AUTHENTICITY TARGOVISHTE

Бъди оригинален,
бъди автентичен,
не бъди безразличен!

Be original,
be authentic,
don't be indifferent!

EUIPO
EUROPEAN UNION INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE

ПАТЕНТНО ВЕДОМСТВО
НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Материалите са изготвени в изпълнение на дейност по Договор за сътрудничество между

**Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост**
Avendida de Europa 4, E-03008 Alicante, Spain
Tel +34 96 513 9100, www.euipo.europa.eu

**Патентно ведомство на Република България**
бул.„Г. М. Димитров“ 52Б, 1040 София,
тел.: 02/9701 321, www.bpo.bg

AUTHENTICITY TARGOVISHTE

АВТЕНТИЧНОСТТА е вечна
АВТЕНТИЧНОСТТА е вечна
АВТЕНТИЧНОСТТА е вечна
АВТЕНТИЧНОСТТА е вечна
АВТЕНТИЧНОСТТА е вечна

## „ЕВРОПЕЙСКА МРЕЖА ЗА АВТЕНТИЧНИ ГРАДОВЕ“ - ГРАД ТЪРГОВИЩЕ

Искате ли да научите повече за Вашия град като част от проекта - „Европейска мрежа за автентични градове“, за да разберете каква е неговата история, как се развива сега и защо е важно да бъдем заедно в борбата с фалшивите продукти (стоки и/или услуги)?

Ако отговорът е да, то Вие вече сте част от „Европейската мрежа за автентични градове“, а нашето мото е...

**БЪДИ ОРИГИНАЛЕН, БЪДИ АВТЕНТИЧЕН, НЕ БЪДИ БЕЗРАЗЛИЧЕН!**

Съвместна инициатива между Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (СЕСИС) и Патентно ведомство на Република България, която цели да повиши осведомеността сред местните институции, бизнеса и обществеността в различните европейски градове както за стойността на индустриалната собственост като ценен бизнес актив, така и за последствията от фалшифицирането на продукти, носещи икономически загуби за бизнеса и увреждащи правата на потребителите. До момента успешно са сертифицирани общините София и Пловдив, като част от Европейската мрежа за автентични градове. Община Търговище е третата избрана община, която се включва в инициативата, и в тясно сътрудничество с Патентно ведомство ще обедини усилия за предотвратяване разпространението на фалшификати в търговската мрежа, чрез насърчаване закупуването на оригинални стоки и автентични продукти.



***Град Мисионис***
*Сн. РИМ - Търговище*

Търговище е областен град в Североизточна България, административен и стопански център на едноименната община Търговище и област Търговище. Разположен между две физико-географски области – Стара планина и Дунавската равнина, Търговище от основаването си служи за средище за взаимна размяна на продукти между населението от тези две области. Това стратегическо местоположение, спомага градът да се оформи като оживен пазар и важен търговски център в миналото и сега.

Географската среда спомага развитието както на земеделието, така и на индустриалното производство. Природните дадености и местоположението на града, съчетани с историческото наследство са предпоставка за развитието на туристическата дейност в града и околностите.



***Хаджи-Ангеловата къща, интериор***
*Сн. РИМ - Търговище*



***Статуя на Орфей (автор Величко Минеков) пред сградата на Държавния драматичен театър в Търговище***

## ТЪРГОВИЩЕ ПРЕДИ И СЕГА

Търговищкият край е пресечна точка на цивилизации и културни влияния от праисторически времена до Средновековието. В района се е намирал късноантичният и средновековен град Мисионис, който е имал ключова роля в търговията между България и Византия.



***Крепост „Мисионис“ - Търговище***
*Сн. РИМ - Търговище*



***Златното Кралевско съкровище, от първата половина на III в. пр. Хр.***
*Сн. РИМ - Търговище*



*Макет на панаирното място в Ески Джумая*

Наследник на хилядолетния град Мисионис е Ески Джумая – важен търговски център на Османската империя, където започва провеждането на прочутия Ескиджумайски панаир, известен на три континента – в цяла Европа, Азия и Африка.

Най-ранните сведения за Търговищкия панаир са от средата на 18 век. Различни предания разказват, че в първите дни на м. май в Ески Джумая (дн. Търговище) се събирали хора от целия регион и организирали конни надбягвания, т. н. кушии. През годините започнали да идват все повече хора. Събитието било забележително по размерите си, дори и за днешните схващания. Провеждането на Ескиджумайския панаир прекъснало по време на Руско-турската освободителна война и последвалите я съдбовни за България исторически събития. Но още в началото на 1880 г. финансовият министър на Княжество България Григор Начович, внесъл предложение за възстановяването на панаира. Княжеският указ, с дата 10 януари 1880 г., постановява да се провежда ежегодно „търг" в Ески Джумая. Определена била и дата за откриването му – 1 май (14 май по нов стил) и продължителност – 8 дни.



***Ески Джумая – снимка от миналото***
*Сн. РИМ - Търговище*

От 1934 г. Ески Джумая се нарича Търговище - име, което съответства на зараждането и развитието на града като панаирен и търговски център през вековете. Днес Търговище е динамичен, просперираш и модерен град.

***Почетният герб (знак) на Община Търговище***



***Изглед над град Търговище***



***Училище "Св. Седмочисленици" – Славейковото Сн. РИМ - Търговище***

Търговище предлага многобройни исторически и природни забележителности, както и неповторимата възможност за дегустиране на световно признатите вина на местни производители.



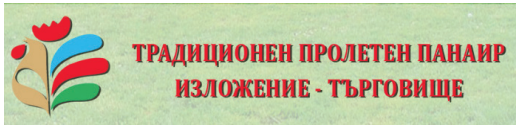
***Парк „Роден кът" - Търговище***



***Концерт по време на Панаира в Търговище***

Основна двигателна сила в непрекъснатото развитие на Търговище е будният, инициативен, напредничав и вечно търсещ дух на местния човек.

Търговище е бил и ще бъде автентичен град, защото неговите архитектурни и исторически ценности се съхраняват и опазват от поколенията в продължение на хилядолетия, благодарение на творческите и интелектуални резултати, създадени от жителите му, които са в основата на неговата автентичност, а именно:




**Търговската марка**, която е знак, способен да отличава продуктите на един търговец от тези на друг.




**Географското означение,** което удостоверява специфични характеристики на продуктите и техния произход като гаранция за качество и уникалност.



**Промишленият дизайн**, който е едно ново и оригинално решение за опаковката на продукт, способно да впечатли и най-взискателните потребители.

## КАКВО ПРЕДСТАВЛЯВА ТЪРГОВСКАТА МАРКА?




За да бъдат разпознаваеми от потребителите на българския пазар произведените и предлаганите от Вас продукти, е необходимо да подадете заявка за регистрация на марка и/или промишлен дизайн в Патентно ведомство на Република България. Ако желаете закрила в повече държави-членки на ЕС, трябва да подадете заявка за марка в Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост.

Марката е знак, който е способен да отличава продуктите на едно лице от тези на други лица и може да бъде представен по начин, позволяващ ясно и точно да се определи предметът на закрилата, предоставена с регистрацията.

Такива знаци могат да бъдат например: *думи, включително имена на лица, букви, цифри, рисунки, фигури, формата на стоката или на нейната опаковка, цветове, звуци или всякакви комбинации от такива знаци*:

**„РИТЕЙЛ ПАРК ТЪРГОВИЩЕ“ – словна марка**



***Фигуративна марка***




***Комбинирана марка***






***Комбинирани търговски марки на винопроизводител от град Търговище***



***Марките в миналото - марка № 1***

Марка № 1 е регистрирана за стоките „млечен сапун“ на името на „Първа българска парфюмерийна фабрика“ на Антон Папазов.

## КАКВО ПРЕДСТАВЛЯВА ГЕОГРАФСКОТО ОЗНАЧЕНИЕ?

**Географското означение** представлява **наименование за произход** и **географско указание**.

**Наименованието за произход** *е названието на страна, район или определена местност от тази страна, служещо за означаване на стока, която произхожда от там, и чиито качества или свойства се дължат предимно на географската среда, включваща природни и човешки фактори.*

**Географското указание** *е наименованието на страна, район или определена местност от тази страна, служещо за означаване на стока, която произхожда от там и притежава качество, известност или друга характеристика, които могат да се отдадат на този географски произход.*

**Регистрирани географски означения** от района на Търговище са:

- „Гроздова ракия от Търговище“ – за стоките „спиртна напитка“, PGI-BG-01864;
- „Търговище“ – за стоките „вино“, PDO-BG-A1439.

**Право да използват регистрирано географско означение имат всички производители от това географско място, които произвеждат продукти с характерните за географското означение специфични характеристики**!

## КАКВО ПРЕДСТАВЛЯВА ПРОМИШЛЕНИЯТ ДИЗАЙН?

**Промишлен дизайн** е видимият външен вид на продукт или на част от него, определен от особеностите на формата, линиите, рисунъка, орнаментите, цветовото съчетание или комбинация от тях.

Ако произвеждате напитка или храна, която предлагате в оригинална и нова досега опаковка, или използвате етикет с интересно художествено оформление и не искате никой да го копира или имитира, регистрирайте го като промишлен дизайн в Патентно ведомство на Република България или Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост.

***Знаете, че*** външният вид на продуктите или на техните опаковки е много важен за привличане вниманието на потребителите.



(1).

(2).

***Регистрирани дизайни на винопроизводител от град Търговище***

***А знаете ли, че*** за да бъде регистриран един дизайн, видимият външен вид на продукт, независимо какъв е той, е необходимо снимката на продукта да бъде **на неутрален фон**. Причината – така се изясняват всички особености на формата, орнаментите и цветовото съчетание на продукта, за който търсите закрила чрез регистрация.

## НАРУШЕНИЯ НА ПРАВА

Това, което обединява посочените по-горе търговски марки, географските означения и промишлените дизайни, е фактът, че всички те са обекти на индустриална собственост, притежаващи определени функции. Търговските марки указват какъв е търговският произход на означения с тях продукт – кой е неговият производител; географските означения имат за цел да покажат специфични качествени характеристики, поради географския произход на продукта – в коя област, местност, страна е произведен; промишленият дизайн има за задача да привлече вниманието на потребителите чрез своя външен вид. Тези функции на трите обекта са в полза както на търговците, които предлагат съответните продукти на пазара, така и на крайните потребители. От една страна търговските марки, географските означения и промишлените дизайни помагат на производителите да се разграничат от своите конкуренти на пазара, да бъдат автентични, а от друга – търговските марки, географските означения и промишлените дизайни способстват потребителите да изберат продукти, които са им познати и чиито качества предпочитат, или съответно да избегнат други, ако не са били удовлетворени от тях при предходни покупки. Това разграничаване на продуктите на пазара не е възможно в случай, че са фалшифицирани – когато върху тях е поставена търговска марка, но те не са произведени от притежателя на тази марка; когато са обозначени с географско означение, но не са произведени в региона, за който географското означение се отнася; когато техният външен вид наподобява този на регистриран дизайн, но продуктите не са произведени от или под контрола на неговия притежател. В тези случаи говорим за нарушения на права върху обектите на индустриална собственост – използване на регистрирана търговска марка, географско означение или промишлен дизайн без съгласието на лицата, които имат права върху съответния обект. Важно е да знаете, че под „използване“ при нарушенията не

се разбира употребата на продукта по предназначение от крайните потребители, а когато осъществяваната с фалшивите продукти дейност има икономически характер и се извършва с цел реализиране на печалба.

В повечето случаи като потребители не осъзнаваме, че купувайки неоригинални продукти, самите ние понасяме загуби не само от финансова гледна точка, но и във връзка с реалната удовлетвореност, която би следвало да получим. Първоначално вътрешното ни усещане може да е, че сме получили максималното на минимална цена, но впоследствие осъзнаваме, че сме направили лоша инвестиция заради ниско качество на вложените материали, сравнително бърза амортизация и изхабяване, и т.н. Това от своя страна води до създаването на последователно и трайно негативно отношение на потребителя към дадения продукт, което уврежда имиджа на притежателя, предизвиква щети в контекста на направените от него инвестиции, загуба на работни места на служители, поради намаления обем продажби и други. Създаването и утвърждаването на добри търговски и потребителски практики чрез игнориране на паралелния пазар на имитации, фалшификати или като цяло неоригинални продукти, са в основата на борбата с нарушенията на права на притежатели на обекти на индустриална собственост, редом с една системна и ефективна дейност на административен контрол от страна на компетентните национални органи, каквито например са Патентно ведомство на Република България, Комисия за защита на потребителите, Комисия за защита на конкуренцията, Министерство на вътрешните работи, Агенция „Митници“ и други. Бизнесът, притежателите на обекти на индустриална собственост и най-вече потребителите трябва да умеят да разпознават продуктите, по отношение на които са осъществени действия или дейности от страна на недобросъвестни лица, целящи да ги въведат в заблуждение.

**Как обаче да отличаваме фалшивите, имитиращите или още неоригиналните продукти от оригиналните такива?**

**Ето няколко нагледни примера:**

На двете изображения е представен продукт – спортен суитшърт, който е означен със знак имитиращ защитена търговска марка (на снимката вляво). Дори да не е налице несъответствие в материята, тоест и двата продукта да притежават еднакво качество, то този вдясно е произведен без съгласието, знанието или под контрола на притежателя на защитената търговска марка, нарушавайки правата му.







Следващият пример се отнася до известна марка парфюми, спрямо които притежателят е използвал комбинирана закрила чрез поставянето на своята търговска марка върху опаковката и върху самите продукти, както и чрез използването на специфична форма (дизайн) по отношение на стъкленото шише, предназначено за парфюмната течност. Вдясно на снимката е оригиналният продукт и неговата опаковка, а вляво е продуктът – фалшификат. В настоящия случай правото на притежателя е нарушено по отношение на два отделни обекта – търговска марка и промишлен дизайн. Освен това е налице и опасност за живота и здравето на всеки един потребител, защото никой не може да гарантира или да знае какво е съдържанието на течността в стъкленото шише и какъв е нейният произход. В медицинската практика са установени много случаи, в които се проявяват нежелани алергични реакции, като силни зачервявания, обриви и други, при хора, използвали такива фалшиви парфюми.

Горните примери онагледяват само част от разликите, които могат да съществуват между фалшивите и оригиналните стоки. Невинаги обаче имаме възможност за директно сравнение на продуктите. Тогава как да разберем, че предлаганият продукт е фалшификат? Ето няколко индикации, по които може да разберете, че продуктът пред Вас не е оригинален:

- **лошото качество** – в повечето случаи качеството на фалшивите продукти не е високо, което е видимо дори и за обикновените потребители;
- **прекалено ниската цена** – макар да не е гаранция, прекалено ниската цена също би могла да Ви подскаже, че продуктът е фалшив. Особено, ако знаем, че той е свързан с конкретна търговска марка и обичайно се продава на висока цена;
- **опаковката на продукта** – друг фактор за това, че даден продукт е фалшив, може да бъде лошото качество на опаковката, в която той е поставен. Опаковката би могла да е твърде голяма за конкретния продукт, да е в лошо състояние или да е направена от некачествени материали, а отделните части на продукта да не са добре подредени;
- **етикетът на продукта** – винаги проверявайте етикета, поставен върху продукта или неговата опаковка. Често фалшивите продукти съдържат редица правописни и пунктуационни грешки, които ще ви дадат ясна индикация, че нещо не е наред. Освен това при неоригиналните продукти понякога липсва информация за производителя или доставчика, страна на произход и други;
- **начинът на представяне на търговската марка** – при фалшивите продукти обичайно се допускат умишлено отклонения в начина на нейното представяне – смяна на една буква с друга, лека промяна на използваните в марката фигури и други. В случай, че имате съмнения относно начина, по който съответната търговка марка изглежда, винаги може да проверите в сайта на притежателя или в достъпните бази данни като www.portal.bpo.bg, www.tmdn.org/tmview и други.
- **знаци за автентикация** – напоследък редица производители използват допълнителни гаранции, за да удостоверят, че даден продукт е оригинален. Такива знаци могат да бъдат баркодове, холограми, QR-кодове. В допълнение, честа практика на търговците е да качват на официалните си уеб сайтове подробна информация за най-често използваните начини при фалшифицирането на техните търговски марки или промишлени дизайни. Ако се интересувате от конкретен производител, бихте могли да потърсите допълнителна информация за използваните от него методи за гарантиране на произхода на продукта, който той предлага.

Познавайки същността на обектите на индустриална собственост – търговските марки, географските означения, промишлените дизайни и съчетавайки потребителския интерес към отделните брандове и техните специфики в условията на информирана среда, всички заедно ще можем да осъществяваме активна борба срещу фалшивите продукти.

