

// КОМПАНИИ

Кой ми взе роклята

Как компания - вносител на сватбени дрехи, регистрира марката на свой конкурент и защо това е важно за всички търговци на стоки и услуги



от Силвия Рагославова

31 март 2017 16:38 16447 прочитания

Нищо материално на този свят не е наистина наше, учи Библията. Българското Патентно ведомство не е точно Светото писание, но неговото поучение е подобно: нищо не е наистина наше, докато не го патентоваме.

Този труден, но важен урок е в основата на търговски спор между две марки за булчински рокли, които се борят за едно наименование. Битката заплашва бизнеса на едната от марките, а приключването ѝ ще изисква пари, време и ходене по мъките.

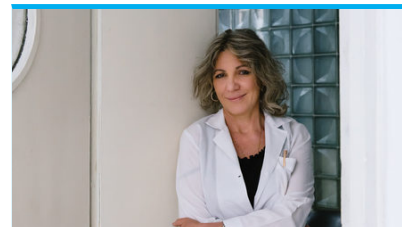
Казусът е интересен не толкова заради мащаба (сватбеният бизнес в България е бутиков), а защото може да засегне почти всеки бизнес оператор и повдига важни въпроси за регистрацията на търговски марки и лоялната конкуренция.

Да останеш без име

Емилия Луканова и Йоанис Куркутиадис отварят магазина си за сватбени и вечерни рокли и аксесоари Aegean Fashion Group през 2011 г. Оттогава насам те са и единствен дистрибутор на американската марка Justin Alexander за България. Четири години по-късно двамата предприемат друга решаваща крачка – да отворят нов търговски обект в Bulgaria Mall. Бутикът е с търговска площ 300 кв.м, а инвестицията за преустройството му и старта на бизнеса възлиза на 150 хил. лв. Влизайки в Bulgaria Mall, компанията трябва да промени името, през което продава. Освен трудно за изговаряне Aegean Fashion Group не навява мисли за марка за булчински рокли от по-високия сегмент и ценови диапазон (от 1500 лв. нагоре). "Тогава се въртяхме около няколко нови имена – Bridal House, Bridal Corner и Bridal Palace. Направихме брейнсторминг и се спряхме на първото име, което значи сватбена къща", разказва Луканова.

По правило ребрандирането е труден процес за всяка компания, защото, от една страна, тя трябва да продължи да бъде разпознаваема за досегашните си клиенти, а от друга, налагането на ново име е свързано с големи разходи за маркетинг и реклама. За Луканова и Куркутиадис обаче изпитанията се оказват с едно повече. Около година след откриването на магазина Bridal House в Bulgaria Mall марката им е регистрирана от техния конкурент Bridal Fashion, който се помещава в Paradise Mall и продава сватбени рокли на един от топ брандовете в световен мащаб – испанската Pronovias.

Луканова не разбира за това веднага. Минава още година и през 2017 г. тъкмо в разгара на сезона за продажбите на булчински и абитуриентски рокли някои медии ѝ съобщават, че отказват да рекламират вече подготвени кампании, защото това е незаконно. Като причина те изтъкват факта, че Bridal House е бранд, който принадлежи на друг. От свои познати в бизнес средите Луканова разбира, че конкурентът ѝ Bridal Fashion има намерение да стигне дори по-далеч, като регистрира и стартирания от нея в Bulgaria Mall формат "Училище за булки".



СЪДЪРЖАНИЕ ОТ EUCERIN

Как да използваме правилно слънцезащитни продукти - отговори от проф. д-р Мери Ганчева

Кой ми взе роклята



От документи, подадени в Патентното ведомство, се вижда, че при регистрацията на все още административно свободната марка собственикът на Bridal Fashion Анелия Петкова вече е проявила находчивост. Първоначалното лого, което е приложила към заявката за марката, е от поканата за откриването на магазина на Bridal House, а по-късно, изглежда, е разбрала, че това не е верният знак и е анулирала регистрацията. Втората заявка за марката Bridal House идва месец по-късно, вече оригиналното лого, изрязано от снимка, направена през обекта на Луканова и Куркутиадис.

Голямото объркване

Макар разказаното дотук да прилича повече на опит за стопиране на конкурент, собственичката на Bridal Fashion Анелия Петкова има свое обяснение. През "Капитал" тя разказа, че няма претенции към логото на Bridal House и не смята да го използва. "Мен то не ме интересува, интересува ме само името. Нямах да го регистрирам, но става объркване с клиенти. И при нас, и при тях те идват със записани часове и се създава дискомфорт за персонала с тези обърквания", казва Петкова. Тя обяснява още, че първо е проверила в Патентното ведомство дали марката Bridal House е запазена, а после е регистрирала bridal, което значи булчински (по-скоро обща и събирателна дума за вида рокли - бел. авт.) в още пет класа.

"Да правиш бизнес изисква грамотност, не просто да заредиш един магазин", казва Петкова. Тя подчертава, че е на пазара първа - от 2007 г., и когато е влизала в нишата, е търсела идентичност. По думите ѝ по това време не е имало нито bridal, нито "fashion и се чувства копирана. Въпреки това логата и концепциите за марките, интериора и дори асортимента на двата конкурента са различни, а Луканова и Куркутиадис така и не са получили уведомление за объркванията, които според Петкова настъпват. "Аз съм я оставила да работи една година, не искам да правя на никого лошо", казва Петкова.

РЕКЛАМА

Сега собствениците на Bridal House започват битка по възстановяване на името си, прилагайки всички възможни документи, от които е видно, че са използвали марката в продължение на две години. Тази битка обаче няма да приключи така бързо, защото процедурите на Патентното ведомство, където

Четено Коментирано Препоръчвано

// СТРОИТЕЛСТВО И ИМОТИ

Най-голямата сделка на наемния пазар в София: Chaos се мести в нов офис на "Цариградско"

// ПОЛИТИКА

Елена Фичерова: Употребиха името ми с политическа цел, страх ме е, няма кой да ме пази

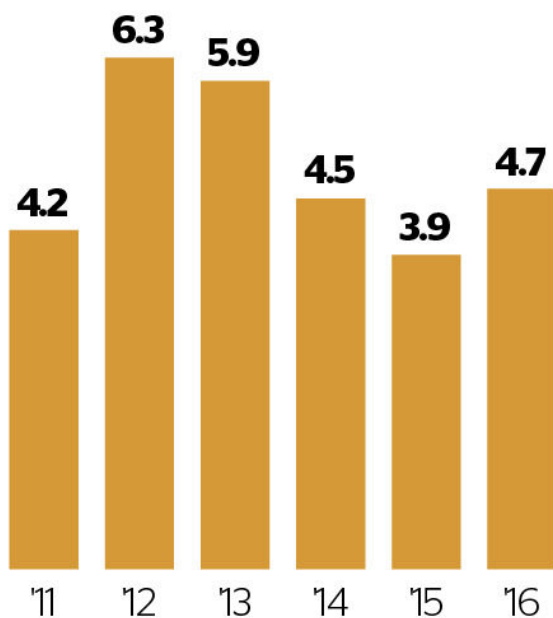
// ПОЛИТИКА

Вечерни новини: Слави Трифонов няма да е депутат; Държавата ще преразгледа договора за "златната локва"

става оспорването, са дълги. "Очакваме въпросът да се реши в период между 6 месеца и 1 година, но в това време нашият имидж страда, а и не можем да използваме марката за реклама, от което търпим пропуснати ползи", казва Луканова. При разходи за регистрацията на марката от страна на Bridal Fashion около 450 лв. разходите по оспорването за тях ще бъдат около 4 хил. лв., или почти десет пъти по-високи.

РЕГИСТРИРАНИ ТЪРГОВСКИ МАРКИ В БЪЛГАРИЯ

В хил. броя



КАПИТАЛ

Източник: Патентно ведомство

Регистрирани търговски марки в България

Автор : Капитал

[Преглед на оригинала](#)

Как да защитим бизнеса си

Ситуацията, в която се намират в момента Bridal House и Bridal Fashion, не е прецедент. "В България има и случаи, когато едно лице регистрира на свое име 30-40 западни

марки, които не са заявени", обяснява Аглика Иванова, адвокат в консултантската агенция IPConsulting, специализирана в защита на търговски марки, патенти, авторски права и интелектуална собственост. Всичко това е възможно след влезлите в сила през 2011 г. промени в Закона за марките и географските означения, които задължават притежателите на марки сами да следят за правата си (виж карето).

"Няма законово изискване производителите на продукти, търговците и бизнесът като цяло да запазват марки на всяка цена, но моето лично виждане е, че това е задължително и засяга както по-големите, така и по-малките бизнес оператори. Регистрирането на марка трябва да става още със създаването на бизнеса", казва Аглика Иванова. По думите ѝ, проблемите обикновено настъпват, когато малкият бизнес става голям. "Дори да си ползвал една марка гълги години, ако някой иска да я има и я заяви преди теб, той става неин собственик и може да забрани на всеки да я ползва", обяснява адвокат Иванова. Реалните собственици по думите ѝ трябва да следят сами дали марката им се е ползвала недобросъвестно, а опозицията е единственият механизъм, с който това може да се предотврати. Услуги за наблюдение на марки се предлагат и от частни компании.

Парадоксалното на българския пазар е, че докато таксата по регистрацията на една марка е 190 лв., разходът по нейната опозиция е 400 лв. "В европейското законодателство не е така, ако заявката на марка струва 850 евро, опозицията е 320 евро", дава пример Иванова.

Доколкото за случая между двете компании за сватбени рокли, адвокатът определя това като акт, който легитимният бизнес не трябва да си позволява.

Всеки сам си пази марката

Патентното ведомство вече не проверява дали марката накарнява нечи интереси, или копира друга. Тази проверка е заменена с т.нар. опозиция, която дава възможност на засегнатите лица или фирми да препятстват регистрации при недобросъвестни действия или сходства спрямо техните марки.

Този рег отговаря в по-голяма степен на практиките в Европа. Ангажиментите на Патентното ведомство сега се свеждат само до проверка дали заявената марка отговаря на условията от чл. 11 в Закона за марките и географските означения, където е записано, че основание за отказ на регистрацията могат да бъдат формални неща като липса на отличителен характер, наличие на гербове, знамена, културни паметници и други символи, наличие на форма, която произлиза от естеството на самата стока, и др.

Наръчник по регистрацията на марки

Кой може да го направи

Всяко българско или чуждестранно юридическо лице като лицата, които нямат постоянен адрес или седалище в България, задължително извършват действия чрез лицензиран представител по индустриална собственост, вписан в регистъра на Патентното ведомство.

Къде да подам заявление за регистрацията на марката си

На място в Патентното ведомство и чрез изпратено по пощата, по факс или онлайн заявяване, за което не се изисква електронен подпис.

Какво ще ми струва

Таксата се определя от броя на класовете стоки/услуги, които заявителят е посочил. До три класа стоки/услуги таксата е 190 лв., за всеки следващ посочен клас се заплаща по 40 лв. Заявки, по които заявителите не са платили, се считат за оттеглени.

Какво следва

1. Проверка от страна на ПВ дали заявката отговаря на изискванията на Закона за марките и географските означения (ЗМГО) за установяване гата на подаване - ако не, заявката не се датира. По всяка датирана заявка се проверява дали заявителят е платил таксите за заявяване, експертиза и публикация.

2. След като заявлението бъде входирано и бъде платена таксата, ПВ извършва формална експертиза, при която се проверяват заявителят, приложеното изображение, списък на стоките и услугите, подпис, поставен печат и други формални изисквания. При констатиране на такива на заявителят има два месеца за тяхното отстраняване.

3. В тримесечен срок от приключване на формалната експертиза се извършва експертиза по същество дали заявката не попада под абсолютните забрани за регистрация съгласно чл. 11 от ЗМГО, т.е. дали заявеният знак е регистрабилен. Тази проверка е доста задълбочена, изисква немалко време. Трябва да се проверят немалко източници, сред които бази данни на Международната организация за интелектуална собственост, списъци на Международната здравна организация, речници и всякакви други общодостъпни източници.

Ако получа отказ за регистрация

Имам тримесечен срок за възражение, който може да бъде продължен с още три. Решение за отказ ще бъде постановено, ако заявителят не отговори или възрази неоснователно.

Ако разбере, че някой е използвал моя марка недобросъвестно

Всяка одобрена заявка се публикува в Официалния бюлетин на ПВ. В тримесечен срок от публикацията всяко трето лице може да подаде опозиция или възражение срещу конкретна регистрация. Когато такива са подадени, състави по опозиция в ПВ разглеждат исканията и се произнасят по тях, като опозицията се отхвърля като неоснователна или се взема решение за отказ от регистрация. В случаите на отхвърлена опозиция заявителят се уведомява да плати такса от 400 лв. за регистрация, издаване на свидетелство и публикация, която такса е фиксирана и не зависи от броя на посочените класове.

Етикети

сватбена рокля

защита на търговска марка

патент

Закон за марките и географските означения ЗМГО





БЮЛЕТИН

Вечерни новини

Най-важното от деня. Всяка делнична вечер в 18 ч.

Записване

[Всички бюлетини на Капитал...](#)

Свързани статии

Новият закон за марките и географските означения дава повече сигурност за бизнеса

Start-up: от дипломата по право до сватбената агенция

Търговец на килими подяга жалба срещу името на коалицията "Да, България"

Rio mare в съдебен сос

Промени в защитата на правата върху търговска марка

[Покажи още](#)

3 коментара

НАЙ-ХАРЕСВАНИТЕ

НАЙ-НОВИТЕ

НАЙ-СТАРИТЕ

1

::P



gost22

-1 +6

Типичното родно авантаджийство. За да си спести едни гребни пари от регистрирането, първо ще ближе сол, после ще яде бой, а накрая ще развърже кесията и ще плати и гребните пари, и едрите лихви.

Нередност?

2

::-|



Георги Георгиев

+4

Ами като гледам и двете какви са решили за прекалено бюрократично да си регистрират марката. Никой не им е виновен, че накрая се стига до този проблем.

Нередност?

3

::-|



МилевГео

+5

Дам, в България, когато кажеш на някой, че марката е ключов инструмент за защита в бизнеса, получаваш отговор - "аз за глупости пари не давам"...и после се почват мъките, на този същия с отговора! Интересно е да ги наблюдаваш, при факта, че серия от няколко дела пред патентно, съда и КЗК(обикновено са тези трите) излизат околко 10 пъти по-скъпо от регистрацията на една марка:)))
Българинът е тъпанар-мазохист, който винаги обвинява другите за собствените си неудачни решения.

Нередност?

Нов коментар

За да публикувате коментари,
трябва да сте регистриран потребител.

[Вход](#)

Още от Капитал

// РИТЕЙЛ

Автомобилите втора
ръка в Европа
поскъпват

// ПАЗАР НА ТРУДА

Служителите в Apple
започват кампания
срещу връщането в
офиса

// МЕДИА И РЕКЛАМА

Седмичен бюлетин за
маркетинг и реклама (8
юни)

С използването на сайта вие приемате, че използваме „бисквитки“ за подобряване на преживяването, персонализиране на съдържанието и
анализиране на трафика. Вижте нашата [политика за бисквитките](#) и [декларацията за поверителност](#).