

ЧРЕЗ

Г-ЖА ЦВЕТА КАРАЯНЧЕВА

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА

44-то НАРОДНО СЪБРАНИЕ

10³⁸
refus

ДО

Г-Н ПЕТЪР КЪНЕВ

ПРЕДСЕДАТЕЛ НА КОМИСИЯТА

ПО ИКОНОМИЧЕСКА ПОЛИТИКА И ТУРИЗЪМ

ОТНОСНО: второ гласуване на Законопроекта за марките и географските означения, внесен от Министерски съвет на 06.06.2019 г., № 902-01-29

Уважаеми г-н Председател,

На основание чл. 83, ал. 1 от Правилника за организацията и дейността на Народното събрание предлагаме промени в приетия на първо гласуване на 27.06.2019 г. Законопроект за марките и географските означения, № 902-01-29/06.06.2019 г., както следва:

I. В чл. 11 ал. 3 се изменя така:

„(3) „Разпоредбите на ал. 1, т. 8, 9, 10 и 11 не се прилагат при съгласие на съответния компетентен орган, който отговаря на запитването на Патентното ведомство в двумесечен срок от получаването му. Предоставеното съгласие не освобождава заявителя от произтичащи от други закони задължения при използването на обектите по ал. 1, т. 8, 9, 10 и 11.”.

Мотиви: Считаме, че съгласието по чл. 11, ал. 3 следва и занапред да бъде търсено от Патентното ведомство, съгласно общото правило на чл.53, ал.1 от АПК. Въвеждането на специален ред за търсене на това съгласие – от заявителя, а не от водещия производството административен орган – е в нарушение на обществения интерес и представлява отстъпление от принципа на служебното начало. Чл. 11, ал. 1, т. 8, 9, 10 и 11 от ЗМГО защитават обществения интерес във връзка с използването на държавни символи, символи на международни междуправителствени организации, официални гаранционни знаци, културни ценности и др. знаци с висока обществена значимост. В този контекст, допускането на регистрация на марка, съдържаща такива знаци, също следва да защитава обществения интерес, а не частния интерес на

заявителя. Затова тълкуването на чл.11, ал.3 от ЗМГО в съответствие с неговата цел предполага съгласието да бъде търсено на институционално равнище. В същото време предвид високия обществен интерес, който представляват хипотезите, посочени в чл. 11, ал. 1, т. 8, 9, 10 и 11 от законопроекта, съответният предоставящ съгласието си орган е необходимо да разполага с по-дълъг срок от предвидените в общата разпоредба на чл. 53, ал. 2 от АПК 14 дни да прецени дали да се съгласи съответният знак да е част от регистрирана търговска марка.

II. В чл. 12, ал. 4 думите „и това използване е продължило и към датата на подаване на опозицията“ в края на изречението – отпадат.

Мотиви: Предложеният текст на чл. 12, ал. 4 е разписан каузално и не отчита редица важни особености, свързани с използването на по-ранна нерегистрирана марка. Очевидно се цели улесняване на администрацията за сметка на правата и интересите на действителния притежател на марката. Поставеното ново изискване освен доказателства за използване в търговската дейност на територията на Република България на по-ранната нерегистрирана марка през периода, предхождащ датата на подаване на заявката - обект на опозицията, опонентът да представи и доказателства, че използването е продължило и към датата на подаване на опозицията не отчита т.н. сезонен бизнес, като например хотелиерството и ресторантьорството в големите курортни комплекси, в които извън активния сезон голяма част от хотелите и ресторантите, а така също и магазините са затворени и не функционират. Предложеният със законопроекта текст означава, че опозиции, свързани с такива марки могат да се подават също само сезонно - в периода на активния туристически сезон, тъй като само тогава опонентите ще могат да отговорят на новото изискване за използване на марката към момента на подаване на опозицията.

III. В чл. 13, ал. 2 т. 4 се изменя така:

„4. използването в качеството на марка на търговско или фирмено наименование или на част от търговско или фирмено наименование;“.

Мотиви: Съгласно предвидената в законопроекта разпоредба използването на марката като фирма или част от фирмено наименование е обстоятелство, което маркопритежателят може да забранява във всички случаи. При наличието на съвпадение на търговците може да бъде забранявано да използват фирмените си наименования безусловно. Търговската марка и търговското/фирменото име са различни обекти на индустриална собственост, съгласно чл.6, 7, 8 от Парижката конвенция за закрила на индустриалната собственост и имат различни функции: фирменото име отличава търговеца от останалите търговци, а марката – търговския произход на едни стоки или услуги от търговския произход на други стоки или услуги. Затова в практиката си общностните съдилища допускат приравняване на последиците от използване на знак, който по естеството си не е марка /например фирменото име по естеството си не е марка/