

ДУАЛИСТИЧНАТА ПРИРОДА НА ОБЕКТА НА ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ „ПРОМИШЛЕН ДИЗАЙН“*

**(Правна регламентация, регистрационна активност
в България, икономическа значимост)**

Мария Маркова**

Увод

Проблемът за представяне на обекта „промишлен дизайн“ като правен инструмент за закрила на продуктови иновации и бизнес идентификатори е продиктуван от непълното познаване на неговите правни характеристики и възможностите за извличане на икономическа изгода при използването му в бизнеса.

Целта на студията е да представи правната регламентация на обекта „промишлен дизайн“ в международен и национален аспект, основните положения на конвенции, регламенти и закони, възможностите за закрила чрез „промишлен дизайн“ на продуктови решения и на идентифициращи бизнеса рекламни материали, документи, символи и лога, техните икономически функции в условията на глобален и наситен съвременен пазар. Заедно с това да представи и резултатите на проведено изследване за регистрационната активност в областта на промишления дизайн в България по данни на официална статистика и официалния бюлетин на Патентното ведомство, съпътствано от анализ и препоръки за бизнеса.

Изследването е проведено в рамките на времево ограничение 1999 – 2017 г., тъй като авторът има предвид влезлия в сила през 1999 г. Закон за промишления дизайн, своя професионален опит и публично достъпната информация за активността на българските физически и юридически лица, създатели на творчески дизайнерски решения.

* В тази студия авторът разглежда обекта на индустриална собственост „промишлен дизайн“. Няма предвид термина „промишлен дизайн“ от областта на промишлената естетика, дизайнерско творчество или група продукти – резултат на такова творчество.

** Мария Маркова, доктор, доцент в катедра Творчески индустрии и интелектуална собственост, УНСС, email: doz.markova@abv.bg

I. ПРАВЕН РЕЖИМ НА ПРОМИШЛЕНИЯ ДИЗАЙН КАТО ОБЕКТ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ

Актуалната правна регламентация на **промишления дизайн в Република България** се състои в множество международни и национални нормативни актове.

1. Международна правна рамка за закрила на промишлен дизайн

Международните нормативни актове съдържат основните правила, върху които се изгражда националното законодателство в областта на промишления дизайн.

Международните актове, регламентиращи закрилата на промишления дизайн са следните: Парижка конвенция за закрила на индустриалната собственост (20 март 1883 г.); Хагска спогодба за международно заявяване на промишлени дизайни (6 ноември, 1925 г.); Локарнска спогодба, учредяваща международна класификация на промишлените дизайни (8 октомври 1968 г.); Регламент N 6/2002 за Дизайн на ЕС и свързания с него Регламент N 2245/ 2002 година за прилагането му; Директива 98/71/ЕС на Европейския парламент и Съвет (13 октомври 1998 г.) и Споразумението TRIPS (ТРИПС – Споразумение за свързаните с търговията аспекти на интелектуалната собственост 1994 г.)

Националната регламентация се състои в Закон за промишления дизайн, приет на 2 септември 1999 г. и влязъл в сила на 15 декември 1999 г. и Наредба за оформяне, подаване и експертиза на заявки за регистрация на промишлен дизайн (30 декември 1999 г.)

Парижка конвенция за закрила на индустриалната собственост

Парижка конвенция от 1883 г. [1] въвежда понятието **индустриална собственост**. Закрилата на индустриалната собственост има за обект патентите за изобретения, полезните модели, индустриалните рисунки или модели, фабричните или търговски марки, знаците за услуги, търговското име, указанията за произход или наименованията на местопроизход, както и преследването на нелоялната конкуренция.

Според конвенцията, изразът „индустриална собственост“ се разбира в най-широк смисъл и се прилага не само към индустрията и търговията, в тесен смисъл на думата, но и към индустриите от областта на селското стопанство, изкопаемите, и към всички фабрични или естествени продукти, например: вина, зърнени храни, тютюневи листа, плодове, животни, минерали, минерални води, бирени напитки, цветя, брашна.

Закрилата на резултатите на творческия труд на човека, в която и да е област на активност, се основава на четири групи принципи:

1. Първата група съдържа принципа на национално третиране. Принципът на националното третиране се съдържа в чл. 2 и чл. 3 на Парижката конвенция. Под национално третиране се разбира, че по отношение на защитата на индустриалната собственост всяка страна-членка на Конвенцията трябва да дава същата защита на гражданите на други страни-членки като тази, с която се ползват нейните собствени граждани. Националното третиране трябва да бъде осигурено също и на представители на страни, които не са членки на Парижкия съюз, ако те живеят в страна членка на Съюза, или ако имат „ефективно и сериозно промишлено или търговско предприятие“. Принципът на националното третиране гарантира, че чужденците ще получат защита без никаква дискриминация под каквато и да е форма. Всички предимства за собствените граждани са в сила и за чуждите граждани. Понятието „гражданин“ се отнася, както за физически, така и за юридически лица.

2. Втората група се отнася до друг основен принцип – **конвенционен приоритет**.

Принципът на конвенционен приоритет се съдържат в чл. 4 на Конвенцията. Правото на приоритет означава, че на базата на заявка за право на индустриална собственост, редовно подадена от заявител в една от страните-членки, този заявител (или негов наследник) може в точно определен срок (6 месеца за търговски марки и промишлени образци и 12 месеца за полезен модел и за изобретение) да подаде заявка за защита на същия обект във всички страни-членки. Тези бъдещи заявки ще бъдат считани за подадени в същия ден като първата заявка. Или следващите заявки ще се ползват със статута на проириетет по отношение на всички заявки, отнасящи се до същия обект на индустриалната собственост, които биха били подадени след датата на първата заявка.

3. Третата група се отнася до принципа на т.нар. **изложбен приоритет**. Чл. 11 на Парижката конвенция посочва, че излагането на обекти на индустриалната собственост на международни, официални или официално признати изложби, организирани на територията на страна-членка на Парижкия съюз предоставят временна закрила на излаганите експонати.

4. Четвъртата група се отнася до правилата, уреждащи правата и задълженията на физически и юридически лица на страните-членки на Парижкия съюз относно поставянето в сила на **закони и структури** в областта на индустриалната собственост, съответстващи на тези принципи. Всяка страна-членка на Съюза, се задължава да уреди специална служба за индустриалната собственост, както и централно място за съобщения на публиката за патентите за изобретения, полезните образци, индустриалните рисунки

или модели и фабричните или търговски марки. Тази служба ще обнародва официално едно периодично издание. Тя редовно ще обнародва: имената на титулярите на издадените патенти с кратко описание на патентованите изобретения и репродукции на регистрираните марки. Конвенцията създава международната организация, установена под името Международно бюро за закрила на индустриалната собственост.

Хагска спогодба за международна закрила на промишлен дизайн

Хагската спогодба, постигната в рамките на Парижката конвенция, е подписана 1925 г. и предвижда лица, имащи право на заявяване, да направят международен депозит, да получат закрила за промишлен дизайн в редица държави с минимум формалности и при минимум разходи. От 11 декември 1996 г., Република България се присъедини към Хагската спогодба за международно заявяване на промишлени дизайни от 1925 г. в редакцията ѝ от 1960 г. и към Допълнителния акт от Стокхолм от 1967 г. Това присъединяване на страната ни към Хагска спогодба и нейните актове предоставя възможността на българските заявители да депозират искания за международна регистрация на промишлени дизайни в Международното бюро на Световната организация за интелектуална собственост в Женева, Швейцария. А заявители от държави-членки на Хагски съюз (повече от 22 предимно европейски държави) могат да посочват Република България в своите искания за международна регистрация. С подаване на едно искане в Международното бюро се търси закрила в една или повече посочени страни-членки на спогодбата. Това води до реализиране на множество административни и финансови изгоди за заявителите и е част от процеса на присъединяване на страната ни към европейските правни структури.

Локарнска спогодба, учредяваща международна класификация на промишлените дизайни

Спогодбата от Локарно, утвърждаваща международна класификация на промишлените дизайни, е подписана 1968 г., влиза в сила 1971 г. Тази класификация представлява йерархична система на всички групи стоки, в които може да се регистрира промишлен дизайн, и се състои от общо 31 класа и 211 подкласа. Всяка страна-членка на Локарнски съюз (държавите-членки на Спогодбата) се задължава да използва тази класификация в официалните си бюлетини, държавни регистри и официални документи за депозит или регистрация на промишлен дизайн. Локарнската класификация на промишлените дизайни е ратифицирана и влиза в сила в Република България от 28.02.2001 г.

Регламент 6/2002 на Съвета /ЕО/

Регламент № 6/ 2002 ЕС [2] от 12.12.2001 г. представя основните материалноправни и процедурни аспекти на закрилата на Дизайн на Общността. Основните положения относно Дизайна на общността в Регламент 6/2002/ ЕС са следните дефиниции:

- **Дизайн на Общността** е: „външният вид на продукта или част от него, определен по-специално от особеностите на линиите, контурите, цветовете, формата, строежа и/или материалите на продукта и/или орнаментите му“ (чл. 3 т. а);
- **„Продукт“** е: „всяко промишлено или занаятчийско изделие, включително части, предназначени да сглобяване в комплексен продукт, опаковка, облекло, графични символи и печатни шрифтове, с изключение на компютърни програми“; (чл. 3 т. б)
- **„Комплексен продукт“** е: „продукт, съставен от множество компоненти, които могат да се заменят, даващи възможност по този начин за демонтаж или повторен монтаж на продукта“ (чл. 3 т.в).

Регламентът предвижда и закрила на **съставни изделия**, които могат да се сглобяват и разглобяват, както на съставляващите ги елементи. Например: стопове, фарове, тасове, странични огледала, волан на автомобил (автомобилните компании Рено, BMW, VW и много други регистрират дизайни, както за отделни части, така и за модели като цяло).

Регламентът предвижда и закрила на **модулни системи**. Например: в мебелната индустрия множество отделни изделия и елементи за свързването им в различни конфигурации водят до направата на други изделия (например компанията IKEA е водещ европейски и световен производител на модулно базирани мебели. Българската компания ОРТ вече от години е известна на европейския пазар с модулно организирано производство на офис мебели, за които има регистрирани дизайни на Общността).

Дизайнът на Общността има единен характер и действието му е еднакво на цялата територия на Общността. Всяко ново разширение на Европейския съюз води до разширяване на териториалния обхват на закрилата.

Дизайнът на Общността може да съществува в две форми: регистриран дизайн на Общността и нерегистриран дизайн на Общността.

За разлика от регистрирания дизайн на Общността, за да се защити нерегистриран дизайн на Общността, не е необходимо да се подава заявка. Това улеснение, обаче, има и свой недостатък, тъй като на практика притежателят на право върху нерегистриран дизайн може да се изправи пред сериозни затруднения при доказване съществуването на закрилата.

За да бъде закрилян един дизайн, той трябва да отговаря на поставените в чл. 4 **изисквания за закрила:**

- **новост** – „Дизайнът се счита за нов, ако друг идентичен дизайн не е станал общодостъпен“ (чл. 5, ал. 1) като „дизайните се считат за идентични, ако се различават само в несъществени детайли“ (чл. 5, ал. 2);

Разгласяване, което не влияе върху новостта е това, което е направено от автора или от трето лице в рамките на 12 месечен период.

- **индивидуален характер** – „Дизайнът се счита за оригинален, ако цялостното впечатление, което той създава в осведомения потребител, се различава от цялостното впечатление, което създава в такъв потребител всеки станал общодостъпен дизайн“ (чл. 6, ал. 1). Като при определяне на индивидуалния характер“ се взема под внимание степента на свобода на автора при разработването на дизайна“ (чл. 6, ал. 2)

Закрилата за дизайн на Общността е времево ограничена, както следва:

- Дизайн, който отговаря на посочените по-горе изисквания се закриля с **нерегистриран дизайн на Общността за срок от три години** от датата, на който дизайнът за първи път е станал общодостъпен в рамките на Общността.
- Дизайн, който отговаря на изискванията за регистрация и след регистрацията му във Ведомството, получава **закрила за период от пет години от датата на подаване на заявката**. Притежателят на правото може да получи продължение на срока на закрила с един или повече периоди от по пет години, **но не повече от общо 25 години от датата на заявяване. (чл. 12)**

Субект, носител на правото върху дизайн на Общността, е авторът, негов правоприемник или работодател, като тук важат клаузите от националните законодателства в областта на дизайна. Авторът има право, така както и заявителят или притежателят на регистрирания дизайн на Общността да бъде посочен като такъв пред ведомството и в регистъра. (чл. 18)

Правата, предоставяни с дизайн на Общността са, както следва:

- **За регистриран дизайн – Притежателят на регистриран дизайн на Общността има изключителното право върху дизайна**. Изключителното право включва: да използва и да забрани на трети лица да произвеждат, предлагат, разпространяват на пазара, внасят, изнасят, използват или съхраняват за тези цели продукти, в които е включен дизайнът, които не създават различно цялостно впечатление. Регистрираният дизайн на Общността има срок на закрилата 5 години, считано от датата на подаване на заявката. Този срок е максимум 25 години.
- **За нерегистриран дизайн** – правото на притежателя да забранява действия на използване (както вече беше изяснено), само ако оспорваното използване е резултат от копиране на защитения дизайн (чл. 19, ал. 2). Оспорваното използване не се счита за резултат от копиране на

защитения дизайн, ако е плод на самостоятелна творческа дейност на автор, за който има основания да се предполага, че не е запознат с дизайна, направен общодостъпен от притежателя. Посоченото право се отнася и до регистриран дизайн с отложена публикация. (чл. 19, ал. 3). Дизайнът на Общността не предоставя права по отношение на:

- Действия, извършени **частно и за нетърговски цели**;
- Действия с **експериментална цел**;
- Репродуктивни действия с цел **цитиране или обучение**;
- Оборудването на регистрирани в трета страна **морски или въздушни превозни средства, временно навлизащи в територията на Общността**; вносът на **резервни части и спомагателни приспособления**, с цел използването им при ремонт и извършването на самия ремонт на тези превозни средства.

Регламентът на Европейския съюз предвижда и някои други нови или прецизирани правни положения:

- **Право на преждеползване** – такова право има всяко трето лице, което може да докаже, че до датата на подаване на заявката, респ. приоритетната дата, добросъвестно е използвало, в рамките на Общността, или е извършило сериозна подготовка за използване на дизайн, попадащ в обхвата на закрила с регистриран дизайн на Общността, който дизайн не е копиран от дизайна на Общността;
- Регламентът на Европейския съюз предвижда статута „**множествено заявка**“ за дизайн на Общността, при условие, че продуктите, в които са включени или към които са приложени дизайните, принадлежат към един клас на Международната класификация на промишлените дизайни от Локарно;
- Заявката за регистриран дизайн на Общността може да ползва приоритети: конвенционен и изложбен за срок от шест месеца, съгласно условията на чл. 42, 43 и 44;
- Заявителят на регистриран дизайн а Общността може да поиска отложена публикация за срок от 30 месеца от датата на подаване на заявката, респ. от приоритетната дата (чл. 50).
- Дизайнът на Общността действа като национален дизайн на страната-членка, освен в предвидени специфични случаи в Регламента;
- Регистриран дизайн на Общността може да бъде даден като гаранция или да бъде предмет на вещни права;
- Дизайнът на Общността може да бъде предмет на изключително или обикновено лицензиране;

Заличаване на дизайн на Общността може да се получи при следните случаи:

- не е „дизайн“ по смисъла на дефинициите в Регламента;
- не отговаря на условията за регистрация;
- когато дизайнът на Общността е в колизия с друг дизайн или друг обект на индустриална собственост;
- когато дизайнът представлява незаконно използване на творба, защита съгласно Закона за авторско право в страната член.

Спорове, искания за заличаване, за обявяване на недействителност и други въпроси, свързани с юрисдикцията на дизайн на Общността са подвластни на Европейското ведомство по интелектуална собственост (марки и дизайни) и Съда на Общността.

Директива 98/71/ЕО

Директива 98/71/ЕО на Европейския парламент и Съвета от 13 октомври 1998 г., за правната закрила на дизайна, и Спогодбата TRIPS имат незадължителен характер и само определят минималните условия на закрила на промишления дизайн, които трябва да бъдат кодифицирани в националното законодателство относно този обект на индустриална собственост. Тъй като Директива 98/71/ЕО е в основата на приетия по-късно Регламент 6/2002 и чиито основни положения бяха представени, няма да се спираме на основните текстове на Директивата.

Споразумението TRIPS

TRIPS Agreement е едно от съпътстващите споразумения, създадено по време на Уругвайския кръг от преговори по ГАТТ 1994 г., наред със споразумението за учредяване на СТО и предвижда следните **минимални условия на закрила на промишления дизайн**:

Чл. 25 на споразумението дефинира изискванията за закрила на промишления дизайн така:

- Страните-членки могат да предоставят закрила за независимо създаден промишлен дизайн, който е **нов** и **оригинален**. Страните-членки могат да предоставят закрила за дизайн, който е нов и оригинален, ако той значително се различава от познати дизайни или комбинация от познати характеристики на дизайн. Страните-членки могат да предоставят такава закрила, ако не се отнася за дизайн, продиктуван по същество от технически или функционални изисквания.
- Всяка страна-членка трябва да гарантира, че изисквания за сигурна закрила на текстилен дизайн, по-конкретно по отношение на разходи, изпитания и публикация, не ограничават неразумно възможността за търсене и получаване на такава закрила. Страните-членки трябва да бъдат свободни да осигурят тези изисквания чрез ЗПД или чрез ЗАП.

Чл. 26 на Споразумението предвижда изключителното право на собственика на промишлен дизайн, така че да осигури баланс на интересите в обществото и т. 3 „Продължителността на закрилата трябва да бъде най-малко 10 години.“

2. Национална правна рамка за закрила на промишлен дизайн

Националното законодателство в областта на промишления дизайн регламентира правната закрила на промишления дизайн като разкрива правната същност на този обект, критериите за патентоспособност на този обект, производството в Патентно ведомство, урежда изключителното право върху промишлен дизайн, възможностите за получаване на международна закрила.

Националното законодателство в областта на промишления дизайн се състои от Закон за промишления дизайн и Наредба за оформяне, подаване и експертиза на заявки за регистрация на промишлен дизайн [4].

Ще бъдат разгледани следните основни показатели: обект на правото, критерии за предоставяне на закрила като промишлен дизайн, субект на правото, продължителност на закрилата.

Обект на правото в Закона за промишлен дизайн (ЗПД), съгласно чл. 3 ал. 1, е: „видимият външен вид на продукт или част от него, определен от особеностите на формата, линиите, рисунъка, орнаментите, цветовото съчетание или комбинация от тях“.

ЗПД представя и дефиниция на продукт, дадена в чл. 3 ал. 2 „Продукт е всяко изделие, получено по промишлен или занаятчийски начин, включително части, предназначени за сглобяване в съставно изделие, комплект или композиция от изделия, опаковка, графични символи и печатни шрифтове, с изключение на компютърни програми.“

Правният термин „промишлен дизайн“ (до 1999 г. „промишлен образец“ по ЗТМПО от 1967 г.) съдържа в дефиницията си основни характеристики:

- носител, в който е приложен или представлява дизайна, е продукт;
- дизайнът е реализиран не като технически, функционални и структуроопределящи характеристики, а като външния вид на продукта и то въздействащ върху зрителните сетива;
- изразните средства на дизайна могат да бъдат форма, линии, рисунки, цветове;
- орнаменти или комбинация от тези изразни средства;
- продуктът, в смисъла на закона, може да бъде изделие на промишлеността или занаятите;
- продукт – носител на дизайна, може да бъде изделие само по себе си, опаковка на изделие – първична, търговска или транспортна, графични символи или печатни шрифтове, като резултат на творческа дейност на графичен или уеб дизайнер;

- продуктът може да бъде крайно търговско изделие (изделие, предназначено за пазара), част от такова изделие със самостоятелен търговски характер или съвкупност от изделия – комплекти и композиции;

Дефиницията на продукт всъщност разкрива същността на обекта на правото, като изяснява следните съществени моменти:

Първо. Под продукт трябва да разбираме краен резултат на промишлено или занаятчийско производство. Положителен момент в ЗПД е включването на изделията на занаятчийското производство при създаването на обществен продукт, като крайният резултат на това производство не е уникат (както е при продуктите на художествените занаяти), за да бъде подведен под критерия на художествено-литературната собственост (правен еквивалент „авторско право“).

Второ. Някои съвкупности от изделия можем да считаме за промишлен дизайн, а това са комплекти и композиции. Дефинициите на горепосочените съвкупности, съгласно Наредбата за оформяне, подаване и експертиза на заявки за регистрация на промишлен дизайн са следните:

„**Комплект от изделия**“ са самостоятелни, структурно обособени изделия, които са подчинени на единен образен или стилистичен принцип на външно оформление и имат общо предназначение – например сервиз за хранене, детска игра, мебелна гарнитура и др.“

„**Композиция от изделия**“ е стилистично съчетаване на изделия, имащи общ принцип на външно оформление – например вътрешна украса и обзавеждане за кухня, вагон-ресторант“.

Обединяването на определени съвкупности от изделия при спазване на общ стилистичен критерий (при комплектите и общ функционален критерий) е едно решение на законодателя, благоприятстващо заявителя. При заявяването на комплект или композиция изделия, като промишлен дизайн, заявителят реализира административни и финансови икономии.

В ЗПД са дефинирани всички онези случаи (чл. 11, ал. 2), в които заявителят не би могъл да получи закрила на свои продукти като промишлен дизайн, а именно:

- дизайн, който противоречи на обществения морал или на добрите нрави;
- дизайн, чиито особености са обусловени единствено от техническите или функционални характеристики на продукта, т.е. априори следват от техническото изпълнение или от функционалното предназначение на продукта и липсва творческият елемент;
- дизайн, чиито особености са обусловени от изискванията за механично свързване или пасване към други елементи на по-голяма модулна система, т.е. отново решението на продукта е преопределено или логично произтича от изискванията за пасване към модулната система;

Това дефиниране на изключенията от патентоспособност като промишлен дизайн би подмогнало на заявителя при избора на правна възможност за закрила на продуктова форма като полезен модел и/или като промишлен дизайн. Функционално или технически предопределени решения на външния вид и формата на изделията биха могли да се закрият като полезен модел (чл. 73, Закон за патентите и регистрацията на полезните модели 1993 г.)

Регистрация на промишлен дизайн е възможна при кумулативно изпълнени условия:

1. Новост – чл. 12 на ЗПД посочва: „Дизайнът е нов, ако преди датата на подаване на заявката, съотв. преди датата на приоритета, не е известен друг идентичен дизайн, който е станал общодостъпен чрез публикации, използване, регистрации или разгласяване по какъвто и да е друг начин където и да е по света“. Дизайните се считат за идентични, ако техните особености се различават само в несъществени детайли, които не влияят върху цялостното възприятие за тях.“

Разгласяване на дизайна – обектът на заявка за регистрация не влияе върху новостта му, когато това разгласяване е направено в 6-месечен срок преди датата на подаване на заявката, съответно датата на приоритета от: правото върху дизайн е изключително право, както при патент за изобретение така и при патент за полезен модел:

- авторът, неговият правопреемник или трето лице в резултат на информация, действие от автора или негов правопреемник;
- трето лице във вреда на автора.

Положителен момент е посочването както на всички възможни форми на разгласяване, водещо до опорочаване на новия критерий за световна новост (за разлика от националната новост, изискваща се по стария закон), така и на предоставянето на привилегирован срок от 6 месеца при разгласяване, направено, неволно или с цел осигуряване на приоритетност.

Постановянето на изискването за световна новост изравнява статута на обекта промишлен дизайн с останалите два обекта с пряко материализуема полезност (изобретение, полезен модел) и го прави обект не само с „национално значение“. Друг въпрос е, че по този начин възможностите за легално взаимстване на дизайнерски решения, незакриляни на територията на България се намаляват.

2. Оригиналност – чл. 13 на ЗПД пояснява: „Дизайнът се счита за оригинален, ако цялостното впечатление, което създава в потребителя, се различава от цялостното впечатление, което създава дизайн, станал общодостъпен преди датата на подаване на заявката за регистрация или когато се претендира за приоритет преди датата на приоритета.“

Критерият „оригиналност“ осигурява наличието на значими, представляващи своеобразен творчески връх дизайнерски постижения в заявления за

закрила промишлен дизайн и предполага наличието на естетичност в решението. В специализираната литература не съществува ясна и измерима като показатели и източници на информация, дефиниция на „оригиналност“. От друга страна, това изискване прави по-плавен своеобразният преход от авторскоправната закрила (където също изискване за оригиналност на формата, под която се материализират идеите, е налице) към закрилата като индустриална собственост. Друг въпрос е, че този критерий е абсолютно субективен и неговата оценка е в „информирания потребител“ като лице с трайни познания, опит и интереси в съответната област.

Критериите за регистрация от ЗТМПО **„полезност“** и **„промишлена приложимост“** независимо, че не присъстват в явен вид в правните текстове, всъщност не са изключени като изисквания. Терминът „промишлена приложимост“ е заменен в ЗПД с „многократно възпроизводими решения“ и възможностите за това са разширени с изделия, произведени по „промишлен и занаятчийски начин“ при дефиницията на промишлен дизайн като обект на закрила в чл. 3 ал. 2. „Полезността“ е имплицитно заложена в продукт като изделие, което по предназначение задоволява човешка потребност.

Законът за промишления дизайн предвижда **опцията за множествена заявка**, уредена в чл. 33 ал. 1, предвиждаща възможността за включване в една заявка на няколко дизайна, принадлежащи към един и същи клас от Международна спогодба от Локарно или към един и същи комплект или композиция изделия. Тази възможност за закрила на множество вариантни решения чрез една заявка за промишлен дизайн е изключително благоприятна за заявителя, който по този начин реализира административни и финансови изгоди. От друга страна се разширява полето на закриляни дизайнерски решения до границата, до която заявителят допуска развитието на формата или др. графични, цветови решения. Така се постига едновременно една стабилна и широка закрила на дизайнерското решение.

По отношение на критериите за патентоспособност на дизайн новият ЗПД абсолютно „покрива“ критериите, посочени в директивата.

Субект на правото върху промишлен дизайн е лицето-заявител. Появява се и фигурата на лицето, създало този дизайн – авторът, който има право на авторство по този закон. Това право е безсрочно, непрехвърляемо и се ползва от защитата по този закон, независимо от защитата която може да получи по други закони. (При две или повече лица, създали дизайна – съ-авторство – чл. 4, ал. 2).

Правото на заявяване принадлежи на автора. Когато правото на заявяване принадлежи на няколко лица, то се упражнява съвместно. Отказът на едно лице или няколко, не е пречка за останалите. Отказът трябва да е изричен и да е в писмена форма. В определени случаи правото на заявяване принадлежи на работодателя или поръчващия (чл. 16, ал. 2).

Законът за промишления дизайн урежда възможността за натрупване на закрилата за автора по ЗПД със закрила и по други закони (ЗАПСП). Такава е презумпцията за кумулиране на закрилата и в повечето закони за промишлен дизайн на останалите европейски страни. (Драганов, Ж., (2008)

Срокът на действие на регистрацията на промишлен дизайн е 10 г. от датата на подаване на заявката. Регистрацията може да бъде подновявана за 3 последователни периода от по 5 г. Тоест максималният срок за закрила на промишлен дизайн е 25 години.

Сроковете, предвидени в българския ЗПД са аналогични на сроковете на закрила на промишления дизайн по Директивата при тази разлика, че първият период на закрила в българския закон е 10 години. Така на българския заявител се осигурява по-дълга първоначална закрила и намаляване на административни и финансови разходи.

Възможността за подновяване на закрилата на промишлен дизайн след изтичане на първия 10-годишен период е изключително позитивен момент, съобразен с диференцираните потребности на различните отрасли на народното стопанство. Това са продължителност на закрилата, съобразно иновационен цикъл, жизнен цикъл на изделията (вкл. и морално остаряване) и изчерпване на икономическия смисъл от поддържане на закрилата. Важен момент в регламентацията на промишления дизайн е предоставянето на латентен 6-месечен период след изтичане на закрилата, в който собственикът на промишлен дизайн може да прецени необходимостта и изгодата от подновяване на закрила.

С въвеждането на Закон за промишления дизайн през 1999 г. правният режим на промишления дизайн в България отговаря на **необходимите минимални условия на закрила**, отнасящи се до **промишления дизайн**, предвидени в **TRIPS Agreement**.

Обектът и критериите за регистрация на промишлен дизайн в ЗПД са тъждествени с минималните условия за закрила, предвидени в ТРИПС. Специално дефиниране на закрила за текстилен дизайн не е направена, тъй като се счита, че ЗПД осигурява необходимата закрила и за тъкани и други двуизмерни дизайнерски решения. Времетраенето на закрилата покрива изискването за минимум 10-годишен период по ТРИПС и го надхвърля с възможността за удължаването ѝ до максимум 25 години.

Патентно ведомство съставя и поддържа за всеки дизайн досие, което включва цялата документация по регистрацията. Държавният регистър на промишлените дизайни е публичен. Съдържа данни за всички регистрирани дизайни и за всички последващи промени по отношение на тях. С това на практика се осигурява едно актуално информиране на обществеността за всички закриляни като промишлен дизайн решения, както и за промени в правния им статус.

Създадена е възможността притежателят на свидетелство за промишлен дизайн да го използва, владее и да се разпорежда с него. Реализацията на изключителното право е и във възможността на притежателя да защити своето право, ако същото бъде нарушено от друго лице. Наличието на нарушение обуславя правото на иск на патентпритежателя срещу нарушителя (чл. 56 – 61 на ЗПД). По своята същност исковете имат вещноправен характер и произтичат от свойството на свидетелството за промишлен дизайн да служи като инструмент за реализиране на собствеността.

С промените на ЗПД в последните десет години, по-специално в чл. 26, промишленият дизайн е регламентиран като „нематериален актив“, а именно като обект на особен залог, на обезпечение и включване в масата на несъстоятелността при образувано производство.

Характерът на настоящия материал не цели представяне на процедурните аспекти по закрилата на промишлен дизайн. Поради това Наредбата за оформяне, подаване и експертиза на заявки за регистрация на промишлен дизайн няма да бъде разгледана по същество.

II. ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ НА ОБЕКТА НА ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ „ПРОМИШЛЕН ДИЗАЙН“ ЗА ЗАКРИЛА НА ДИЗАЙН РЕШЕНИЯ ВЪВ ФИРМАТА[5]

Разглеждането на възможностите за използване на промишления дизайн като правен инструмент за закрила на дизайн решенията във фирмата ще бъде представено като се основаваме на областите на регистрационна активност според Локарнска класификация на промишлените дизайни и на изводите от експертната и представителска практика на автора.

1. Области на творческа и бизнес активност, релевантни към обекта „промишлен дизайн“

Промишленият дизайн е подходящ правен инструмент за закрила на продуктови иновации, за които степента на новост и творчество е на равнище художествено решение. Не се отнася за решения на равнище нови технически и функционални характеристики, нови или подобрени структурно-функционални характеристики, разположение на елементи на изделия и взаимовръзки между тях.

Така обектът „промишлен дизайн“ закриля „малките“ иновации в продуктите, заключаващи се във външния вид като формоизграждащи характеристики, цветове, орнаментални решения, приложения, графики, шрифтове

и други. Такива решения, които на практика „добавят“ полезност в аспекта на естетическо или семантично въздействие.[6]

За целта на осигуряване на закрила на малките продукти могат да служат класовете от Локарнска класификация като наименование на класа/подкласа и илюстративен пример [7]:

Клас 1 – хранителни продукти



Клас 2 – облеклото, обувките
и галантерията



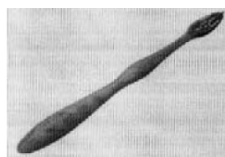
Мъжка шуба – притежател МВР

Клас 3 – принадлежности
за пътуване



Кутия за части

Клас 4 – четки



Четка за зъби

Клас 5 – платове



Десен за плат

Клас 6 – мебели и предмети
за обзавеждане



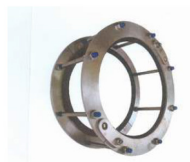
Диван

Клас 7 – домакински съдове
и уреди



Мелничка за подправки

Клас 8 – сечива, железарските
инструменти и дребна железария



Аварийна скоба за муфа

Клас 9 – опаковки



Флакон

10 – часовници, измервателни, контролни и сигнализиращи уреди



Цифров измервателен уред

Клас 11 – изделията за украса



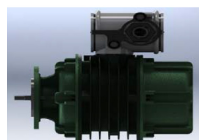
Икона

Клас 12 – транспортните средства



Мотокар

Клас 13 – оборудване за производство, разпределение и преобразуване на електрическа енергия



Двигател електрически

Клас 14 – устройства за записване, предаване и обработка на информация; с изключение на подклас 14-04 „екрани за монитори и икони“



Електронна система за информация

Клас 15 – машини



Смесител хидравличен

Клас 16 – фотографски,
кинематографски
и оптически апарати



Приспособление за нощно гледане

Клас 17 – музикални инструменти



Китара

Клас 18 – печатарски
и канцеларски машини



Печатарски шрифт

Клас 19 – 02 Канцеларско
оборудване



Органайзер за визитки и записки

19-04 – книги и други продукти с подобен външен вид (продукт на издателския бизнес)



Подвързия за тетрадки и учебници

Клас 20 – рекламно оборудване



Стелаж

Клас 21 – игри, играчки, спортни принадлежности



Комплект конструктор за деца

Клас 22 – оръжия, риболовни принадлежности



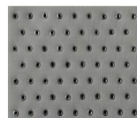
Огнестрелно оръжие

Клас 23 – отоплително, вентилационно оборудване



Камина

Клас 24 – медицинско
и лабораторно оборудване



Акупунктурен апликатор

Клас 25 – строителни
елементи за сгради



Строителна опора

Клас 26 – осветителни тела



Осветително тяло

Клас 27 – тютюневи изделия
и принадлежности за пушачи



Запалка

Клас 28 – фармацевтични
и козметични продукти



Сапун

Клас 29 – оборудване
срещу пожари



Противопожарен хидрант

Клас 30 – средства за отглеждане
на животни



Клетка за отглеждане на зайци

Клас 31 – машини за приготвяне
на храни и напитки

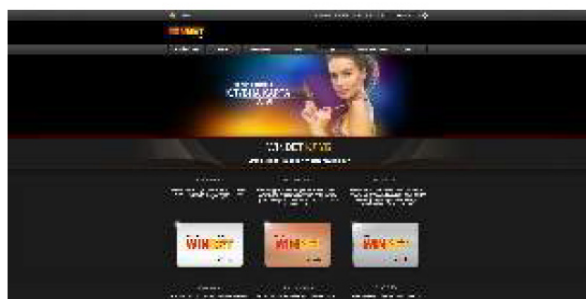


Количка за хот-дог

На второ място, не по значение за съвременния бизнес, промишленият дизайн е подходящ правен инструмент за закрила на бизнес идентификатори на фирмата, за които степента на новост и творчество на художественото решение е на равнище, кореспондиращо с критериите за предоставяне на правна закрила като промишлен дизайн.

Фокус на вниманието ни тук са следните области:

- Закрияни дизайн решения в кл. 14–04 „екрани за монитори и икони графични“[8]



Компютърен интерфейс

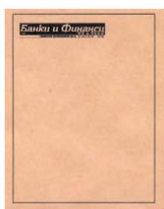
Компютърни изображения и икони



- закриляни дизайн решения в клас 32 „Графични символи и лога, мотиви за декориране на повърхности, украса“ в частта „Графични символи и лога“ [9]



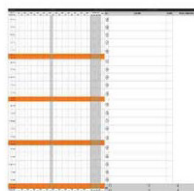
- закриляни дизайн решения в подклас 19-01 „хартия за писма, картички за кореспонденция и обяви“ и 19-03 „календари“



Печатен лист



Етикет



Календар



Етикет стикер

Показаните илюстративни примери посочват използването на правната възможност за стабилна, трудна за заобикаляне и заимстване закрила чрез

обекта „промишлен дизайн“ на бизнес идентификатори на фирмата като фирмена уеб страници и съпътстващи елементи – икони, връзки, „прозорци“, фирмена документация, рекламни материали, фирмени символи и логотипи, графични изображения и етикети. Всички посочени дизайнерски решения – резултат на графичното изкуство, реализирани върху хартиен, дигитален или друг носител, които водят до идентифициране и диференциране на фирмата и нейните продукти на конкурентния пазар. Чрез закрилата на бизнес идентификаторите като ПД се постига по-стабилна и трудна за заобикаляне закрила на графични творчески решения поради правните последици от регистриран ПД. Закрила на екранните изображения и икони осигурява правна бариера пред директно заимстване от нелоялни бизнес субекти – на практика това е подходяща правна форма за резултати на уебдизайнери и софтуерни дизайнерски разработки. Чрез закрила като промишлен дизайн се поставят основи за разширяване на портфолиото от бизнес идентификатори.

2. Анализ на регистрационната активност в обекта „промишлен дизайн“ за различни години и периоди

Представяме количествени данни за регистрирани ПД за годините 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 за периода 2013 – 2017 г. общо и за периода 1999 – 2017 г. – общо за периода на действие на новия ЗПД по класове на Локарнска класификация.

Таблица 1

Година, период/ Клас от Локарнска класификация	2013	2014	2015	2016	2017	2013- 2017	1999- 2017
1	2	3	4	5	6	7	8
Кл. 1	20	110	6	15	0	151	464
Кл. 2	16	8	4	37	11	76	557
Кл. 3	2	2	0	2	7	13	118
Кл. 4	0	0	0	0	0	0	27
Кл. 5	28	31	20	29	25	133	377
Кл. 6	19	123	98	27	82	349	930
Кл. 7	15	19	7	11	2	54	296
Кл. 8	3	17	16	5	6	47	257
Кл. 9	97	190	85	96	99	567	3698

Продължение

Кл. 10	3	1	8	1	0	13	67
Кл. 11	1	10	2	1	14	28	509
Кл. 12	32	6	7	34	1	80	296
Кл. 13	13	14	0	0	8	35	225
Кл. 14	27	12	19	2	15	75	202
Кл. 15	14	1	14	12	0	41	240
Кл. 16	3	0	0	1	0	4	42
Кл. 17	3	0	0	0	0	3	11
Кл. 18	0	63	1	0	0	64	41
Кл. 19	95	4	82	182	77	440	3124
Кл. 20	16	1	0	5	5	27	290
Кл. 21	9	1	13	3	2	28	159
Кл. 22	54	3	35	15	3	110	476
Кл. 23	16	0	39	2	0	57	450
Кл. 24	0	2	0	1	1	4	39
Кл. 25	80	64	40	76	77	337	1900
Кл. 26	2	2	3	7	0	14	141
Кл. 27	0	0	0	1	0	1	64
Кл. 28	4	1	7	0	0	12	57
Кл. 29	1	0	0	0	0	1	16
Кл. 30	1	0	0	0	0	1	11
Кл. 31	2	0	0	0	1	3	25
Кл. 32	41	3	38	10	49	141	264

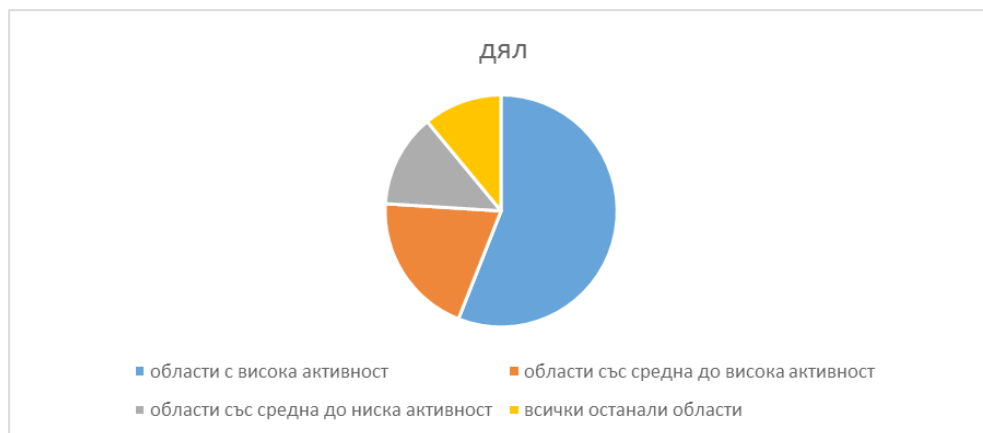
Анализът на регистрационната активност в областта на промишления дизайн след 1999 г. е проведен по статистически данни от Държавния регистър на промишлени дизайни на Патентно ведомство.

На фигура 1 е представена графично динамиката в заявителската активност в областта на промишления дизайн (ПД) за периода 1999 – 2017 г. като сумарна величина от регистрирани ПД, подадени от български и чуждестранни заявители на територията на Република България.



Фиг. 1

На фигура 2 е представена графично активността по области съгласно Локарнската класификация.



Фиг. 2

Очертават се следните групи на регистрационна активност:

- Висока активност се отбелязва за класове 6, 9, 19 и 25, както за последния 5 годишен период – над 300 регистрации, така и за периода на действие на ЗПД – над 800 регистрации. За областите 9 и 19 – над 3000 регистрации;

- Средна до висока активност се отбелязва за класове 5, 22 и 32, както за последния 5 годишен период – около 100 регистрации за клас и за периода на действие на ЗПД – около 500;
- Ниска до средна активност се отбелязва за класове 2, 7, 12, 14, 18 и 23 – съответно – над 50 и около 400;
- Ниска регистрационна активност за всички останали класове – под 50, респ. – под 300;
- За областите 4, 16, 24, 27, 29, 30 и 31 за последните 5 години регистрационната активност е под 5 общо, като за някои години тя е нулева.

Като цяло регистрационната активност в „промишления дизайн“ бележи лек спад за последните 5 години, което би могло да се обясни с фактори на средата и с правната възможност българските бизнес субекти да регистрират своите дизайни като Дизайн на Общността във Вedomството по интелектуална собственост на ЕС.

III. ИКОНОМИЧЕСКА ЗНАЧИМОСТ НА ЗАКРИЛАТА НА ДИЗАЙНЕРСКИ РЕШЕНИЯ ЧРЕЗ ОБЕКТА „ПРОМИШЛЕН ДИЗАЙН“

Съвременното развитие и засилване на икономическите, културни и други връзки между различните държави и другите аспекти на процесите на глобализацията правят изключително актуален въпросът за закрила на резултатите на дизайнерското творчество, както в страната на произход, така и зад граница. Новите пазарни и културни реалности в нашата страна поставят въпроса за закрила на дизайнерските постижения не само в нашата страна, но и в чужбина. Българските производители и търговци вече имат завоювани пазарни позиции на европейския пазар и на други пазарни сегменти по света, които се стремят да поддържат или разширяват. Това е факт не само за леката индустрия, но и за някои подотрасли на тежката индустрия. Посоченият бизнес стремеж се обосновава с икономическите резултати от наличието на закрила за дизайнерските решения чрез обекта на индустриална собственост „промишлен дизайн“.

Обосновката ще бъде представена поотделно за продуктовете решения и за бизнес идентификаторите. Посочените две направления не се представени изчерпателно в детайлите на икономическите резултати, постигнати чрез регистрация по специалния ЗПД за дизайнерски решения на фирмата.

A. Относно продуктовете решения

Съвременният конкурентен производител, ориентиран към задоволяване на изискванията на потребителите и воден от стремежа си към усъвършенства-

не, си поставя и реализира следните икономически цели, при закрилата на промишления дизайн в страната и чужбина:

1. Излизане на нови пазарни сегменти и завоюване на пазарни позиции

Стратегия за позициониране на нови пазарни сегменти би била градивна и успешна за достатъчно дълъг период от време само ако тя се реализира чрез закриляни като интелектуална собственост продукти. Закрилата чрез промишлен дизайн на предлаганите нови или модифицирани продукти би осигурила на фирмата следните икономически резултати:

- Формиране на представа за фирмата като иновативна и уважаваща интелектуалната собственост – това се идентифицира от информирания и претенциозен потребител чрез международно приетия знак D за закрилян промишлен дизайн;
- Формиране на представа за предлагания продукт като Core benefit proposition – специално предложение за продажба, ориентирано към потребителския сегмент. Това кореспондира със задоволяване на потребности от йерархични нива на пирамидата на Маслоу, в т.ч. постматериални потребности като: принадлежност към определен социокултурен слой, себerealизация чрез притежавания продукт и други социални аспекти;
- реализация на предлагания продукт на по-висока престижна цена – това е възможно поради функционално-логически и социокултурни причини. Новите или модифицирани продукти имат потенциала да бъдат не само технологична, но и дизайнерска новост за потребителския сегмент. Очакваното по-високото технологично равнище и изложените по-горе причини от социално-психологически характер предпоставят възможност за реализация на по-висока пазарна цена.

2. Закрила срещу нелоялно копиране и имитиране на фирмените продукти от нелоялни чужди конкуренти

Промишленият дизайн, реализиран в конкретен продукт или част от него, или на съвкупности от продукти, представляващи пазарно предложение, е обект на конкурентно проучване и бизнес интерес. За да бъде творческият продукт и фирмена инвестиция недостъпни за копиране или имитиране, е необходимо те да бъдат закриляни. Закрилата чрез „промишлен дизайн“ при използване на съответния знак за това – D, предоставя на фирмата правния и бизнес комфорт да реализира своята продукция, представляваща или съдържаща закриляни дизайнерски решения, достатъчно дълго време (макс.

25 години), за да възстанови направените разходи за дизайн-проучване и разработки, както и за внедряване и реализация на новия продукт.

Закрилата на продукта като промишлен дизайн представлява правна бариера срещу неговото пряко копиране или имитиране. Всяко нелоялно чуждо бизнес действие или поведение ще бъде третирано като неправомерно, като правонарушение с всички произтичащи от това последици.

Б. Относно бизнес идентификаторите

В случаите, в които бизнес субектът не фокусира своята бизнес оферта върху конкретно изделие, а става въпрос за необходимостта от идентифицирането му на пазара на услуги преди офертиране или сключване на бизнес-споразумение, наред с конвенционалната и популярна закрила на фирмена марка и домейн име, закрилата на бизнес идентификаторите на фирмата би довела до следните икономически резултати:

- Фирмата се представя като бизнес субект със свой собствен отличим и разграничим от други бизнес субекти фирмен дизайн и стил, чрез притежаваните и закриляни фирмени рекламни материали, документи, визитни картички, бланки, етикети и други, решени в обща и запомняща се дизайнерска стилистика – цветове, акценти, символи и форми.
- Фирмата се идентифицира като бизнес субект, уважаващ своята и пораждащ обосновано очакване за уважение към чуждата интелектуална собственост, при позиционирането си чрез специфични собствени бизнес идентификатори. Това поражда уважение и потенциал на доверие към такъв бизнес субект.

И за двете направления – продуктови иновации и бизнес идентификатори, закрилата чрез обекта „промишлен дизайн“ е добра основа за сключване и реализиране на лицензионни споразумения.

Комплексната обосновка на лицензионните споразумения от икономическа гледна точка, когато са самостоятелни или като част от по-мощно бизнес споразумение, включва посоченото по-горе. Като заедно с това лицензионното споразумение е форма на пазарен пробив и често е предмет на стратегически споразумения, прерастващи в научно и производствено коопериране. Посоченото подчертава важноста на наличието на стабилна и трудна за заобикаляне закрила на продукта, предмет на договаряне. (Борисов, Б., Вл. Борисова, 2016).

Заклучение

Обектът „промишлен дизайн“ е подходящ правен инструмент за закрила на „малки“ продуктови иновации и бизнес идентификатори – дизайн резултати с правни последици за притежателя им от значимост на съвремен-

ния конкурентен глобален и наситен пазар. Познаването и използването им от българските бизнес субекти, по-специално от МСП би било полезно, с оглед на осигуряване на правна закрила, бариера пред чужди недобросъвестни действия на копиране и имитиране и по-добри икономически резултати, като последици на юридическия монопол.

Бележки:

[1] Сборник документи на СОИС, 2002 г., издание на Патентно ведомство на Република България.

[2] www.euipo.europa.eu

[3] Б.а. Критерият „индивидуален характер“, който е буквален превод на „individual character“ в националната ни правна система, е познат с термина „оригиналност“. Няма съдържателно различие в двата термина.

[4] www.bpo.bg

[5] Използваме термина „фирма“ в смисъла на бизнес субект, като нямаме предвид термина „фирма“ в значението му на наименование на търговец, съгласно Търговския закон.

[6] За повече информация виж Маркова, М. (2010), Дизайн мениджмънт, ИК – УНСС, София

[7] Всички илюстративни примери са от регистрирани промишлени дизайни в българско ПВ или Дизайни на ЕС, съответно сайтове: www.bpo.bg и www.euipo.europa.eu, достъпни към 10.04.2018 г.

[8] Кл. 14 под общо наименование „Устройства за записване, предаване и обработка на информация“, беше представен по-горе като правна възможност за закрила на продуктови дизайн решения.

[9] Дизайнерските решения в частта „мотиви за декориране на повърхности, украса“ са в група на продуктови решения и елементи на тях.

Референции:

Борисов, Б., Вл. Борисова (2016), Интелектуална собственост, ИК – УНСС, София

Драганов, Ж. (2008), Правна закрила на промишлен дизайн в ЕС, ИК – УНСС, София

Маркова, М. (2010), Дизайн мениджмънт, ИК – УНСС, София

Сборник документи на СОИС, (2002), издание на Патентно ведомство на Република България

ДУАЛИСТИЧНАТА ПРИРОДА НА ОБЕКТА НА ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ „ПРОМИШЛЕН ДИЗАЙН“

**(Правна регламентация, регистрационна активност
в България, икономическа значимост)**

Мария Маркова

Резюме

Актуалността на проблема за представяне на обекта „промишлен дизайн“ като правен инструмент за закрила на продуктови иновации и бизнес идентификатори е продиктувана от непълното познаване на неговите правни характеристики и възможностите за извличане на икономическа изгода при използването му в бизнеса. Целта на студията е да представи правната регламентация на обекта „промишлен дизайн“ в международен и национален аспект и възможностите за закрила на продуктови решения и на идентифициращи бизнеса творчески решения като рекламни материали, документи, символи и лога чрез обекта „промишлен дизайн, техните икономически функции в условията на съвременния конкурентен пазар. Представени са резултатите от проведено изследване за регистрационната активност в промишления дизайн в България по данни на Патентното ведомство, съпътствано от анализ и препоръки към бизнеса.

Изследването е проведено в рамките на времево ограничение 1999 – 2017 г., тъй като авторът има предвид влезлия в сила през 1999 г. Закон за промишления дизайн, своя професионален опит и публично достъпната информация за активността на българските физически и юридически лица, създатели на творчески дизайнерски решения.

В резултат на теоретичния анализ и проведеното проучване, авторът формира извод, че обектът „промишлен дизайн“ е подходящ правен инструмент за закрила на „малки“ продуктови иновации и бизнес идентификатори – дизайн резултати с правни последици за притежателя им от значимост на съвременния конкурентен глобален и наситен пазар. Познаването и използването му от българските бизнес субекти би било полезно, с оглед на осигуряване на правна закрила, бариера пред чужди недобросъвестни действия на копиране и имитиране и по-добри икономически резултати.

Ключови думи: промишлен дизайн, интелектуална собственост.

JEL: K2, K4.

THE DUALISTIC NATURE OF THE OBJECT OF INTELLECTUAL PROPERTY “INDUSTRIAL DESIGN”^{“*}

(Legal regulation, registration activity in Bulgaria, economic significance)

Maria Markova^{**}

Abstract

The problem of industrial design as an object of intellectual property is topical as a legal tool to protect product innovations and business identifiers due to the incomplete knowledge of its legal features and the opportunities to obtain economic benefits from its use in business.

The aim of this study is to present legal regulation of the “industrial design” as an object in international and national regulation and the possibilities of protection of product decisions and of creative business identifiers such as advertising materials, documents, symbols and logos through the IP object “industrial design”, their economic functions in the conditions of nowadays competitive market. The results of the research for a registration activity in industrial design in Bulgaria are presented according to the facts and data of the Bulgarian Patent Office, accompanied by analysis and recommendations to business.

The study is carried out within a period of 1999 – 2017, as the author took into account the new Industrial Design Law since 1999, the own professional experience and the available information on the activity of Bulgarian natural and juridical persons – the creators of design solutions.

As a result of the theoretical analysis and of the realized research, the author presents a conclusion that the object of IP ‘industrial design’ is a suitable legal tool for protecting small product innovations and business identifiers – design results with significant legal consequences for their owner on the competitive global market. Bulgarian business entities can use this kind of legal protection and this way it will be useful in terms of a barrier to prevent illegal copying and imitation, and for the purpose of better economic results.

Key words: industrial design, intellectual property.

JEL: K2, K4.

* In this study, the author examines the industrial property “industrial design”. It does not refer to the term “industrial design” in the field of industrial aesthetics, design creativity, or product group – as result of such work.

** Maria Markova, PhD, Assoc. Prof., Department of Creative Industry and Intellectual Property, UNWE – Sofia, email: m.markova@unwe.bg