране на необходимите за това средства, а именно:

- за създаване на лого или дума, които да бъдат използвани като търговска марка, когато компанията Ви възнамерява да възложи тази задача на външен изпълнител;
- за предварително проучване за търговската марка;
- за заплащане на услугите на представител по индустриална собственост, които биха Ви спестили време и усилия.
- за разходи, свързани с процеса на регистрация, които са различни в зависимост от броя на заявените класове стоки и/или услуги и от вида на марката Ви.

Такси, които се дължат при подаване на заявката:

	Търговски марки, марки за услуги и съвместни* марки	Колективни и сертификатни марки
ЗАЯВЯВАНЕ И ЕКСПЕРТИЗА	200 лв.	400 лв.
до три класа за всеки следващ клас по	60 лв.	120 лв.
ПУБЛИКАЦИЯ НА ЗАЯВКА	40 лв.	40 лв.

Такси за регистрация, когато се установи, че марката отговаря на всички изисквания на ЗМГО:

	Търговски марки, марки за услуги и съвместни* марки	Колективни и сертификатни марки
РЕГИСТРАЦИЯ	300 лв.	600 лв.
ИЗДАВАНЕ НА СВИДЕТЕЛСТВО ЗА РЕГИСТРАЦИЯ	60 лв.	60 лв.
ПУБЛИКАЦИЯ	40 лв.	40 лв.

* съвместна марка - заявка за марка, подадена съвместно от две или повече лица

Пълната Тарифа за таксите, които се събират от Патентното ведомство на Република България, може да намерите на уеб сайта на Патентното ведомство – www.bpo.bg.

Какво е предварително проучване на марка?

Предварителното проучване за марка има за цел да се установи дали марката, която възнамерявате да регистрирате или да използвате, или сходна на нея марка, не е вече регистрирана от друга фирма или лице за идентични или сходни продукти.

Проучването можете да направите в Централна патентна библиотека на Патентното ведомство с методичната помощ на експерта в читалнята, както и самостоятелно, от всяко работно място, при положение, че сте запознати с начина на търсене в автоматизираната система на Ведомството – ВРО-online. Системата предоставя достъп до информация за публикуваните заявки и регистрираните по национален ред марки. За предварително проучване можете да ползвате и услугите на представител по индустриална собственост. Патентното ведомство също извършва такива проучвания, срещу заплащане на такса съгласно Ценоразписа на услугите, предоставяни на обществеността от Патентното ведомство. Предварителното проучване за марка за територията на България за един клас, извършено в срок до един месец, струва 20 лв., а в срок до 7 работни дни – 50 лв. Ако марката, за която искате да направите проучване, е комбинирана, ще трябва да заплатите 20 лв. допълнително, а ако е за повече от един клас – по 2 лв. за всеки допълнителен клас. Можете да направите проучване и за марки, регистрирани по международен ред, както и за марки на Общността. Ако искате да бъде направено

предварително проучване за марката Ви, е необходимо да попълните съответното, което може да бъде подадено на място във Вегомството или по пощата, факса или на електронен адрес. Повече информация за предварителните проучвания можете да получите от дежурен експерт на телефон 9701-321 или на електронен адрес: services@bpo.bg. Списък на международни бази данни за марки можете да намерите на уеб сайта на ПВ.

Марките се заявяват и регистрират за определени стоки и услуги, които ще се идентифицират с марката. Стоките и услугите са групирани в класове (виж Международната класификационна система в Приложение II). Ето защо можете да започнете със запознаването си с 45-те класа стоки и услуги.

Система за класиране на стоки и услуги

Съгласно ЗМГО, при подаване на заявката за марка, е необходимо да посочите в заявлението стоките и/или услугите, за които искате да регистрирате марката си и да ги групирате по класове. Става дума за класовете в системата за класификация на стоки и услуги. Системата за класификация дава възможност за съхраняване на данни за регистрирани марки в систематичен порядък по отношение на видовете стоки и услуги. Това улеснява търсенето на информация в базите данни за марки. Абсолютно необходимо е да регистрирате марката си за всички класове, за които възнамерявате да я използвате.

Патентното ведомство работи с последната (9-та) редакция на Международната класификация на стоките и услугите за регистрацията на марки (т.н. Ницска класификация), която съдържа 34 класа за стоки и 11 – за услуги. Повече информация за Ницската класификационна система се съдържа в Приложение II. Виж също: http://www1.bpo.bg/index.php?option=com_content&task=view&id=56&Itemid=379

ПРИМЕР

Как се класират продуктите? Ако фирмата Ви произвежда ножове и вилници, заявката Ви за марка трябва да се направи за съответните стоки в клас 8. Ако обаче искате да търгувате с други кухненски принадлежности (напр. тенджерки, тигани и други съдове), използвайки същата марка, ще трябва да я регистрирате и за съответните стоки в клас 21.

С една заявка можете да обхванете стоките и услугите от всички класове, които са Ви необходими. Една заявка може да бъде както за един единствен клас, така и за всичките 45 класа, ако искате. Разликата е единствено в таксите за заявяване и експертиза, които ще заплатите.

Необходим ли е представител по индустриална собственост, за да подадете заявка?

Законът за марките и географските означения не поставя изискване да ползвате услугите на представител по индустриална собственост, за да подадете заявката си, но това би могло да Ви спестите време и да Ви помогне да избегнете някои грешки при оформянето ѝ, тъй като представителите по индустриална собственост притежават необходимите познания и опит относно процедурата по регистрирането на марки.

Ако не сте български гражданин и нямате постоянен адрес или седалище в Република България, действията пред Патентното ведомство задължително се извършват с посредничеството на представител по индустриална собственост. Списък на регистрираните представители по индустриална собственост можете да намерите на уеб сайта на Патентното ведомство, на адрес:

http://www1.bpo.bg/images/stories/useful_info/list_iprepresbg09.pdf

Какъв е срокът на закрила на регистрираната марка?

В България регистрираните марки се закрилят за период от 10 години. Регистрацията може да се подновява неограничен брой пъти (за последователни периоди от по 10 години), при условие, че таксите за подновяване бъдат платени своевременно.

Таксите за подновяване са:

	Търговски марки, марки за услуги и съвместни марки	Колективни и сертификатни марки
До изтичане срока на действие на регистрацията:		
– до три класа	300 лв.	600 лв.
– за всеки следващ клас	60 лв.	120 лв.
До 6 месеца след изтичане срока на действие на регистрацията:		
– до три класа	450 лв.	900 лв.
– за всеки следващ клас	90 лв.	180 лв.

Както се вижда от таблицата, ако пропуснете да заплатите таксата за подновяване на регистрацията на марката Ви през последната година на десетгодишния срок на закрила, можете да го направите и през следващите 6 месеца, но срещу по-висока такса. Това е т.нар. "гратисен период" за подновяване на регистрацията.

Възложете на някой от Вашата фирма или на представител по индустриална собственост задачата да се грижи за подновяването на регистрацията на марката.

Създаване на марката от външни изпълнители

Проектирането на марка е творчески процес. Авторът на творчески или художествени произведения автоматично става притежател на авторското право върху тях - например художествената изработка на търговска марка. Ето защо, когато създаването на марка е възложено на външни изпълнители, най-добре е в договора за възлагане да се изяснят въпросите, свързани с авторското право, и/или да има сигурност, че авторското право върху марката е официално прехвърлено на Вашата фирма.

Има ли регистрацията на марка в Република България действие извън територията на страната?

Правото върху марка, придобито чрез регистрацията по реда на ЗМГО, е ограничено до територията на Република България. Това означава, че марка, която е заявена и регистрирана съобразно българското законодателство в областта на закрилата на обекти на индустриалната собственост, има действие единствено на територията на нашата страна.

Трябва ли да помислите за закрила на марката си в чужбина?

Една от основните причини да регистрирате Вашата марка в Република България е осигуряване на гарантирана възвращаемост на инвестициите, които фирмата Ви е осъществила при създаването и пускането на произвежданите от Вас продукти на българския пазар. По правило, това е валидно и тогава, когато сте се насочили към износ на Вашата продукция на външните пазари. Ето защо, ако сте ангажирани в експортни операции или възнамерявате да го направите в бъдеще, е препоръчително да регистрирате марката си в чужбина. Износът на продукти, означени с дадена марка, която ги отличава от останалите аналогични продукти, спомага те да бъдат разпознати на чуждите пазари. По този начин фирмата Ви ще си изгради определена положителна репутация сред чуждите потребители, което може да се изрази в повишаване на приходите от реализираната в следствие на експорта продукция.

Как можете да регистрирате Вашата марка в чужбина?

Ако Вие, като българска фирма, вече сте регистрирали Вашата марка в Република България, но сте решили да осъществявате износ извън територията на страната и/или да предоставите лицензия за използване на марката Ви в други държави, е препоръчително да направите постъпки за регистрация на марката на територията на съответните страни. За целта можете да изберете между три основни способа за закрила на марките извън територията на България:

Придобиване на закрила по национален рег – при използването на този способ, трябва да се обърнете към националното ведомство на страната, в която търсите закрила, като подадете заявка за регистрация на марка съгласно съответното национално законодателство. Това означава, че заявката се подава на съответния език и се заплащат съответните такси, предвидени в националното законодателство на държавата, в която се търси закрила. Трябва да имате предвид, че при извършване на действия пред конкретното национално ведомство много от държавите изискват да използвате местен представител по индустриална собственост.

Придобиване на закрила по регионален рег – използването на този способ дава възможност за закрила на Вашата марка на територията на всички страни - членки на дадена регионална система. Република България е страна – членка на Европейския съюз и безспорно улеснение за Вас би било използването на регионалната система на Европейската общност за закрила на марките за регистриране на т.н. "марка на Общността". По този начин, с подаването на една единствена заявка във Ведомството за хармонизация на вътрешния пазар, по-популярно с абревиатурата си ОНМ, чието седалище е в град Аликанте (Испания), Вие можете да получите закрила на Вашата марка на територията на всички страни – членки на Съюза, което включва и България. Други регионални системи, респ. ведомства за закрила на марките, към които обаче Република България не принадлежи, са:

- Африканското регионално ведомство за индустриална собственост
- Ведомство по марки на Бенелюкс
- Африканската организация за интелектуална собственост

Придобиване на закрила по международен рег – за международната закрила на марките е важно да знаете, че Република България е член на т.нар. Магритски съюз за международна регистрация на марки. Магритската система функционира по силата на Магритската спогодба и Протокола относно Магритската спогодба и се администрира от Световната организация за интелектуална собственост (СОИС). В този случай, за разлика от регионалната система на Европейската общност, за да използвате системата за международна регистрация трябва първо да сте подали заявка за регистрация на Вашата марка в Патентното ведомство на

Република България (т.нар. *базова заявка*) или да притежавате вече регистрирана такава (т.нар. *базова регистрация*). Едва след покриване на посоченото условие, можете да подадете заявка за международна регистрация на Вашата марката в избраните от Вас страни - членки на Мадригския съюз (виж Приложение III).

В контекста на изискването за наличие на *базова заявка или регистрация*, е важно да се подчертае, че Европейската общност също е член на Мадригския съюз. Това означава, че ако Вие, като българска фирма, сте подали заявка или вече сте получили регистрация на своята марка като марка на Общността, бихте могли да ги използвате за *базови* при подаване на заявка за международна регистрация.

Предимства на Мадригската система

Основно предимство на Мадригската система е, че притежателят на марка може да я регистрира във всички страни - членки на системата чрез подаването:

- на една единствена заявка;
- на един от езиците на системата;
- при спазване на единна система за заплащане на такси;
- при единна система от срокове.

Поддържането и подновяването на международната регистрация се осъществява при следването на една единствена процедура.

Повече информация относно международната регистрация на марки можете да получите в Патентното ведомство на Република България, на неговия уеб сайт: **www.bpo.bg**, както и на уеб сайта на СОИС, на адрес: **www.wipo.int/madrid**.

В Приложение III към брошурата ще намерите и списък на страните – членки на Мадригския съюз.

III. ВИДОВЕ МАРКИ

Търговски марки	Търговската марка е знак, който отличава стоките на едно лице от тези на други лица.
Марка за услуги	Марката за услуги е знак, който отличава услугите, предоставяни от едно лице, от тези на други лица.
Колективни марки	Колективната марка е марка, която отличава стоките или услугите на членовете на сдружение на производители, търговци или на лица, извършващи услуги, което е юридическо лице, от стоките или услугите на други лица.
Сертификатна марка	Сертификатната марка е марка, която удостоверява материала, начина на изработване, качеството или други характеристики на стоките или услугите, произвеждани или предлагани от лица с разрешението или под контрола на притежателя на марката.
Общозвестни марки	Общозвестната марка е марка придобила определена степен на известност сред релевантния сектор от обществото.

Какво представлява марката за услуги?

ЗМГО дава едно общо определение за марката, като знак, който отличава стоките и/или услугите на едно лице от тези на други лица, с уточнението, че марки те могат да бъдат търговски марки, марки за услуги, колективни марки и сертификатни марки. Като цяло, марката може да се отнася едновременно както за стоки, така и за услуги. В случаите обаче, в които тя е само за дадена група от стоки или само за услуги, е прието да се прави условно разделяне на марки те на търговски марки и марки за услуги.

Марката за услуги изпълнява същата функция, както и търговската марка – тя отличава услугите, които едно лице предоставя, от тези на другите лица. По своето естество услугите могат да са финансови, транспортни, от областта на рекламата, телекомуникациите, туризма, търговията и други. Тук обаче е важно да се подчертае, че и марката за услуги и марки те, които се отнасят едновременно и до стоки и до услуги, означават услугите, които една фирма предоставя на

трети лица, а не ги използва като средство за популяризиране и разпространение на собствените си продукти на пазара. Марките за услуги, подобно на търговските марки, могат да бъдат регистрирани, подновявани, заличавани и прехвърляни.

ПРИМЕРИ

1. Марка за услуги



С разрешението на Българска телеграфна агенция

2. Марка за услуги



С разрешението на "България ЕР" ЕАД

3. Марка за стоки и услуги



С разрешението на Министерство на икономиката, енергетиката и туризма

Какво представляват колективните марки?

Колективната марка е притежание на членовете на сдружение на производителите, търговци или на лица, извършващи услуги, което е юридическо лице. Предвид разпоредбите на ЗМГО, сдружението задължително приема правила за използване на колективната марка, които съдържат данни за лицата, които могат да използват марката, условията за членство в сдружението и условията за използване на марката. Като цяло, колективните марки са ефикасно средство за съвместен маркетинг на продуктите на дадена група от предприятия, за които по отделно би било трудно да получат признание за собствените си марки сред потребителите и/или основните дистрибутори на съответния пазар.

Какво представлява сертификатната марка?

Съгласно разпоредбите на ЗМГО сертификатните марки удостоверяват съответствието на стоките или услугите, които означават, на определени стандарти. Притежателят на сертификатна марка, както и при колективните марки, задължително определя правила за използване, които съдържат указание за качеството, материала или други характеристики на стоките или услугите. Особеност при сертификатната марка е, че, за разлика от колективната марка, притежателят на сертификатна марка не може да я използва за означаване на произвежданите от него продукти или предлаганите от него услуги. Той единствено съблюдава дали стоките или услугите, които са означени със сертификатната марка отговарят на установените от него стандарти.

ПРИМЕР

BSI е сертификатна марка, чийто притежател е Британският сертификационен институт – орган по сертификация на системи за управление на качеството съгласно изискванията на EN ISO 9001.



С разрешението на "Британски сертификационен институт – България" ООД

Какво представляват общоизвестните марки?

ЗМГО и "Наредбата за реда и начина за определяне в Патентното ведомство на марка като общоизвестна и марка, ползваща се с известност на територията на Република България" предвиждат следването на специална процедура пред българското Патентно ведомство относно определянето на една марка като общоизвестна и/или като ползваща се с известност. Съгласно ЗМГО и Наредбата, за да бъде една марка определена като общоизвестна и/или като ползваща се с известност, трябва да се представят доказателства, които се преценяват на базата на следния набор от критерии – степен на известност сред релевантния кръг от потребители, продължителност, степен и географска област на използване и представяне на марката, стойност на марката и други. Една марка може да бъде определена като общоизвестна, независимо от това дали е регистрирана или не. Марките обаче, за които се претендира, че са общоизвестни и/или ползващи се с известност, трябва да са придобили тази степен на известност в рамките на територията на нашата страна.

ПРИМЕРИ

1. Общозвестна марка

Марка TARGOWISCHTER ESELSMILCH, комбинирана, е призната като общозвестна за стоките "Вино". Притежател на марката е "ЛВК - Винпром" АД, България.



С разрешението на "ЛВК - Винпром" АД

2. Общозвестна марка

Марка ХОРА, ПЪТИЩА, АВТОМОБИЛИ, словна, е призната като общозвестна за услугите "блоково магазинно тематично радиопредаване за автомобилизма, движението по пътищата и участниците в движението". Притежател на марката е Българско национално радио.

ХОРА, ПЪТИЩА, АВТОМОБИЛИ

С разрешението на Българско национално радио

3. Общозвестна марка

Фигуративна марка, е призната като общозвестна за стоките "минерални и газирани води". Притежател на марката е ТПК "Бутилираща компания ХИСАР", България.



С разрешението на ТПК "Бутилираща компания ХИСАР"

4. Марка, ползваща се с известност

Марка NIVALIN/НИВАЛИН, словна, е призната като ползваща се с известност за стоките "лекарствени препарати". Притежател на марката е "Софарма" АД.

NIVALIN/НИВАЛИН

С разрешението на "Софарма" АД

IV. ИЗПОЛЗВАНЕ НА МАРКИТЕ

Може ли да бъде регистрирана марка в България без да е използвана?

Съгласно българското законодателство, за да се подаде заявка и да се регистрира марка, не е необходимо доказване на използването ѝ. Но, регистрирана марка, която не бъде използвана за непрекъснат период по-дълъг от 5 години, може да бъде отменена.

TM или ®?

Символът TM означава, че даденият знак е търговска марка. При използване на марката може да се посочи, че тя е регистрирана, като в близост до нея се постави латинската буква R, заградена в кръг - ®.

Българското законодателство не включва разпоредби относно използването на знаците TM, ® или подобни еквивалентни символи до марката, които не оказват влияние на правната закрила на марката. Използването им все пак дава възможност да се информират трети лица, че даден знак е регистрирана марка, като по този начин се предупреждават и евентуалните нарушители и фалшификатори.

Как да използвате марките в рекламата?

Използването на марката в реклама трябва да бъде във вид, който не се различава съществено от вида, в който марката е била регистрирана. Ако марката е регистрирана със специфичен дизайн или шрифт, трябва я използвате по този начин. Необходимо е да следите стриктно как използването на марката се отразява на имиджа на продуктите на Вашата фирма. Важно е да следите марката да не се използва в ежедневието за означаване на конкретни действия или предмети, за да не започне потребителят да я възприема като родово понятие.

Може ли Вашата фирма да използва една марка за различни продукти?

За различните видове продукти на фирмата могат да се използват различни марки. Всяка фирма решава, съобразно своята маркетингова стратегия, дали да използва една и съща марка за продуктите си, разширявайки обхвата ѝ за всеки нов продукт, или да използва различни марки за различните видове продукти.

Обозначаването на нови продукти със съществуваща марка им дава възможност да се възползват от имиджа и репутацията ѝ. Използването на нова марка, по-

специфична и имаща по-близка връзка с новия продукт, също може да се окаже изгодна и да позволи на компанията да предназначи новия продукт за определена потребителска група (напр. деца, тийнейджъри и др.) или да изгради специфичен имидж на новия вид продукти. Много фирми използват нова марка заедно с вече регистрирана марка.

ПРИМЕР

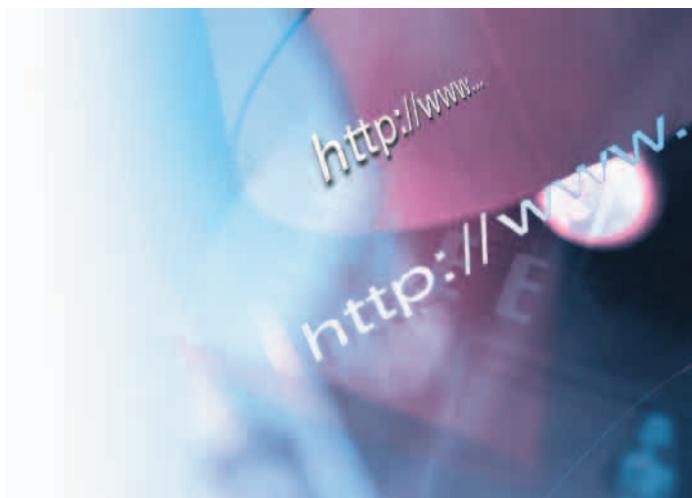
Sopharma Tramalgin

С разрешението на "Софарма" АД

Различните фирми възприемат различни стратегии. Независимо от избора Ви, регистрирайте марката си за всички стоки и/или услуги, за които тя се използва или ще бъде използвана.

Какво трябва да се има предвид при използването на марки в интернет?

Използването на марки в интернет пороги редица правни въпроси и съответно противоречиви отговори. Един от важните проблеми произлиза от факта, че правата върху марките са териториални (т.е. закрилата им важи само за страната или региона, където марката е регистрирана). Това създава проблеми при разрешаването на спорове между лица или фирми, които са законни притежатели на идентични или сходни марки за идентични или сходни стоки или услуги в различни държави. Правото в тази област все още е в процес на развитие.



Какво е домейн име и каква е връзката му с марките?

Съществен проблем представлява конфликтът между марките и домейн имената. Домейн имената са интернет адреси и обикновено се използват за намиране на уеб сайтове. Например домейн името "wipo.int" се използва за откриване на уеб сайта на СОИС – www.wipo.int. С течение на времето домейн имената са се превърнали в бизнес индикатори и поради това често влизат в конфликт с марките.

Ето защо е важно да изберете домейн име, което не е марка на друга фирма и особено общоизвестна марка, тъй като националното законодателство и съдилищата считат регистрирането на марка на друга фирма или лице като домейн име за нарушение на правата върху марката, известно като cybersquatting (незаконно настъпване в киберпространството – бел. пр.). Ако това се случи, не само че фирмата Ви ще трябва да прехвърли или заличи домейн името, но може да се наложи и да платите компенсация или сериозна глоба.

От друга страна, ако марката на Вашата фирма се използва в домейн име на друго лице или компания, Вие имате право да предприемете действия за прекратяване на това нарушение на правата на фирмата Ви. В такъв случай една от възможностите е да използвате популярната он-лайн административна процедура на СОИС за разрешаване на спорове, свързани с домейн имената на адрес: arbitr.wipo.int/domains/. Този уеб сайт на СОИС съдържа примерна жалба, както и правен указател за хилядите свързани с домейн имената казуси на СОИС, които вече са разрешени.

Можете ли да предоставите на други компании лицензия за Вашата марка?

Може да се предоставя на други компании лицензия за марки. В такива случаи притежателят на марката си запазва собствеността и просто дава съгласието си за използването на марката от една или повече други фирми. Това обикновено се прави срещу заплащане на лицензионно възнаграждение и включва съгласието на притежателя на марката, което се дава с официален лицензионен договор. В зависимост от характера на договора, лицензодателят често си запазва правото на известен контрол върху лицензополучателя, за да е сигурен в поддържането на определено качество.

На практика, лицензиите за марки често се издават в рамките на по-широко-обхватни договори, например договори за франчайзинг или договори, включващи лицензирането на други права на интелектуална собственост като патенти, ноу-хау и техническа помощ в производството на даден продукт.

Договорът за предоставена лицензия се вписва в Държавния регистър на марки-те, поддържан от Патентното ведомство на Република България, за което се дължи държавна такса, и се публикува съобщение в Официалния бюлетин на Ведомството.

Какво е общото между договор за франчайзинг и марките?

Лицензирането на марка е в центъра на договора за франчайзинг. В договорите за франчайзинг степента на контрол на притежателя на марката обикновено е по-висока от тази в стандартните договори за лицензиране на марки. При франчайзинга франчайзодателят разрешава на друго лице (франчайзополучателя) да използва неговия начин на водене на бизнеса (включително търговски марки, ноу-хау, обслужване на клиентите, софтуер, оформление на магазина и т.н.) в съответствие с определени предписания и срещу компенсация или лицензионно възнаграждение.

ПРИМЕР

Ресторант, предлагащ ястия от пилешко месо, работи под търговската марка NANDO'S. Той е разработил система за приготвяне и продажба на тези продукти, които се продават в големи количества и по един унифициран начин. Системата съдържа различни фактори, допринасящи за успеха на ресторантите NANDO'S, в това число рецепти и начини за приготвяне на ястията, резултатът от което е продукт с постоянно качество, модел на облеклото на персонала, дизайн на сградите и опаковките, както и системи за мениджмънт и счетоводство.

NANDO'S предава своите знания и опит на франчайзополучателите, като си запазва правото да ги надглежда и контролира. Съществен момент в договора за франчайзинг е упълномощаването и задължаването на франчайзополучателя да използва марката NANDO'S.



Има ли някакви ограничения за продажбата и прехвърлянето на марката на Вашата фирма на друга фирма?

Фирмата, която притежава дадена марка, може я продава или прехвърля. При продажба или прехвърляне на марка се изисква предоставяне на копие от договора или на части от него пред Патентното ведомство.

Прехвърлянето на правото върху марка и името на новия притежател се вписват в Държавния регистър на марките, издава се удостоверение и се публикува съобщение в Официалния бюлетин на Ведомството. За тези действия се дължи държавна такса.

Трябва ли да регистрирате всички малки промени във Вашата марка?

Много марки, в това число и най-известните, са претърпели през годините промени, целящи осъвременяване имиджа на компанията или адаптиране към нови рекламни средства. Марките може да се променят или адаптират, но ако тези промени засягат съществено знака, то трябва да подадете нова заявка. Това не се налага, само ако поискате да промените името на притежателя или адреса си, когато те присъстват в състава на вече регистрираната марка. Компанията Ви трябва да бъде внимателна и да се консултира с представител по индустриална собственост дали за извършването на промяна върху видоизменената марка е необходимо да се подаде нова заявка, като се платят съответните такси.

V. ПРИЛАГАНЕ НА ПРАВТА ВЪРХУ МАРКИТЕ

Какво трябва да направи фирмата Ви, ако марката ѝ се използва от трети лица без нейното съгласие?

Тежестта на прилагането на правата върху марката лежи главно върху притежателя ѝ. Вашата фирма като притежател на марката е тази, която трябва да идентифицира всяко нарушение и да реши какви мерки да предприеме за прилагане на правата върху марката.

Когато смятате, че някой нарушава правата върху марката Ви, е полезно да потърсите мнението на специалист. Подходящ за тази цел е юрист - специалист в областта на индустриалната собственост, който може да Ви даде информация за съществуващите в България, а при необходимост и в други държави, възможности за завеждане на дело за фалшификация и нарушаване на права и да Ви посъветва как да приложите правата си.

Ако е налице нарушение на правата Ви върху марка, можете да започнете с изпращането на писмо (известно като писмо "спри и се откажи") до евентуалния нарушител, в което го информирате за предполагаемото наличие на конфликт. За написването на такова писмо се препоръчва да ползвате услугите на юрист - специалист в областта на марките.

Ако фирмата Ви смята, че нарушението е умишлено и знае къде точно се извършва нарушаващата правата дейност, тя може да съдейства за прекратяването ѝ, като подаде сигнал, на основание на който да се извърши внезапна проверка на евентуалния нарушител (фирма или физическо лице), обиск и конфискация (от Патентното ведомство, компетентен съд или полицията).

Нарушителят може да бъде принуден от съдебните органи да Ви разкрие самоличността на лицата, участвали в производството и разпространението на нарушаващите правата Ви стоки или услуги, както и за каналите на разпространението им. Съдебните власти могат да наредят, по Ваше искане и като ефикасна санкция за нарушението, нарушаващите правата Ви стоки и материали да бъдат унищожени или извадени от търговската мрежа без всякаква компенсация.

Като притежател на марка можете да използвате следните видове защита на правата си върху нея: гражданскоправна, наказателноправна, административноправна и мерки на границата.

За предотвратяване вноса на стоки с фалшифицирани марки са разработени мерки за граничен контрол, от които притежателите на марки в България могат да се възползват чрез митническите власти. Като притежател на марка Вашата фирма може да потърси съдействие от митническите органи на границата, т.е. преди фалшивите стоки да бъдат разпространени на територията на страната

ни. Митническите органи задържат стоките, за които има достатъчно основания да се предполага, че нарушават правото Ви върху регистрирана марка по своя инициатива или въз основа на подадено искане от Ваша страна, придружено от копие на защитния документ, доказващ валидността на регистрацията Ви.

За информация и въпроси към митническите органи, свързани с нарушаването на права върху марки можете да се обръщате на: тел. +359 2 9859 4254 и +359 2 9859 4252, както и на уеб сайт: <http://www.customs.bg/bg/page/170>

Като притежател на марка Вашата фирма може да потърси защита на правата си по административнонаказателен път, като подадете сигнал до Патентното ведомство, съдържащ информация за нарушението. Ведомството от своя страна извършва проверка, при която установява нарушението и стоките, носещи незаконно марката Ви, се изземват. На нарушителя се издава наказателно постановление, включващо имуществена санкция (за нарушители физически лица от 500 до 3000 лв., за нарушители юридически лица от 1500 до 3000 лв.), а иззетите стоки се унищожават.

Гражданскоправната защита предоставя възможност на Вашата фирма, като притежател на регистрирана марка, на основание на ЗМГО, да подаде пред Софийски градски съд (СГС) следните иски (заедно и поотделно):

- за обезщетение на причинените вреди (500 – 100 000 лв.);
- за преустановяване на нарушението;
- за изземване и унищожаване на неправомерно произведените копия;
- за изземване и унищожаване на устройствата, използвани за извършване на нарушението;
- разгласяване на решението на съда в два всекидневника и в определен от съда часови пояс на телевизионна компания с национално покритие;
- за налагане на обезпечителни мерки, в това число:
- забрана за извършване на дейността;
- изземване на неправомерно възпроизведените копия и стоки;
- изземване и запечатване на оборудване, материали, средства;
- запечатване на помещения.

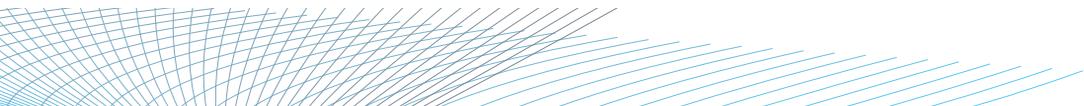
Съществува и възможност да инициирате наказателно производство срещу нарушителя на правата Ви върху марка чрез подаване на сигнал до прокуратурата. Този сигнал предизвиква проверки и налагане на санкции – до 5 г. лишаване от свобода и глоба до 5000 лв., а при повторно нарушение – лишаване от свобода от 5 до 8 г., глоба от 5000 лв. до 8000 лв., съгласно чл.172б от Наказателен кодекс (НК).

В някои случаи ефикасен начин на борба с нарушенията е чрез арбитраж или посредничество. Предимството на арбитражната процедура се състои в това, че тя е по-неофициална, по-кратка и по-евтина в сравнение със съдебното производство,

а арбитражното решение е по-лесно изпълнимо в международен мащаб. Предимство на посредничеството е това, че страните запазват контрол върху процеса на разрешаване на спора. Това спомага за запазване на добри бизнес отношения с другото предприятие, с което фирмата Ви може да поиска да си сътрудничи в бъдеще. За повече информация относно арбитража вижте уеб сайта на Центъра за арбитраж и посредничество към СОИС на адрес: [/arbitrator.wipo.int/center/index.htm/](http://arbitrator.wipo.int/center/index.htm/).

За разрешаване на спорове, свързани с права върху марки, можете да се отнесете към арбитражния съд към БТПП. За повече информация и въпроси използвайте тел. +359 987 61 42 и уеб сайт: <http://www.mediation.bcci.bg/>

Фирмата Ви може да подаде сигнал и да потърси закрила на правата си върху марка и съгласно Закона за защита на конкуренцията. В изпълнение на този закон е създаден специализиран административен орган, за дейността на който можете да намерите повече информация на тел. +359 2 935 6113 и уеб сайт: www.crc.bg.



ПРИЛОЖЕНИЕ I

Интернет адреси на национални и регионални ведомства за търговски марки

ARIPO (Африканска Регионална организация за интелектуална собственост)	http://www.aripo.wipo.net
Австралия	http://www.ipaustralia.gov.au
Австрия	http://www.patent.bmwa/gv.at
Алжир	http://www.inapi.org
Ангора	http://www.ompa.ad
Аржентина	http://www.inpi.gov.ar
Армения	http://www.armpatent.org
Африканска организация за интелектуална собственост (OAPI)	http://www.oapi.wipo.net
Барбадос	http://www.caipo.gov.bb
Белгия	http://www.european/patent-office.org/patlib/country/belgium
Белиз	http://www.belipo.bz
Бенелюкс (Ведомство за търговски марки на Бенелюкс – ВТО)	http://www.bmb-bbm.org
Бивша Югославска Република Македония	http://www.ippo.gov.mk
Боливия	http://www.senapi.gov.bo
Босна и Херцеговина	http://www.bih.net.bs-zsmp
Бразилия	http://www.inpi.gov.br
България	http://www.bpo.bg
Великобритания	http://www.patent.gov.uk
Венецуела	http://www.sapi.gov.ve
Германия	http://www.dpma.de
Грузия	http://www.sakpatenti.org.ge/
Гърция	http://www.ggr.gr
Дания	http://www.dkpto.dk/
Доминиканска република	http://www.seic.gov.do/onapi
Демократична народна република Корея	http://www.epa.ee
Евразийско патентно ведомство	http://www.eapo.org
Европейски съюз (Ведомство за хармонизиране на вътрешния пазар – ОНМ)	http://oami.eu.int/
Египет	http://www.egypo.gov.eg
Естония	http://www.epa.ee
Израел	http://www.justice.gov.il/rasham + haptentinm/default.asp
Индия	http://www.tmsindia.com
Индонезия	http://www.dgip.go.id
Ирландия	http://www.patentsoffice.ie
Исландия	http://www.els.stjr.is
Испания	http://www.oepm.es
Италия	http://www.european-patent-office.org/it/
Йордания	http://www.mit.gov.jo
Казахстан	http://www.kazpatent.kz http://www.kazpatent.org
Канада	http://opic.gc.ca
Кения	http://www.kipo.ke.wipo.net
Киргизия	http://www.krygyzpatent.kg

Китай (марки)	http://www.saic.gov.ch
Китай (Хонконг - SAR)	http://www.info.gov.hk/ipd
Китай	http://www.sipo.gov.ch
Колумбия	http://www.sic.gov.co
Коста Рика	http://www.registracional.go.cr
Куба	http://www.ocpi.cu
Литва	http://www.vpb.lt/
Люксембург	http://www.etat.lu/ec/
Макао	http://www.economia.gov.mo
Малайзия	http://www.kpdnhq.gov.my
Мароко	http://www.ompic.org.ma/
Мексико	http://www.impi.gob.mx/
Монако	http://www.european-patent-office.org/patlib/country/monaco/
Монголия	http://www.mongol.net/ipom
Народно-демократична Република Лаос	http://www.stea.la.wipo.net/index.htm/
Непал	http://www.ip.np.wipo.net
Нова Зеландия	http://www.iponz.govt.nz
Норвегия	http://www.patentstyret.no
Панама	http://www.mici.gob.pa/comintf.htm/
Перу	http://www.indecopi.gob.pe/
Полша	http://www.uprp.pl/
Португалия	http://www.inpi.pt/
Република Конго	http://www.anpi.cg.wipo.net
Република Корея	http://www.kipo.go.kr/eng/
Република Молдова	http://www.agepi.md
Румъния	http://www.osim.ro
Руска Федерация	http://www.rupto.ru
САЩ	http://www.uspto.gov
Сингапур	http://www.ipos.gov.sg
Словашка Република	http://www.indprop.gov.sk
Словения	http://www.uil-sipo.si
Сърбия	http://www.zis.gov.rs
Таджикистан	http://www.tipat.org
Тайланд	http://www.ipthailand.org
Турция	http://www.turkpatent.gov.tr
Узбекистан	http://www.patent.uz
Украйна	http://www.spou.kiev.ua
Унгария	http://www.hpo.hu
Уругвай	http://www.dnpi.gub.uy
Филипини	http://www.ipophil.gov.ph/
Финландия	http://www.prh.fi
Франция	http://www.inpi.fr
Холандия	http://www.octroicentrum.nl
Холандски Антили	http://wbureau-intellectual-property.org
Хърватска	http://www.dziv.hr
Черна гора	http://www.minekon.vlada.cg.yu
Чешка Република	http://www.upv.cz
Чили	http://www.inapi.cl
Швейцария	http://www.ige.ch
Швеция	http://www.prv.se
Япония	http://www.jpo.jp

ПРИЛОЖЕНИЕ II

Международна класификация на стоките и услугите за регистрация на марки съгласно Ницката спогодба

СТОКИ

- Клас 01: Химически продукти, предназначени за промишлеността, науката, фотографията, селското стопанство, градинарството и горското стопанство; изкуствени смоли в необработено състояние, пластмаси в необработено състояние; торове; пожарогасителни състави; препарати за закаляване и заваряване на метали; химически вещества за консервиране на храни; гъбилни вещества; адхезиви (лепливи вещества), предназначени за промишлеността.
- Клас 02: Бои, лакове, политури; антикорозионни вещества и вещества, предпазващи дървения материал от повреждане; оцветители; байцове; необработени естествени смоли; метали във вид на фолио и прах за бояджи, декоратори, печатари и художници.
- Клас 03: Препарати за избелване и пране; препарати за почистване, полиране, обезмасляване и шлифоване; сапуни; парфюмерия, етерични масла, козметика, лосиони за коса; средства за почистване на зъби.
- Клас 04: Промислени масла и греси; смазки; препарати за абсорбиране на прах, омокрящи и свързващи средства; горива (включително моторно гориво) и осветителни вещества; свещи, фитили.
- Клас 05: Фармацевтични, ветеринарни и хигиенни препарати; диетични вещества за медицински цели, бебешки храни; пластири, превързочни материали; материали за plombиране на зъби и за зъбни отливки; дезинфектанти; препарати за унищожаване на вредни животни; фунгициди, хербициди.
- Клас 06: Неблагородни метали и техните сплави; метални строителни материали; преносими метални конструкции; метални материали за железопътни линии; неелектрически метални кабели и жици; железария, метална кинкалерия; метални тръби; метални каси; метални продукти, които не са включени в други класове; руди.
- Клас 07: Машини и машинни инструменти; електродвигатели и двигатели с вътрешно горене (с изключение на такива за сухопътни превозни средства); съединителни елементи и трансмисионни предавки (с изключение на такива за сухопътни превозни средства); селскостопански инструменти, с изключение на ръчно задвижвани; инкубатори за яйца.
- Клас 08: Ръчни, ръчно задвижвани инструменти и сечива; ножарски изделия и прибори за хранене; хладни оръжия; бръснари.
- Клас 09: Научни, навигационни, геодезични, фотографски, кинематографични, оптични, теллиани, измервателни, сигнални, контролни, надзорни, животоспасяващи и учебни апарати и уреди; апарати и уреди за провеждане, комутиране, транспортиране, акумулиране, регулиране и управление на електричество; апарати за записване, предаване или възпроизвеждане на звук или образ; магнитни носители на данни, записващи дискове; автомати за продажба и механизми за монетни апарати; касови апарати, изчислителни машини, оборудване за обработка на информация и компютри; пожарогасители.

- Клас 10: Хирургически, медицински, стоматологични и ветеринарни апарати и инструменти, изкуствени крайници, очи и зъби; ортопедични изделия; хирургични материали.
- Клас 11: Уреди за осветление, отопление, парогенериране, готвене, охлаждане, сушене, вентилация, водоснабдяване и за санитарни цели.
- Клас 12: Превозни средства; апарати за придвижване по земя, вода и въздух.
- Клас 13: Огнестрелно оръжие; амуниции и снаряжи; експлозивни; пиротехнически средства.
- Клас 14: Благородни метали и техните сплави, и изделия от благородни метали или с такова покритие, които не са включени в други класове; бижутерия, скъпоценни камъни; часовници и хронометрични уреди.
- Клас 15: Музикални инструменти.
- Клас 16: Хартия, картон и стоки от тези материали, които не са включени в други класове; печатни произведения; материали за подвързване на книги; фотографии; канцеларски принадлежности; канцеларски лепила и лепила за домакински цели; материали за художници; четки за рисуване; пишещи машини и канцеларско оборудване (с изключение на мебели); учебни материали (с изключение на апарати); пластмасови материали за опаковки (които не са включително в други класове); печатарски букви; клишета.
- Клас 17: Каучук, гутаперча, гума, азбест, слюда и стоки от тези материали, които не са включително в други класове; формувани пластмаси за производството; материали за запушване, уплътняване и изолиране; неметални гъвкави тръби.
- Клас 18: Кожа и имитации на кожа и стоки от тези материали, които не са включени в други класове; необработени кожи; куфари и пътни чанти; чадъри, слънчобрани и бас-туни; камшици, хамути и сарашки стоки.
- Клас 19: Неметални строителни материали; неметални твърди тръби за строителството; асфалт, катран и битум; неметални преносими конструкции; неметални панелници.
- Клас 20: Мебели, огледала, рамки за картини; стоки (които не са включително в други класове) от дърво, корк, камъш, тръстика, ракута, рог, кост, слонова кост, бален, раковина, кехлибар, седеф, морска пяна и от заместители на тези материали или от пластмаса.
- Клас 21: Домакински или кухненски прибори и съдове; гребени и зъби; четки (с изключение на четки за рисуване); материали за изработване на четки; средства за почистване; стоманена тел за домакински цели; необработено или полуобработено стъкло (с изключение на стъкло, използвано в строителството); стъклария, порцеланови и керамични изделия, които не са включително в други класове.
- Клас 22: Въжета, канал, мрежи, навеси, чергила, брезент, корабни платна, торби и чанти (които не са включени в други класове); материали за подложки и пълнеж (с изключение на каучукови или пластмасови); текстилни материали от необработени влакна.
- Клас 23: Прежди и конци за текстилна употреба.
- Клас 24: Текстил и текстилни изделия, които не са включени в други класове; покривки за легла и маси.
- Клас 25: Облекло, обувки, шапки и други принадлежности за глава.

- Клас 26: Дантели и бродерии, панделки и ширити; копчета, телени копчета, карфици и игли; изкуствени цветя.
- Клас 27: Килими, черги, изтривалки, розозки, линолеум и други материали за поговори покрития; нетекстилни тапети за стени.
- Клас 28: Игри и играчки; гимнастически и спортни артикули, които не са включително в други класове; украшения за коледни елхи.
- Клас 29: Месо, риба, птици и дивеч; месни екстракти; консервирани, замразени, сушени, варени и печени плодове и зеленчуци; желета, конфитюри и компоти; яйца, мляко и млечни произведения; хранителни масла и мазнини.
- Клас 30: Кафе, чай, какао, захар, ориз, тапиока, саго, заместители на кафе; брашно и произведения от зърнени храни, хляб, сладкиши и захарни изделия, сладоледи; мед, мела-са; мая, бакпулвер; сол, горчица; оцет, сосове (поправка); поправка; лег.
- Клас 31: Селскостопански, градинарски и горски продукти и семена, които не са включени в други класове; живи животни; пресни плодове и зеленчуци; семена за посев, живи растения и цветя; храни за животни; малц.
- Клас 32: Бира; безалкохолни напитки, минерални и газирани води; плодови напитки и сокове; сиропи и други препарати за приготвяне на напитки.
- Клас 33: Алкохолни напитки (с изключение на бира).
- Клас 34: Тютюн; принадлежности за пушачи; кибрит.

УСЛУГИ

- Клас 35: Реклама; управление на търговски сделки; търговска администрация; административна дейност.
- Клас 36: Застрахователна дейност; финансови сделки; парични сделки; сделки с недвижимо имущество.
- Клас 37: Строителство; ремонт; монтажни услуги.
- Клас 38: Телекомуникации.
- Клас 39: Транспорт; опаковане и съхраняване на стоки; организиране на пътувания.
- Клас 40: Обработване на материали.
- Клас 41: Образование; обучение; развлечение, спортна и културна дейност.
- Клас 42: Научни и технологически услуги и свързани с тях изследователски и проектантски услуги; промишлени анализи и проучвания; проектиране и разработване на компютърен софтуер и хардуер.
- Клас 43: Ресторантьорство; временно настаняване
- Клас 44: Медицинско обслужване; ветеринарни услуги; грижи за хигиената и красотата на хора и животни; услуги в областта на селското стопанство, градинарството и лесовъдството.
- Клас 45: Юридически услуги; охранителни услуги с цел закрила на собственост и хора; персонални и социални услуги, извършвани от трети лица с цел удовлетворяване на нуждите на индивидите.

ПРИЛОЖЕНИЕ III

Страни - членки на Магридския съюз

(към 15 юли 2009 г. са общо 84)

Австралия (П)	Мароко (С и П)
Австрия (С и П)	Мозамбик (С и П)
Азербайджан (С и П)	Монако (С и П)
Албания (С и П)	Монголия (С и П)
Алжир (С)	Намибия (С и П)
Антигуа и Барбадос (П)	Народно-демократична република Корея (С и П)
Армения (С и П)	Норвегия (П)
Бахрейн (П)	Оман (П)
Беларус (С и П)	Полша (С и П)
Белгия* (С и П)	Португалия (С и П)
Бивша Югославска република Македония (С и П)	Република Корея (П)
Босна и Херцеговина (С и П)	Република Молдова (С и П)
Ботсуана (П)	Румъния (С и П)
Бутан (С и П)	Руска федерация (С и П)
България (С и П)	Сан Марино (С и П)
Великобритания (П)	Сао Томе и Принсипи (П)
Виетнам (С и П)	САЩ (П)
Гана (П)	Свазиленд (С и П)
Германия (С и П)	Сиера Леоне (С и П)
Грузия (П)	Сингапур (П)
Гърция (П)	Сирийска арабска република (С и П)
Дания (П)	Словакия (С и П)
Европейски съюз (П)	Словения (С и П)
Египет (С и П)	Судан (С)
Естония (П)	Сърбия (С и П)
Замбия (П)	Таджикистан (С)
Иран (Ислямска република) (С и П)	Туркменистан (П)
Ирландия (П)	Турция (П)
Исландия (П)	Узбекистан (П)
Испания (С и П)	Украйна (С и П)
Италия (С и П)	Унгария (С и П)
Казахстан (С и П)	Финландия (П)
Кения (С и П)	Франция (С и П)
Киргизстан (С и П)	Холандия* (С и П)
Китай (С и П)	Хърватска (С и П)
Кипър (С и П)	Черна гора (С и П)
Куба (С и П)	Чешка република (С и П)
Латвия (С и П)	Швейцария (С и П)
Лесото (С и П)	Швеция (П)
Либерия (С)	Япония (П)
Литва (П)	
Лихтенщайн (С и П)	
Люксембург* (С и П)	
Мадагаскар (П)	

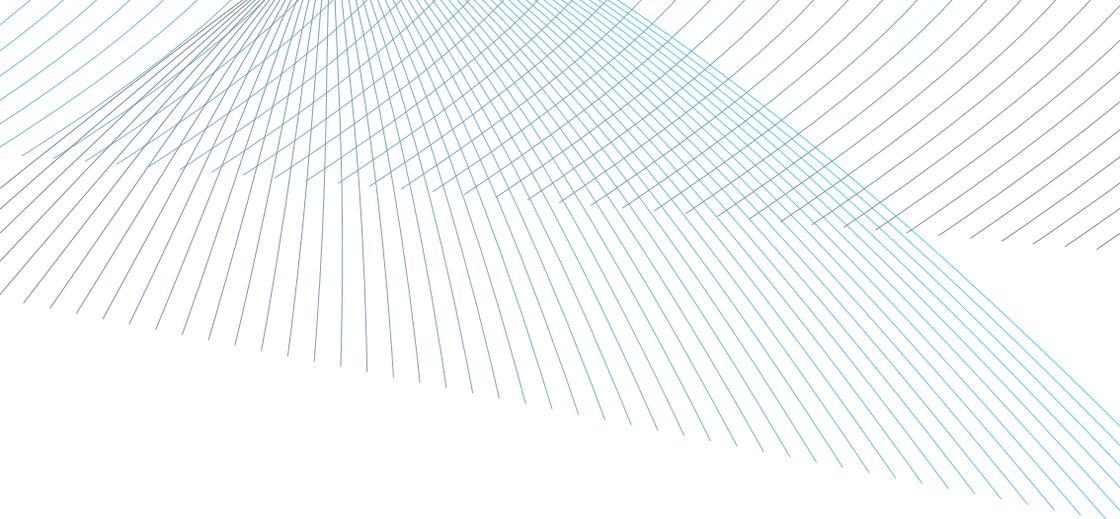
* За Белгия, Люксембург или Холандия не може да се търси закрила поотделно, а само за трите страни като едно цяло (БЕНЕЛЮКС), като се заплаща само една такса.

ПРИЛОЖЕНИЕ IV

Формуляр за заявяване на марка

Попълва се от Патентното ведомство	 <p>ПАТЕНТНО ВЕДОМСТВО НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ</p> <p>Бул. "Д-р Г.М. Димитров" № 52, вх. Б София 1040 Тел. 9701 xxx, Факс 87 35 258 БНБ-ЦУ в лева IBAN BG90 BNBG 9661 3100 1709 01 BIC BNBGBGSD</p>
------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ЗАЯВКА ЗА РЕГИСТРАЦИЯ	
НА <input type="checkbox"/> МАРКА <input type="checkbox"/> КОЛЕКТИВНА МАРКА <input type="checkbox"/> СЕРТИФИКАТНА МАРКА	
1. Моля да регистрирате марката, представена с настоящата заявка	
2. Заявител	
Име, презиме и фамилия; наименование и вид на ЮЛ; адрес и пощ.код	Гражданство:
Вид на ЮЛ и държавата, по законодателството на която е регистрирано:	БУЛСТАТ: ЕГПН:
<input type="checkbox"/> Име, презиме и фамилия; наименование и адрес на кирилица на чуждестранните заявители:	Код на страната : <input type="text"/> <input type="text"/> Телефон: Факс:
<input type="checkbox"/> Останалите заявители са посочени на допълнителен лист	
3. Представител:	
<input type="checkbox"/> по индустриална собственост: име, презиме, фамилия; адрес и пощ.код	№ в регистъра: Телефон: Факс:
<input type="checkbox"/> патентен специалист на заявителя: име, презиме, фамилия; адрес и пощ. код	№ на зап. за назначение: Телефон: Факс:
4. Адрес за кореспонденция:	Телефон:
5. Изображение на марката	6. Марката е: <input type="checkbox"/> триизмерна <input type="checkbox"/> комбинирана <input type="checkbox"/> фигуративна <input type="checkbox"/> звукова марка <input type="checkbox"/> словна 7. Претенция за цвят/цветове, описание на марката и/или указване на словните ѝ елементи и начинът на изписването им – с букви на кирилица или латиница: <input type="checkbox"/> Останалото описание е на отделен лист



*За други бизнес-ориентирани материали и публикации
в областта на интелектуалната собственост за МСП:*
www.wipo.int/sme/en

Безплатен електронен месечен бюлетин на отдела за МСП:
www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_sme_newsletter.html



Патентно ведомство на Република България

Първо българско издание

За поръчка на изданието се обърнете към Патентно ведомство на Република България:

Адрес: Бул. "г-р Г. М. Димитров" 526, 1040 София
Телефон: +359 2 9701 422
Факс: +359 2 873 51 82

За повече информация се свържете със Световна организация за интелектуална собственост:

Адрес: World Intellectual Property Organization (WIPO)
34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CH-1211 Geneva 20
Switzerland
Телефон: +41 22 338 91 11
Факс: +41 22 733 54 28
e-mail: wipo.mail@wipo.int

или координационен офис в Ню Йорк:

Адрес: Coordination Office
2, United Nations Plaza
Suite 2525
New York, N.Y. 10017
United States of America
Телефон: +1 212 963 6813
Факс: +1 212 963 4801
e-mail: wipo@un.org

или отдела за МСП на:

Адрес: 34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CH-1211 Geneva 20
Switzerland
Факс: +41 22 338 87 60
e-mail: sme@wipo.int
уеб страница: www.wipo.int/sme

Посетете уеб сайта на СОИС на: www.wipo.int

и поръчайте от Електронната книжарница на СОИС на: www.wipo.int/ebookshop

Customization and printing of this material was financed under the WIPO United States Patent and Trademark Office Funds-in-Trust. Адаптирането и отпечатването на този материал са финансирани от целевия фонд на Ведомството за патенти и търговски марки на САЩ.

ISBN 978-954-92245-2-8