



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

**ИНСТИТУТ ПО ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ И ТЕХНОЛОГИЧЕН ТРАНСФЕР
„ПРОФ. Д-Р БОРИСЛАВ БОРИСОВ”**

**INSTITUTE OF INTELLECTUAL PROPERTY AND TECHNOLOGY TRANSFER
“PROF. DR. BORISLAV BORISOV”**

**СПИСАНИЕ ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ И БИЗНЕС
INTELLECTUAL PROPERTY AND BUSINESS MAGAZINE**

БРОЙ 6 / 2024

ISSUE 6 / 2024

СОФИЯ, 2024

SOFIA, 2024

Списание „Интелектуална собственост и бизнес“ е професионално и научно издание на Института по интелектуална собственост и технологичен трансфер на УНСС.

Списание то е с отворен достъп. Издава се в 2 броя годишно на хартия и публикува информация за актуални регламенти в областта на интелектуалната собственост, резултати от научни изследвания, посветени на съвременни проблеми в областта на интелектуалната собственост и материали, свързани с бизнеса с интелектуална собственост.

Материалите и статиите в списанието са на български и английски езици и се оценяват за публикация от редакционна колегия и избрани рецензенти при анонимно рецензиране.

Авторите на научни статии, становища и интервюта декларират оригиналност и достоверност на представените позиции и изразяват личното им мнение по дискутираните въпроси.

The magazine "Intellectual Property and Business" is a professional and scientific published edition of the Institute for Intellectual Property and Technology Transfer of UNWE.

The magazine is open access. It is published twice a year on paper and publishes information on current regulations in the field of intellectual property, research results on current issues in the field of intellectual property and materials related to the intellectual property business.

The materials and articles in the magazine are in Bulgarian and English and are evaluated for publication by an editorial board and selected reviewers under blind review.

The authors of scientific articles, opinions and interviews declare the originality and authenticity of the presented positions and express their personal opinion on the issues discussed.

Отговорен редактор: Iskren Konstantinov / *Responsible editor: Iskren Konstantinov*

Печат: ИК „ЗИП“ ЕООД / *„Publishing house ZIP“ Ltd.*

Адрес: София 1700

Address: Sofia 1700

Студентски град „Христо Ботев“

Hristo Botev Student City

УНСС, Институт по интелектуална собственост

UNWE, Institute of

и технологичен трансфер проф. д-р Б. Борисов

Intellectual Property and Technology

Transfer Prof. Dr. B. Borisov

Tel.: (+359 2) 81 95 397

Email: centerip@unwe.bg / [www.https://iippt.unwe.bg/](https://iippt.unwe.bg/)

ИНДЕКСИРАНЕ: CEOOL

ISSN: 2815 – 3464

Редакционната колегия не носи отговорност за оригиналността на публикуваните статии и изказаните мнения и становища в интервюта. / *The editorial board is not responsible for the originality of the published articles and the opinions and views expressed in the interviews.*

Редакционна колегия

Национален състав:

проф. д.н. Мария МАРКОВА – председател на редакционната колегия, УНСС, Бизнес факултет, катедра „Интелектуална собственост и технологичен трансфер“

проф.д.н. Живко ДРАГАНОВ – член на редакционната колегия, УНСС, катедра "Международно право и право на ЕС" на Юридически факултет

доц. д-р Димитър БЛАГОЕВ – член на редакционната колегия, УНСС, Бизнес факултет, катедра „Индустиален бизнес“

доц. д-р Николай КРУШКОВ – член на редакционната колегия, УНСС, Бизнес факултет, катедра „Интелектуална собственост и технологичен трансфер“

Международен състав:

Prof. Laurent MANDERIEUX, Head of European IP Teachers' Network (EIPTN), Bocconi University, ITALY

Petra HAUPTFELD-GÖLLNER, University of Applied Sciences Burgenland, AUSTRIA

Dr. Carlos R. MORALES, Tarrant County College –TCC Connect Campus, USA

Dr. Ioannis KIKKIS, WIPO Expert

Editorial Board

National Council:

Prof. D.Sc. Maria MARKOVA – Chairman of the Editorial board (UNWE), Business faculty,
Department of Intellectual Property and Technology Transfer

Prof. D.Sc. Jivko DRAGANOV – member of the Editorial board, Department of International law
and law of EU, Faculty of Law (UNWE)

Assoc. Prof. Dr. Dimitar BLAGOEV – member of the Editorial board, Business Faculty,
Department “Industrial business” (UNWE)

Assoc. Prof. Dr. Nikolay KRUSHKOV – member of the Editorial board, Business Faculty,
Department of Intellectual Property and Technology Transfer (UNWE)

International Council: UNSS

Prof. Laurent MANDERIEUX, Chair, European IP Teachers’ Network (EIPN), Bocconi
University, ITALY

Petra HAUPTFELD-GÖLLNER, University of Applied Sciences Burgenland, AUSTRIA

Dr. Carlos R. MORALES, Tarrant County College –TCC Connect Campus, USA

Dr. Ioannis KIKKIS, WIPO Expert

Към уважаемите читатели и автори на сп. “Интелектуална собственост и бизнес” при УНСС:

Списание “Интелектуална собственост и бизнес” приема само оригинални авторски разработки, които не са публикувани вече или не са подадени едновременно за публикуване на друго място.

Редакцията извършва електронна проверка за уникалност на представените за публикуване разработки.

Списание “Интелектуална собственост и бизнес” прави публично достояние част от най-добрите теоретични, методически и приложни изследвания на преподавателите и докторантите от Университета за национално и световно стопанство, както и на автори от други български и чуждестранни университети и научни организации. На страниците на списанието можете да намерите статии, които осветляват и предлагат решения на важни проблеми в областта на интелектуалната собственост; обогатяват дискусиите по най-новите теории, подходи и методи и предлагат алтернативни решения и други.

Правилата за публикационна етика на списание „Интелектуална собственост и бизнес“ отразяват принципите, заложи в „Кодекса за поведение, насоки и добри практики на Редакторите на издания“ (COPE) и във вътрешнонормативните документи на УНСС. Правилата регламентират цялостата работа по подбор, научна и професионална редакция на предложените и включени статии и материали в списание „Интелектуална собственост и бизнес“. Тези правила посочват също така стандартите за очакваното етично поведение на всички участници в процеса на публикуване: автори, редактори и рецензенти.

To the respected readers and authors of the magazine "Intellectual Property and Business" at UNSS:

The magazine "Intellectual Property and Business" accepts only original author's work that has not already been published or has not been simultaneously submitted for publication elsewhere.

The editors carry out an electronic check for the uniqueness of the developments submitted for publication.

The magazine "Intellectual Property and Business" makes public some of the best theoretical, methodological and applied research of the teachers and phd students from the University of National and World Economy, as well as by authors from other Bulgarian and foreign universities and scientific organizations. In the pages of the magazine you can find articles: examine and offer solutions to important problems in the field of intellectual property; enrich discussions on the latest theories, approaches and methods and offer alternative solutions, etc.

The publication ethics rules of the magazine "Intellectual Property and Business" reflect the principles laid down in the "Code of Conduct, Guidelines and Good Practices of Publication Editors" (COPE) and in the internal normative documents of the UNWE. The rules regulate the overall work on selection, scientific and professional editing of the proposed and included articles and materials in the magazine "Intellectual Property and Business". These rules also state the standards for expected ethical behavior of all participants in the publication process: authors, editors and reviewers.

СЪДЪРЖАНИЕ

Преглед на актуалната регламентация и информация в областта на интелектуалната собственост, съставител: Искрен Константинов	8
Географски означения за неселскостопански продукти в новата регламентация на ЕС – основни икономически функции, предимства и недостатъци, Петър Атанасов	21
Държавните институции в пазарната реализация на филмовите продукти в България, Елеонора Иванова	51
Белите биотехнологии като обект на интелектуалната собственост, Десислава Денкова....	82

Интервюта

Сдружение на архитектите-проектанти в защита на авторското право в архитектурата (САПЗАПА)	116
Акад. Атанас Атанасов - създател на Съвместния геномен център на България	121
Г-жа Богдана Въртева - „Тандем –В“ ООД	125

CONTENTS

Review of the Current Regulations and Information in the Field of Intellectual Property, compiler: Iskren Konstantinov.....	15
Geographical indications for non-agricultural products in the new European Union regulation – main economic functions, advantages and disadvantages, Petar Atanasov	37
State institutions in the market sale of film products in Bulgaria, Eleonora Ivanova	67
The white biotechnology as an object of intellectual property, Desislava Denkova.....	99

Interviews

Interview bulgarian association of architects for copyright protection in architecture (BAACPA).....	118
Acad. Atanas Atanasov – founder of the Joint Genomic Center in Bulgaria	123
Mrs. Bogdana Vateva – "Tandem-V" Ltd.	126

ПРЕГЛЕД НА АКТУАЛНАТА РЕГЛАМЕНТАЦИЯ И ИНФОРМАЦИЯ В ОБЛАСТТА НА ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ

АВТОРСКО ПРАВО И СРОДНИ ПРАВА

Състоянието на онлайн пиратството и нарушаването на авторските права в Европа

Онлайн пиратството в ЕС остава високо, като интернет потребителите осъществяват достъп до незаконно съдържание 10 пъти на месец месец, според доклада на Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO) „Онлайн нарушаване на авторските права в Европейския съюз: филми, музика, публикации, софтуер и телевизия, 2017-2023 г.

Телевизионното съдържание представлява половината от цялото цифрово пиратство, като зрителите гледат нелегално телевизионно съдържание пет пъти на месец. Докладът показва значително търсене на пиратски телевизионни програми в цяла Европа с нарастване на трафика към незаконни сайтове за телевизия с интернет протокол (IPTV).

Освен телевизията, докладът анализира моделите в онлайн пиратството и нарушаването на авторските права на филми, музика, публикации и софтуер. Проучването предполага, че икономически и социални фактори, включително неравенството в доходите и високите нива на безработица сред младите хора, стимулират търсенето на пиратско съдържание.

„Наложително е да се обърне внимание на първопричините за това поведение, което често произтича от липсата на достъп до достъпно легално съдържание и необходимостта от по-голяма обществена осведоменост относно последиците от „пиратството“, каза изпълнителният директор на EUIPO Жоао Неграо, подчертавайки необходимостта от цялостен подход за борба с онлайн пиратството.

За да противодейства на нарушаването на авторските права и онлайн пиратството, EUIPO си сътрудничи по инициативи, които насърчават както информираността, така и прилагането. Един инструмент за насърчаване на информираността на потребителите е Agorateka, европейският портал за онлайн съдържание, който помага на потребителите да намерят законно цифрово съдържание.

Източник: Официален сайт на СЕСИС

AIPPI отговори на основните въпроси за защита на пародията от авторското право

Международната асоциация за защита на интелектуалната собственост (AIPPI) направи значителна стъпка към хармонизиране на защитата на пародията от авторското право. По време на Световния конгрес на AIPPI през 2024 г. в Ханджоу беше приета резолюция относно начина, по който трябва да се третира пародията при искове за нарушаване на авторски права. Тази резолюция предоставя рамка, балансираща свободата на изразяване и правата на носителите на авторски права, като предлага насоки за юрисдикциите по света.

Формулирани са три ключови въпроса, оформящи пародийната защита. Резолюцията на AIPPI се занимава с няколко критични въпроса, които отдавна разделят юрисдикциите и практикуващите:

- При какви условия пародията може да се счита за законно изключение, защита или ограничение при нарушаване на авторски права?
- Трябва ли пародията да подлежи на изисквания като оригиналност, посочване на автор или необходимост от разрешение или възнаграждение на притежателя на авторските права?
- Какви предпазни мерки трябва да съществуват, за да се предотврати злоупотреба с пародия, като подвеждане на обществеността или постоянно преработване на уникални произведения?

Като се занимава с тези въпроси, Резолюцията предоставя хармонизиран подход за навигиране в често спорната пресечна точка на закона за авторското право и свободата на изразяване.

Резолюцията на AIPPI от 2024 г. очертава конкретни условия, при които пародията се признава за изключение, защита или ограничение за нарушаване на авторски права. Тези условия дават яснота за това какво представлява законно защитена пародия, като гарантират, че хуморът, критиката и художественото изразяване могат да се развиват, като същевременно минимизират риска от злоупотреба или прекомерно използване. Ключовите точки включват:

- пародията трябва ясно да се различава от оригиналното произведение. Това гарантира, че пародията не е просто копие или репродукция, а има своя собствена уникална идентичност, която я отличава от оригинала;

- резолюцията уточнява, че пародията трябва да съдържа елемент на хумор, подигравка или критика;
- пародията трябва да удовлетвори три-стъпковия тест, както е определено в член 9, параграф 2 от Бернската конвенция;
- не се изисква пародията да отговаря на минималните стандарти за оригиналност за защита на авторските права, нито е задължена да приписва основното произведение на своя създател;
- създателите на пародия не са задължени да получават разрешение от или да предоставят компенсация на притежателя на авторските права върху оригиналното произведение;
- за да се предотврати злоупотреба, пародията не трябва да заблуждава обществеността по отношение на своето естество или авторство.

Източник: Vogel, R., AIPPI Answer the Core Questions of Parody defence in Copyright, 2024, Lexology

CISAC: Авторските възнаграждения в световен план отбелязват рекордните 13,1 милиарда евро през 2023 година

Авторските възнаграждения в глобален план са нараснали със 7,6% на годишна база до рекордните 13,1 милиарда евро през 2023 г. Това съобщава световната авторско-правна организация CISAC в годишния си доклад за приходите от авторски възнаграждения.

Документът представя статистика от 227 дружества за колективно управление на права в 116 държави. Всички те представляват над 5 милиона творци в музиката, аудиовизията, литературата, сценичните и визуалните изкуства.

Ръстът на събраните авторски възнаграждения се дължи на стабилно увеличаващите се приходи от дигиталните платформи, както и на възобновяването на концертите на живо, които пострадаха най-много по време на пандемията от COVID-19.

След като изпревариха телевизията и радиото, за да се превърнат в най-големия източник на приходи за творците през 2022 г., приходите от дигиталните платформи продължиха да нарастват през 2023 г., съставлявайки 35% от всички събрани авторски възнаграждения в глобален план или 4,6 млрд. евро. За сравнение отчисленията за творците от излъчване по радио и телевизия са 30%, а концертите с музика на живо и на запис – 25% от общите приходи през 2023 г.

Източник: Официален сайт на Музикаутор

ИНДУСТРИАЛНА СОБСТВЕНОСТ

Държавите – членки на СОИС приеха Договора за промишлен дизайн от Рияд

Държавите – членки на Световната организация по интелектуална собственост (СОИС), одобриха нов договор, наречен Договор за промишления дизайн от Рияд.

Процесът за защита на промишлени дизайни е различен в различните държави. В някои от тях дизайните се заявяват като „регистрирани дизайни“. Системите за регистрация могат да включват разглеждане на заявките за дизайн от ведомството по интелектуална собственост, което включва процедури, които са различни в различните държави. В други юрисдикции дизайните се защитават по силата на патентното право като „патенти за дизайн“, които обикновено се издават само след задълбочено проучване на заявката за дизайн от ведомството по интелектуална собственост.

Дизайнерите обикновено трябва да спазват процедурите за подаване на заявки, определени от ведомството по ИС на страната, в която търсят закрила. Тъй като правата върху дизайни са териториални и по този начин са ограничени до държавата или региона, в който е получена закрилата, дизайнерите трябва да преминават през една и съща процедура във всяка държава или регион, където желаят да защитят своите дизайни.

Договорът от Рияд ще спомогне за това рамката на процедурите за закрила на дизайни да стане по-предвидима, а самите процедури – по-малко сложни и по-достъпни. За дизайнерите ще бъде по-лесно да подават заявки в няколко различни юрисдикции.

Източник: Официален сайт на Патентно ведомство на РБ

Законодателна реформа в областта на промишления дизайн на ниво Европейски съюз

На 18 ноември 2024 г. в Официалния вестник на Европейския съюз беше публикуван пакетът с реформи в областта на дизайна. Основна аргумент за извършването на промените е технологичният напредък, който изисква адаптиране на текущото законодателство в областта.

Нормативните промени са включени в

- преработената Директива (ЕС) 2024/2823 на Европейския парламент и на Съвета от 23 октомври 2024 г. за правната закрила на промишлените дизайни и
- Регламент (ЕС) 2024/2822 на Европейския парламент и на Съвета от 23 октомври 2024 г. за изменение на промишлените дизайни на Общността.

Измененията разширяват дефинициите за „дизайн“ и „продукт“, като същевременно изясняват изискванията за видимост и обхвата на защита. Дизайнът ще включва не само външния вид на цял продукт или част от него, но и движението, прехода или всякакъв друг вид анимация на тези характеристики. Новата дефиниция на „продукт“ обхваща всеки промишлен или занаятчийски продукт, независимо дали във физическа или нефизическа форма (напр. виртуални дизайни в метавселената), и изрично включва графични потребителски интерфейси и интериорни или екстериорни среди (напр. дизайни на магазини).

Притежателят на регистриран дизайн на ЕС има право да попречи на всички трети страни да внасят продукти от трети държави в ЕС, дори ако те не са предназначени за пускане на пазара на ЕС.

Съгласно директивата за дизайна държавите-членки могат също така да предвидят отказ за регистрация на дизайн, когато съдържа пълно или частично възпроизвеждане на елементи, принадлежащи към културното наследство, които са от национален интерес (напр. традиционната носия на даден регион).

Въвеждане на нова клауза за ремонт (за резервни части): защита на дизайна не се предоставя на съставни части на сложен продукт (като автомобили), от чийто външен вид зависи дизайнът на съставната част и която се използва единствено с цел ремонта на този сложен продукт, за да възстанови първоначалния му вид.

Преработената директива ще влезе в сила на 8 декември 2024 г. (20 дни след публикуването ѝ в Официален вестник на ЕС), като държавите членки ще разполагат с 36 месеца, за да я транспонират в националното си законодателство. Регламентът за изменение също ще влезе в сила на 8 декември 2024 г. (20 дни след публикуването му), но прилагането му ще бъде поетапно.

Източник: Официален сайт на Патентно ведомство на РБ

Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост представи Стратегически план 2030

Планът е фокусиран върху подобряване на иновациите, услугите за интелектуална собственост и икономическия растеж в Европа.

Изграден е около пет ключови стратегически цели:

- Оптимизиране на оперативната ефикасност и ефективност;

- Повишаване стойността на продуктите и услугите базирани на интелектуална собственост;
- Подобряване на достъпа до системата на интелектуална собственост
- Изграждане на доверие и уважение към интелектуалната собственост;
- Осигуряване на устойчивост на европейската IP мрежа (EUIPN).

Очертани са шест приоритетни области на въздействие, за да се придвижат напред тези стратегически цели, включително:

- Подобряване преживяването на потребителите;
- Информираност и образование по интелектуална собственост;
- Насърчаване на иновациите;
- Включващ характер на сферата на интелектуалната собственост;
- Налагане на съществуващите правила;
- Съюзи в областта на интелектуалната собственост.

Източник: Официален сайт на СЕСИС

Доклад за световните показатели за интелектуална собственост: Глобалните заявки за патенти достигат рекорд през 2023 г.

Глобалната патентна активност достигна нови висоти през 2023 г., тъй като заявленията надхвърлиха 3,5 милиона за първи път, отбелязвайки четвърта поредна година на растеж въпреки предизвикателната макроикономическа среда, според годишния доклад на Световните показатели за интелектуална собственост (WIPI) на WIPO.

Китай (1,64 милиона), САЩ (518 364), Япония (414 413), Република Корея (287 954) и Германия (133 053) водят глобалните патентни заявки. Изкачвайки се на шесто място, Индия (64 480) отбелязва 15,7% увеличение на заявките за патенти, основно водена от силното увеличение на местните заявления, подкрепени от бързо развиващата се икономика на страната.

Продължавайки по-дългосрочната тенденция, офисите, разположени в Азия, представляват 68,7%, 66,7% и 69% от глобалната дейност по подаване на документи за патенти, търговски марки и промишлени дизайни през 2023 г. В рамките на Азия заявките за интелектуална собственост са силно концентрирани, като офисите са в Китай, Япония и Република Корея, които заедно представляват 91,1%, 77,0% и 87,2% от дейността по

подаване на документи за патенти, търговски марки и промишлени дизайни в Азия през последната година година.

Според генералния директор на WIPO Дарън Танг „търсенето на права върху интелектуалната собственост нараства дори в условията на несигурна икономическа среда. В допълнение, това търсене е все по-местно. Например, ръстът на заявките за патенти се движи от жители в самите страни, а не от чуждестранни иноватори. С нарастването на обема, предизвикателството все още остава качеството и способността за превръщане на заявките в действителни продукти и услуги.“

WIPI установи значително увеличение на заявките за патенти от жители на Китай, Република Корея, САЩ, Япония и Индия, които бяха основните двигатели на глобалния растеж през 2023 г.

Източник: Официален сайт на СОИС

Съставител: Искрен Константинов

REVIEW OF THE CURRENT REGULATIONS AND INFORMATION IN THE FIELD OF INTELLECTUAL PROPERTY

COPYRIGHT AND RELATED RIGHTS

The state of online piracy and copyright infringement in Europe

Online piracy in the EU remains high, with internet users accessing illegal content 10 times each month, according to the European Union Intellectual Property Office (EUIPO) report ‘Online Copyright Infringement in the European Union: Films, Music, Publications, Software and TV, 2017-2023’.

TV content accounts for half of all digital piracy, with viewers tuning into illegal TV content five times per month. The report showed a significant demand for pirated TV programming across Europe with a rise in traffic to illicit internet protocol television (IPTV) sites.

Besides TV, the report analyses patterns in online piracy and copyright infringement of films, music, publications and software. The study suggests that economic and social factors, including income inequality and high youth unemployment rates, are driving the demand for pirated content.

"It is imperative to address the root causes of this behaviour, which often stems from a lack of access to affordable legal content and a need for greater public awareness about the consequences of piracy," said EUIPO Executive Director João Negrão, stressing the need for a comprehensive approach to combat online piracy.

To counteract copyright infringement and online piracy, the EUIPO collaborates on initiatives that promote both awareness and enforcement. One tool fostering consumer awareness is Agorateka, the European online content portal which helps users find legitimate digital content.

Source: EUIPO Official website

AIPPI Answer the Core Questions of Parody defence in Copyright

The International Association for the Protection of Intellectual Property (AIPPI) has taken a significant step toward harmonizing the defense of parody in copyright law. During the 2024 AIPPI World Congress in Hangzhou, a Resolution was adopted addressing how parody should be treated in copyright infringement claims. This resolution provides a framework balancing freedom of expression and copyright holders’ rights, offering guidance for jurisdictions worldwide.

Three Key Questions Shaping the Parody Defense. The AIPPI resolution tackles several critical questions that have long divided jurisdictions and practitioners:

- Under what conditions can parody be considered a legitimate exception, defense, or limitation to copyright infringement?
- Should parody be subject to requirements such as originality, attribution, or the need for permission or remuneration to the copyright holder?
- What safeguards should exist to prevent misuse of parody, such as misleading the public or permanently modifying unique works?

By addressing these questions, the Resolution provides a harmonized approach to navigating the often-contentious intersection of copyright law and freedom of expression.

The 2024 AIPPI Resolution outlines specific conditions under which parody is recognized as an exception, defense, or limitation to copyright infringement. These conditions provide clarity to what constitutes a legally protected parody, ensuring that humor, critique, and artistic expression can flourish while minimizing the risk of misuse or overreach. The key points include:

- A parody must be clearly distinguishable from the original work. This ensures that the parody is not simply a copy or reproduction but has its own unique identity that sets it apart from the original.
- The resolution specifies that a parody must contain an element of humor, mockery, or critique.
- Parody must satisfy the three-step test as defined in Article 9(2) of the Berne Convention
- A parody is not required to meet the minimum originality standards for copyright protection, nor is it obligated to attribute the underlying work to its creator
- Parody creators are not required to obtain permission from or provide compensation to the copyright holder of the original work
- To prevent misuse, a parody must not mislead the public regarding its nature or authorship.

Source: Vogel, R., AIPPI Answer the Core Questions of Parody defence in Copyright, 2024, Lexology

CISAC: Global royalties reach record €13.1 billion in 2023

Global royalties rose 7.6% year-on-year to a record €13.1 billion in 2023, according to the global copyright organisation CISAC in its annual report on royalties.

The report presents statistics from 227 collective management societies in 116 countries. Together, they represent over 5 million creators in music, audiovisual, literary, performing and visual arts.

The growth in royalties collected is due to steadily increasing revenues from digital platforms, as well as the return of live concerts, which suffered the most during the COVID-19 pandemic.

After overtaking television and radio to become the largest source of revenue for artists in 2022, digital platform revenues continued to grow in 2023, accounting for 35% of all global royalties collected, or €4.6 billion. By comparison, royalties for artists from radio and television broadcasting accounted for 30%, and live and recorded music concerts accounted for 25% of total revenues in 2023.

Source: Musicauthor Official website

INDUSTRIAL PROPERTY

WIPO Member States Adopt Riyadh Industrial Design Treaty

The member states of the World Intellectual Property Organization (WIPO) have approved a new treaty, called the Riyadh Industrial Design Treaty.

The process for protecting industrial designs varies from country to country. In some countries, designs are filed as “registered designs.” Registration systems may involve the examination of design applications by the intellectual property office, which involves procedures that vary from country to country. In other jurisdictions, designs are protected under patent law as “design patents”, which are usually granted only after an in-depth examination of the design application by the intellectual property office.

Designers must generally follow the application procedures set out by the IP office of the country in which they are seeking protection. Since design rights are territorial and thus limited to the country or region where protection is obtained, designers must go through the same procedure in each country or region where they wish to protect their designs.

The Riyadh Treaty will help to make the framework for design protection procedures more predictable, and the procedures themselves less complex and more accessible. It will be easier for designers to file applications in several different jurisdictions.

Source: Bulgarian Patent Office Official website

Legislative reform in the field of industrial designs at the European Union level

On 18 November 2024, the design reform package was published in the Official Journal of the European Union. The main argument for the changes is technological progress, which requires the adaptation of the current legislation in the field.

The regulatory changes are included in

- the revised Directive (EU) 2024/2823 of the European Parliament and of the Council of 23 October 2024 on the legal protection of industrial designs and
- Regulation (EU) 2024/2822 of the European Parliament and of the Council of 23 October 2024 amending Community designs.

The amendments expand the definitions of ‘design’ and ‘product’, while clarifying visibility requirements and the scope of protection. Design will include not only the appearance of whole or part of a product but also “the movement, transition or any other sort of animation of those features”. The new definition of "product" encompasses any industrial or handicraft product, whether in physical or non-physical form (e.g., virtual designs in the metaverse), and explicitly includes graphical user interfaces and interior or exterior environments (e.g., store designs).

The holder of a registered EU design shall be entitled to prevent all third parties from bringing products from third countries into the EU even if they are not intended to be placed on the EU market

Under the design directive Member States may also provide that a design is to be refused registration where it contains a total or partial reproduction of elements belonging to cultural heritage that are of national interest (e.g. the traditional costume of a region).

Introduction of new "repair clause" (for spare parts): design protection shall not be conferred to component parts of a complex product (such as cars) upon whose appearance the design of the component part is dependent, and which is used for the sole purpose of the repair of that complex product so as to restore its original appearance.

The European Union Intellectual Property Office is updating its guidelines to reflect the changes introduced by the legal reform. The amended directive will enter into force on 8 December

2024 (20 days after its publication in the Official Journal of the EU), with Member States having 36 months to transpose it into national law. The amending regulation will also enter into force on 8 December 2024 (20 days after its publication), but its application will be phased in.

Source: Bulgarian Patent Office Official website

EUIPO unveils Strategic Plan 2030

The plan focuses on Enhancing innovation, IP services, and economic growth in Europe.

It is built around five key strategic goals:

- Optimising operational efficiency and effectiveness
- Enhancing the value of IP products and services
- Improving access to the IP system
- Building trust and respect for IP
- Ensuring the sustainability of the European IP network (EUIPN)

Six priority impact areas are outlined to drive these strategic goals forward, including:

- Customer experience
- IP awareness & education
- Promotion of innovation
- Inclusive IP landscape
- Enforcement
- IP Alliances

Source: EUIPO Official website

World Intellectual Property Indicators Report: Global Patent Filings Reach Record High in 2023

Global patenting activity reached new heights in 2023 as applications surpassed 3.5 million for the first time, marking the fourth consecutive year of growth despite a challenging macroeconomic environment, according to WIPO's annual World Intellectual Property Indicators (WIPI) report.

China (1.64 million), the US (518,364), Japan (414,413), the Republic of Korea (287,954) and Germany (133,053) led global patent filings. Moving up a spot to sixth place, India (64,480)

saw a 15.7% increase in patent applications, primarily driven by a strong increase in resident filings supported by India's fast-growing economy.

Continuing a longer-term trend, offices located in Asia accounted for 68.7%, 66.7% and 69% of global patent, trademark and industrial design filing activity in 2023. Within Asia, IP filings are highly concentrated, with the offices of China, Japan and the Republic of Korea together accounting for 91.1%, 77.0% and 87.2% of Asian patent, trademark and industrial design filing activity last year.

According to WIPO Director General Daren Tang "demand for IP rights is growing even in the face of an uncertain economic environment. In addition, this demand is increasingly indigenous. For example, the growth in patent filings has been driven by residents inside the countries themselves rather than from foreign innovators. With volume growing, the challenge still remains quality and the ability to translate IP filings into actual products and services."

The WIPI found a substantial rise in patent filings by residents of China, the Republic of Korea, the US, Japan and India, which were the main drivers of global growth in 2023.

Source: WIPO Official website

Compiler: Iskren Konstantinov

ГЕОГРАФСКИ ОЗНАЧЕНИЯ ЗА НЕСЕЛСКОСТОПАНСКИ ПРОДУКТИ В НОВАТА РЕГЛАМЕНТАЦИЯ НА ЕС – ОСНОВНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ФУНКЦИИ, ПРЕДИМСТВА И НЕДОСТАТЪЦИ

Автор: Петър Атанасов¹

Резюме

Обектът на изследване са географските означения за неселскостопански продукти на Европейски съюз като интелектуална собственост, а предметът е тяхната същност, характеристики и специфики в контекста на новата нормативна уредба на Европейски съюз. Целта е да бъдат идентифицирани икономическите функции на разглежданите обекти на интелектуална собственост като изразение на техните предимства и недостатъци. Чрез примери е защитена авторската теза, че неселскостопанските продукти с географски означения притежават както силни, така и слаби страни.

Ключови думи: *интелектуална собственост, географски означения*

JEL: *K11, O34*

¹ Петър Атанасов е докторант в катедра „Интелектуална собственост и технологичен трансфер“ към Бизнес факултет на УНСС, petar.atanasov@unwe.bg

Увод

Определение на географските означения и тяхното значение

В днешния глобализиран свят асортиментът от продукти, предлагани на потребителя, е почти неограничен. За да направят информиран избор, потребителите трябва да съберат и сравнят информация за цените и характеристиките на все по-голям брой продукти. Същевременно, цената и основните характеристики на продукта може да не са единствения решаващ фактор за покупка. Потребителите търсят начини за идентифициране на автентични, оригинални и качествени продукти, за които често са склонни да заплатят по-висока цена.

За тази цел, репутацията и/или дадените качествени характеристики, свързани с продуктите, дължащи се на техния специфичен произход може да бъдат изразени чрез т. нар. географски означения. Географските означения (ГО) идентифицират продуктите като произхождащи от държава, регион или местност, където определено качество, репутация или друга характеристика на продукта се дължи основно на неговия географски произход, напр.: врачански варовик, стъкло от Мурано (Vetro di Murano) или ножове от Лагиол (Couteau Laguiole).

Както България, така и много други държави в Европейския съюз са богати на такива автентични, неселскостопански продукти. Тяхното производство се базира на традиционни знания и производствени методи, които често се коренят в културното и социално наследство на определено географско местоположение, напр.: бохемски кристал (Český křišťál), шотландски тартани (Scottish tartans), мрамор от Карпара (Marmo di Carrara) или порцелан от Майснер (Meissner Porzellan). Всички тези продукти са част от традиционните знания и умения и са важно културно наследство, допринасящо за творческата икономика. Те имат също така значителен икономически потенциал при подходящи условия за експлоатация.

Актуалност на темата

Иновациите и технологичният прогрес играят важна роля за извличането на най-доброто от местните традиции и наследство. Европейският съюз (ЕС) е обвързан от правилата за закрила на ГО съгласно Споразумението относно свързаните с търговията аспекти на права на интелектуална собственост (TRIPS), което се прилага за всички 166

членове на Световната търговия организация (СТО) и обхваща както селскостопански, **така и неселскостопански продукти**. Закрилата на ГО във всички страни-членки на СТО е необходимо условие, за да се избегне подвеждането на обществеността относно произхода на продуктите и за предотвратяване на нелоялна конкуренция. Част от членовете на СТО, включително 15 държави-членки на ЕС, използват т. нар. *sui generis* законодателство относно закрилата на ГО за неселскостопански продукти.

На ниво ЕС, понастоящем, е предвидена единна закрила на ГО за вина, спиртни напитки, ароматизирани вина и за селскостопански продукти и хранителни стоки. До 11.2023г. нямаше хармонизация или единна закрила на ГО за неселскостопански продукти на ниво ЕС. Вместо това на национално ниво се прилагат различни инструменти, което води до различни нива на закрила в рамките на единния пазар. Производителите на неселскостопански продукти, желаещи да защитят ГО за целия ЕС, трябва да докажат, че са защитили съответния продукт поотделно за всяка държава-членка, което не е в съответствие с целите на единния пазар.

Новият Регламент (ЕС) 2023/2411 на Европейския парламент и на Съвета от 18.10.2023г. относно закрилата на географските означения за неселскостопански продукти („Регламентът CIGI“) **установява за първи път схема на ЕС за закрила на неселскостопански продукти**. Регламентът “CIGI” влезе в сила на 16.11.2023г. и ще бъде напълно приложим от 1.12.2025г.

Цели на изследването

Обект на настоящото изследване са географските означения за неселскостопански продукти (ГОНП). **Предметът** на изследването са същността, характеристиките и спецификите на географските означения за неселскостопански продукти като обекти на интелектуална собственост в контекста на новата нормативна база на ЕС за тях. **Целта** на изследването е да бъдат идентифицирани икономическите функции на разглежданите продукти като изражение на техните предимства и недостатъци. Изследването се фокусира върху **тезата**, че неселскостопанските продукти с географски означения потенциално притежават както силни, така и слаби страни.

Ограниченията, които търпи настоящото изследване, са свързани както с времевия фактор определен от кратката история на съществуване на този нов обект на интелектуална

собственост, така и с отсъствието при редица страни-членки на ЕС на по-ранни права от този тип защитени по национален ред.

Методологическа рамка

Изследването има теоретична насоченост и е с интердисциплинарен характер. Особеностите на темата, обекта, предмета и целта на изследването, налагат необходимостта в него да бъдат използвани сравнителният метод, методът на изучаване, анализ и синтез на специализираната литература в областта на интелектуалната собственост. Авторът предлага допълнени и разширени определения на икономическите функции на географските означения за неселскостопански продукти. В тази връзка, авторът прави систематизиран преглед на потенциалните предимства и недостатъци от използването на неселскостопански продукти с географски означения.

Изложение

Същност на закрилата на ГОНП

През 2018г. Генерална дирекция за вътрешен пазар, индустрия, предприемачество и МСП (DG GROW) на Европейската комисия (ЕК) стартира проучване на икономическите аспекти на *sui generis* ГО закрила на неселскостопански продукти в Европа. Това проучване анализира темата от три различни гледни точки: от тази на потребителите, от тази на производителите и въздействието върху регионалното кълстерно сътрудничество. Проучването заключи, че защитеното използване на ГО за неселскостопански продукти може да предостави на потребителите по-добра информация, която да им помогне да вземат информирани решения за покупка, да стимулират сътрудничеството между производителите и да имат общо положително въздействие върху регионалната икономика (както и чрез насърчаване на туризма). Проучването също така посочи отворени въпроси, свързани с прилагането на закрилата на ГО. При някои продукти, групата от производители е много малка и прилагането на мерки за закрила на продуктите им може да бъде значително бреме за тях. При други продукти, където има производство в голям мащаб, мерките за закрила поставят различни предизвикателства. Успоредно с това Европейския парламент (ЕП) завърши проучване по същия въпрос, което беше публикувано през 11.2019г. Както и при по-горното проучване, то заключава, че въвеждането на *sui generis* закрила на ЕС за ГО

за неселскостопански продукти би довела като цяло до положителни резултати върху търговията, заетостта и развитието на селските райони. Освен това се твърди, че тази реформа ще допринесе за ограничаване на настоящата фрагментация на европейската правна система в полза на търговията в рамките на ЕС.

Въпреки резултатите от изследванията, насочени към разширяване на режима на ГО за неселскостопански продукти, въпросът остава много чувствителен в някои страни от ЕС. Например през март 2020г. Конфедерацията на шведското предприемачество публикува меморандум, който се противопоставя на идеята за разширяване на режима на ГО. Други твърдят, че вече наличните инструменти за закрила на ГО, като търговски марки (сертификатни и колективни) и законодателството за нелоялна конкуренция, са достатъчни. Според авторите мониторинг и прилагане на новите механизми биха били скъпи и неефективни.

Широкоразпространено схващане е, че регламентът “СІGІ” ще подкрепи развитието на селските и други региони в Европа, като предостави стимули за производителите, особено за малките и средни предприятия (МСП). По този начин той ще спомогне за запазване на уникалните умения, особено в селските и по-слабо развитите региони на Европа, ще осигури икономическа диверсификация и ще стимулира туризма и икономическото възстановяване.

Новият регламент ще улесни интернационализацията на неселскостопанските продукти на ЕС като осигури закрила за ГО на производителите от ЕС на пазарите на трети държави, които са страни по Женевския акт на Лисабонското споразумение за наименованията за произход и географските означения, управлявано от Световната организация за интелектуална собственост (СОИС).

Новата схема за качество ще укрепи рамката на ЕС в две важни области – сферата на управление на правата върху интелектуалната собственост и привеждане в съответствие с общата цел на ЕС за подкрепа на устойчива икономика. Новата нормативна база е изчерпателна и адресира опасенията, изразени от практики, политици и академици през последните две десетилетия, включително проблемите с въвеждането в заблуда, злоупотребата, антиконкурентното поведение и подвеждащата информация. Текстът включва ясни правила относно процедурите за регистрация и това кой може да кандидатства за закрила на ГО. Той осигурява закрила срещу всяка пряка или непряка

търговска употреба на защитеното ГО. Следвайки проактивен подход, новата нормативна база включва разпоредби относно правата на ГО в имена на домейни. Закрилата на потребителите е подобрена, тъй като всяко обявяване на мястото на произход ще се дава само на продукт, който произхожда от определеното място. В резултат на това възможността за заблуда на потребителите ще бъде предотвратена до голяма степен. Второ, положителното въздействие на ГО като инструмент за положителен принос към зелената икономика не може да бъде подценявано. В съответствие със стратегията Farm to Fork Strategy² (от фермата до вилцата), производителите могат да заявят своите практики и изисквания по отношение на социалната, екологичната или икономическата устойчивост в техните продуктови спецификации. Новият регламент има потенциала да защити природните ресурси, да насърчи туризма, да подобри развитието на селските райони и да бъде инструмент за растежа на творческата индустрия в много по-голям мащаб, както се наблюдава в различни части на света.

Съществува вероятност устойчиви икономически модели в занаятчийската и текстилната промишленост да бъдат възпроизведени в ЕС с помощта на това законодателство. Досегашното отсъствие на общеевропейска закрила на ГО за неселскостопанския сектор беше пречка за ЕС да изпълнява ангажиментите си на международно ниво. През 2019 г. ЕС (в това число и България) се присъедини към Женевския акт на Лисабонското споразумение за наименованията за произход и географските указания. Това споразумение обхваща ГО както за селскостопанския, така и за неселскостопанския сектор. Докато досега в ЕС имаше правила за селскостопанския сектор, неселскостопанският такъв не можеше да се възползва напълно от международното споразумение поради липса на общи правила на ниво ЕС. Поради това новата нормативна база ще позволи усвояване на пълните ползи от международната рамка за регистрация и закрила на ГО („Лисабонската система“). Новият регламент има потенциала не само да стимулира иновациите в сектора, но също така да насърчи и защити МСП, които работят в пазарни ниши. Освен това, той ще защити традиционното ноу-хау и културното наследство, както е предвидено в политическата рамка на ЕС.

² достъпна на: https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_bg

Инструменти за закрила на ГОНП

България е член на Световната организация за интелектуална собственост (СОИС) като е подписала Парижката конвенция за закрила на индустриалната собственост на 13.06.1921г., Мадридския протокол относно международната регистрация на марки на 1.08.1985г. и Мадридската спогодба за ограничаване на фалшивите или измамни указания за произход върху стоки на 12.08.1975г. България е член на Световната търговска организация (СТО) от 1.12.2006г. и страна по Лисабонската спогодба за закрила на наименованията за произход и тяхната международна регистрация съответно от 31.10.1958г. и от 12.08.1975г.

В България закрилата на неселскостопански продукти с ГО по национален ред може да бъде получена *ex parte* съгласно закона за марките и географските означения и закона за нелоялната конкуренция.

Таблица 1. Инструменти за закрила на ГОНП по национален ред.

	ГО законодателство sui generis	ТМ законодателство	Специфично законодателство	Съдебна практика	Законодателство за нелоялна конкуренция
Австрия		1			1
Белгия	1	1			1
България	1	1			1
Великобритания		1	1		1
Германия	1	1	1		1
Гърция		1			1
Дания		1			1
Естония	1	1			1
Ирландия		1			1
Испания	1	1			1
Италия		1	1		1
Кипър		1			1
Латвия	1	1			1
Литва		1			1
Люксембург		1			1
Малта		1			1

Нидерландия		1			1
Полша	1	1			1
Португалия	1	1	1		1
Румъния	1	1			1
Словакия	1	1			1
Словения	1	1			1
Унгария	1	1			1
Финландия		1			1
Франция	1	1	1	1	1
Чехия	1	1			1
Швеция		1			1
Общо	14	27	5	1	27

Източник: Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market. Final report, 2013, oriGIn, p. 30

Таблица 1 представя нагледно съществуващите инструменти за закрила на ГОНП в различните страни. От представената информация е видно, че законодателството относно търговските марки и нелоялната конкуренция съществува във всички страни, докато специфична нормативна база в сферата на ГО има само в някои от тях.

Таблица 2. Брой неселскостопански ГО в петте основни сектора.

HS двуцифрена продуктова категория	Съществуващ и ГО	Потенциални ГО	Общ брой ГО	% от общото
Глава 69 – керамични изделия	46	167	214	25%
Глава 25 – сол; сяр; пръст и камък; гипсови материали, вар и цимент	26	53	79	9%
Глава 58 – специални тъкани; текстилни тъкани; дантела; гоблени; гарнитури; бродерия	11	50	61	7%
Глава 70 – стъкло и изделия от стъкло	8	37	45	5%
Глава 44 – дървен материал и изделия от дървен материал; дървени въглища	2	42	44	5%
Глава 71 – естествени или култивирани перли, скъпоценни или полускъпоценни камъни, благородни метали, плакета от благородни метали и изделия от тях; имитации на бижута; монети	5	30	35	4%
Глава 62 – Облекло и аксесоари за облекло, различни от трикотажни или плетени	1	27	28	3%
Глава 68 – Изделия от камъни, гипс, цимент, азбест, слюда или подобни материали	0	22	22	3%

Глава 82 – инструменти, сечива, прибори за хранене, лъжици и вилици от неблагородни метали; техни части от неблагородни метали	1	21	22	3%
Глава 24 - Тютюн и обработени заместители на тютюна	15	5	20	2%
Глава 51 – вълна, фини или груби животински косми; преди и тъкани от конски косми	2	15	17	2%
Глава 92 – музикални инструменти; части и принадлежности за такива артикули	1	16	17	2%
Глава 87 - Превозни средства, различни от железопътен или трамваен подвижен състав, и части и принадлежности за тях	0	16	16	2%
Глава 95 – играчки, игри и спортни принадлежности; части и аксесоари за тях	0	16	16	2%
Глава 42 – кожени изделия; сарашки и хамутни изделия; артикули за пътуване, ръчни чанти и подобни контейнери; изделия от животински черва (различни от червата на копринени буби)	0	15	15	2%
Глава 46 – изделия от слама, еспарто или други материали за сплитане; кошничарски и плетени изделия	0	14	14	2%
Глава 73 – изделия от желязо или стомана	1	13	14	2%
Общо	119	559	678	80%

Източник: Geographical indications for non-agricultural products, Cost of Non-Europe report, 2019, European Parliamentary Research Service, p. 20

В таблица 2 е представена база данни за основните продуктови категории, в които неселскостопанските ГО могат да бъдат защитени съгласно потенциална схема за закрила на ЕС. Броят на ГО включва както продуктите, които понастоящем са защитени съгласно съществуваща национална система, така и продуктите, които биха могли да бъдат защитени със схема на ЕС. Избраните 17 категории са тези, които включват 80 % от ГО. Интересно е да се отбележи, че неселскостопанските ГО са по-разпръснати по категории, отколкото селскостопанските ГО (85 % от селскостопанските ГО са концентрирани само в шест категории).

Таблица 3. Разпределение на неземеделски ГО за България по сектори.

Сектор	Всички ГО (регистрирани + потенциални)																
	24	25	42	44	46	51	58	62	68	69	70	71	73	82	87	92	95
България	15	21	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

Източник: Geographical indications for non-agricultural products, Cost of Non-Europe report, 2019, European Parliamentary Research Service, p. 39

Таблица 3 графично представя разпределението на всичките 37 неземеделски ГО за България като тук са включени както регистрираните по национален ред, така и бъдещите потенциални регистрации по новия европейски ред. От таблицата е видно, че те са разпределени неравномерно като над 97% от тях са концентрирани в два сектора.

Предимства и недостатъци на ГОНП

Авторът представя систематизиран преглед на потенциалните предимства и недостатъци на ГОНП, които са идентифицирани от различни публикации в течение на последното десетилетие. Предимствата и недостатъците се свързват основно с икономическата реализация на продукцията, съхраняването на уникалните характеристики на регионите и очакваната административна тежест за ползвателите на права.

Предимства на ГОНП

1. Нови пазарни възможности

Поради правната несигурност, произтичаща от разпокъсаността на закрилата по национален ред, производителите в ЕС са изправени пред предизвикателства, свързани със закрилата на географски свързани неселскостопански продукти. При липсата на единна нормативна база, те имат по-малък стимул да инвестират в такива продукти, да си сътрудничат, да създават пазарни ниши и да запазват уникалните местни умения и традиции. По-специално, малките производители (МСП и микропредприятията) могат да загубят пазарни възможности при отсъствие на системи за закрила на техните продукти.

2. Подобрена закрила срещу злоупотреби

Когато потребителите свързват конкретна продуктова характеристика с регионалния произход на продукта, означението за произход може да намали разходите им за търсене. За да работи това, означението за произход може да бъде разрешено само когато продуктът има характеристиките, които потребителят очаква той да притежава. Закрилата на ГО може да защити компаниите – особено малките и средните – от злоупотреба от страна на конкурентите, като по този начин засили положителните нагласи за инвестиране. Съществува опасност от злоупотреба от конкуренти, например, когато регионални

компании използват репутацията на географския произход, въпреки че характеристиките на техните продукти не отговарят на очакванията на потребителите.

3. Подобрена закрила на качеството

Означенията за произход често са защитени с колективни марки на ЕС. Те обаче не предоставят достатъчна възможност за забрана на бизнеса в даден регион да злоупотребява с означението за произход. Такава е необходима, тъй като отделните производители могат да увеличат печалбите си, като се позовават на произхода на своите продукти, без да предоставят очакваното от потребителя качество. Освен това при регистрация на колективна марка на ЕС не се извършват проверки дали характеристиките на продукта, посочени в разпоредбите, уреждащи използването на марката, отговарят на очакванията на потребителя. Също така, не се прави проверка дали действително са спазени изискванията за марката. Задължението, в това отношение, е чисто доброволно. Въвеждането на защитено ГО може да премахне тези слабости, най-вече поради факта че то е по-лесно за закрила пред съда, отколкото доброволните задължения. Това засилва доверието на потребителите в означенията за произход.

4. Повишаване сигурността на закрилата

Регистрирането на ГО в централен регистър дава възможност на хората да проверяват без големи разходи дали дадено ГО е защитено. Това ускорява процеса на регистрация на нови ГО и улеснява доказването на злоупотреба с ГО. По този начин се повишава сигурността.

Недостатъци на ГОНП

1. Ефект от публично финансиране

Твърдението на ЕК, че закрилата на ГО улеснява достъпа на производителите до публично финансиране за насърчаване и инвестиционна помощ, е под въпрос. Практиката показва, че инвестиционните решения, основани на помощ, или водят до неефективно използване на оскъдни ресурси, като по този начин забавят структурните промени, или пораждаат неочакван ефект.

2. Риск от ограничаване на пазара

Общото правило, изискващо всички производствени стъпки да се извършват на мястото на произход и суровините да идват от мястото на произход, е неподходящо, тъй като очакванията на потребителите се различават за различните продукти. Задължение на компетентните органи е да проверяват по време на процеса на регистрация в конкретния случай дали планираните изисквания за ГО отговарят на очакванията на потребителите. В това отношение органите трябва да гарантират, че изискванията, приложими към продукт, защитен с ГО, не са твърде ограничителни, тъй като в противен случай съществува риск ГО да доведе до преждевременно ограничаване на пазара.

3. Риск от заблуда на потребителите

Само онези продукти, които вече имат съответна репутация, като например дългогодишна, регионална традиция, следва да отговарят на условията за закрила чрез ГО. В противен случай съществува риск потребителите да бъдат въведени в заблуда от ГО, тъй като – дори и да нямат конкретни очаквания относно характеристиките на продукта – те поне биха предположили, че има дълга традиция там, където такава не съществува. Освен това, не би било възможно да се уточнят характеристиките на продукта според очакванията на потребителите, което е първоначалната цел на ГО. Последващите проверки, разглеждани от Комисията, гарантират, че продуктите, защитени с ГО, продължават да отговарят на необходимите изисквания дори след регистрация. Това повишава доверието на потребителите.

Участници в икономическия оборот на ГОНП

Авторът изготвя систематизиран списък на участниците в икономическия оборот на неселскостопански продукти с ГО по европейски ред.

В новия регламент „СІGІ“ се споменават както субекти, свързани основно с производството на съответните неселскостопански продукти, търсеци закрила, така и субекти, свързани основно с регистрацията на съответното право. Третата група са потребителите на неселскостопански продукти с ГО.

На първо място, като субект от значение за настоящата работа е идентифициран **производителят**. Член 4 на новия регламент го определя като *всеки оператор, ангажиран в един или повече етапи на производство на неселскостопански продукти*, т.е. под това

определение попадат както производителите на необходимите суровини за изработка (където има такива), така и производителите на крайния продукт обект на закрила. Това важно уточнение липсва в новия регламент, поради което тук двата субекта ще бъдат разгледани поотделно. В допълнение, европейският законодател дава определение (отново чл. 4) и за т. нар. *група производители*, които са *всяка асоциация, независимо от правната ѝ форма, съставена главно от производители, работещи със същия продукт*. Така под производители се обособяват три вида участници като отделни субекти:

- производители на суровини (за преработени продукти);
- производители на крайния продукт;
- асоциации на производители.

Режимът за регистрация на новите ГОНП предвижда възможността те да бъдат заявявани както от производители/групи производители или компетентни органи от страни-членки, така и от компетентни органи от трети страни. За целите на настоящото изследване, уточнението *„от страни-членки и от трети страни“*, касаещо различните субекти не е взето под внимание от автора.

Втората група участници, която отговаря основно за регистрацията на правата на интелектуална собственост свързани с ГОНП са **компетентните органи..**

- според чл. 12 на регламента *всяка държава-членка определя компетентен орган за националния етап на процедурата по регистрацията на географски означения за неселскостопански продукти;*
- службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (ЕСИС, EUIPO) на кратко *Службата* ще е отговорна за регистрацията на ГОНП;
- орган за сертифициране на продукти - *орган, независимо от правната му форма, на който е възложено да удостоверява, че продуктите, обозначени с ГО, са в съответствие със спецификацията на продукта.*

Третата група участници в икономическия оборот на ГОНП са **потребителите** на тези продукти.

Икономически функции на ГОНП

Основните икономически функции на ГО са:

- да информират потребителя за мястото на произход на означената стока;
- да идентифицират региона на дейност на бизнес субекта;
- да отличават икономическия субект с предлаганите от него стоки от останалите икономически субекти с аналогични предложения;
- да осигуряват достъп до по-големи пазари и увеличаване на обема на продукцията;
- да получават допълнителна печалба чрез по-високо качество от сравнимите аналози.

Чрез системата за качество на ГОНП, производителите на продукти със закрила:³

- предоставят гаранции, че етапите на производство съответстват на спецификацията на продукта;
- предприемат действия за гарантиране на адекватна закрила на ГО;
- борят се с фалшифицирането и предполагаемите измамни употреби на вътрешния пазар;
- разработват и осъществяват колективно предлагане на пазара и рекламни кампании;
- предоставят информация на потребителите за спецификите на продукта;
- анализират икономическата ефективност, устойчивостта на производството и техническите характеристики на продукта;
- предоставят съвети и обучение на настоящи и бъдещи производители;
- търсят международна закрила за своите неселскостопански продукти с географски означения на пазари извън ЕС.

Заклучение

Продуктите с произход са резултат от сложни производствени системи, тясно свързани с много измерения на териториалното развитие, надхвърлящи икономическите

³ Чл. 45, т. 2 от Регламент (ЕС) 2023/2411 на Европейския парламент и на Съвета от 2023г. относно закрилата на ГО за занаятчийски и промишлени продукти

въпроси като включват социални и екологични измерения. Всъщност, закрилата на продуктите с ГО често се възприема като лост за активиране на динамиката на местното развитие и закрила на териториалните производствени системи. Около продукта с ГО съществува мрежа от различни участници.

Производствените системи с ГО са изложени на различен екзогенен натиск и имат специфична вътрешна динамика. Трудно е ефектите на ГО да се отделят от това, което би могло да се случи без ГО. Поради високото ниво на специфичност на всяка производствена система с ГО е много трудно да се идентифицира добра база за сравнение, т.е. подобна производствена система, изложена на същите „сили“ (различни от тези, водещи до регистрацията на ГО), като тенденции в търсенето, конкуренция и специфична местна динамика.

Приложението на новия регламент и свързаните с него национални актове са отговорност на компетентните органи, които ще имат нелеката задача да организират и управляват процеса по регистрация и мониторинг на ГОНП по европейски ред по начин, по който новоизградената система да отговори на най-високите стандарти за качество. Тези задачи може би ще са по-лесно постижими, вземайки предвид съществуващата дългогодишната добра практика в сферата на ГО за селскостопански продукти в ЕС.

Използвана литература

ATANASOV, P., 2023, Geographical Indications as Objects of Intellectual Property - Essence and Types, Identification of Geographical Indications as a Business Factor, issue N°4, pp. 27-56, ISSN: 2815-3464

BORISOV, B, BORISOVA, VI., 2015, Intellectual property, UI „Stopanstvo“

MARKOVA, M., 2015, Intellectual property, BPS

HOHMANN, I., LAMMERICH, ST., 2014, Geographical indication protection for non-agricultural products, Centers for European policy network (CEP) Policy brief COM (2014) 469, available at: <https://www.cep.eu/eu-topics/details/geographical-indication-protection-for-non-agricultural-products-green-paper.html>

KOHLI, V. P., 2023, Protection of Textiles and Crafts in the EU through Geographical Indications: An Evaluation of the New Legislative Proposal. European Intellectual Property Review, 45(7), pp.

407-410, available at: <https://research.cbs.dk/en/publications/protection-of-textiles-and-crafts-in-the-eu-through-geographical->

NAVARRA, C., THIRION, EL., 2019, Geographical indications for non-agricultural products, Cost of Non-Europe report, European Parliamentary Research Service, available at: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_STU\(2019\)631764](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_STU(2019)631764)

RZEPECKA, J. AND AL., 2020, Economic aspects of geographical indication protection at EU level for non-agricultural products in the EU, Publications Office of the European Union, available at: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c210fcc6-5463-11ea-aece-01aa75ed71a1/language-en>

THUAL, D. AND AL., 2013, Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market – final report and annexes, Insight consulting, REDD, OriGIn, available at: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/14897>

Regulation (EU) 2023/2411 of the European Parliament and of the Council of 18 October 2023 on the protection of geographical indications for craft and industrial products, available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32023R2411>

Regulation (EU) 2024/1143 of the European Parliament and of the Council of 11 April 2024 on geographical indications for wine, spirit drinks and agricultural products, available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1143>

**GEOGRAPHICAL INDICATIONS FOR NON-AGRICULTURAL PRODUCTS IN THE
NEW EUROPEAN UNION REGULATION – MAIN ECONOMIC FUNCTIONS,
ADVANTAGES AND DISADVANTAGES**

Author: Petar Atanasov⁴

Abstract

The object of research are the geographical indications for non-agricultural products of the European Union as intellectual property, and the subject is their nature, characteristics, and specifics in the light of the new regulatory framework of the European Union. The purpose is to identify the economic functions of the considered objects as an expression of their advantages and disadvantages. The author's thesis that non-agricultural products with geographical indications have both strengths and weaknesses is defended.

Keywords: *intellectual property, geographical indications*

JEL: *K11, O34*

⁴ Petar Atanasov is a PhD student at the Department of Intellectual Property and Technology Transfer, Business Faculty of UNWE, petar.atanasov@unwe.bg

Introduction

Definition of Geographical Indications and their significance

In today's globalized world, the range of products offered to the consumer is almost unlimited. In order to make an informed choice, consumers need to gather and compare information on the prices and characteristics of an ever-increasing number of products. At the same time, the price and the main characteristics of the product may not be the only decisive factor for a purchase. Consumers are looking for ways to identify authentic, original and quality products, for which they are often willing to pay a higher price.

To this end, the reputation and/or given quality characteristics associated with products due to their specific origin can be expressed through the so-called GIs. Geographical indications (GIs) identify products as originating in a country, region, or locality where a certain quality, reputation or other characteristic of the product is mainly due to its geographical origin, e.g.: Vratsa limestone (Врачански варовик), Murano glass (Vetro di Murano) or Laguiole knives (Couteau Laguiole).

Bulgaria, like many other countries in the European Union, is rich in such authentic, non-agricultural products. Their production is based on traditional knowledge and production methods, which are often rooted in the cultural and social heritage of a particular geographical location, e.g.: Bohemian crystal (Český křišťál), Scottish tartans (Scottish tartans), Carrara marble (Marmo di Carrara) or Meissner porcelain (Meissner Porzellan). All these products are part of traditional knowledge and skills and are an important cultural heritage contributing to the creative economy. They also have significant economic potential under appropriate conditions for exploitation.

Relevance of the topic

Innovation and technological progress play an important role in bringing out the best in local traditions and heritage. The European Union (EU) is bound by the rules on the protection of GIs under the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS), which applies to all 166 members of the World Trade Organization (WTO) and covers both agricultural and ***non-agricultural products***. The protection of GIs in all WTO member countries is a necessary condition to avoid misleading the public about the origin of products and to prevent unfair competition. Some WTO members, including 15 EU Member States, use so-called *sui generis* legislation on the protection of GIs for non-agricultural products.

At EU level, a single GI protection is currently provided for wines, spirits, aromatized wines and for agricultural products and foodstuffs. By November 2023 there was no harmonisation or uniform protection of GIs for non-agricultural products at EU level. Instead, different instruments are applied at national level, leading to different levels of protection within the single market. Producers of non-agricultural products wishing to protect a GI for the whole EU must prove that they have protected the product in question individually for each Member State, which is not in line with the objectives of the single market.

The new Regulation (EU) 2023/2411 of the European Parliament and of the Council of 18.10.2023 on the protection of geographical indications for non-agricultural products (the “CIGI Regulation”) ***establishes for the first time an EU scheme for the protection of non-agricultural products***. The “CIGI” Regulation entered into force on 16.11.2023 and will be fully applicable from 1.12.2025.

Objectives of the study

The **object** of this study is the GIs for non-agricultural products. The **subject** of the study is the essence, characteristics, and specifics of GIs for non-agricultural products as objects of intellectual property in the light of the new EU regulatory framework for them. The **purpose** of the study is to identify the economic functions of the products under consideration as an expression of their advantages and disadvantages. The study focuses on the **thesis** that non-agricultural products with GIs potentially have both strengths and weaknesses.

The **limitations** suffered by the present study are related both to the time factor determined by the brief history of the existence of this new object of intellectual property, and to the absence in a number of EU member states of earlier rights of this type protected by national law.

Methodological framework

The study has a theoretical focus and is interdisciplinary in nature. The specifics of the topic, object, subject and purpose of the study require the use of the comparative method, the method of studying, analysing, and synthesizing specialized literature in the field of intellectual property. The author offers supplemented and expanded definitions of the economic functions of GIs for non-agricultural products. In this regard, the author makes a systematic review of the potential advantages and disadvantages of using non-agricultural products with geographical indications.

Body

Nature of GI protection

In 2018, the European Commission's (EC) Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (DG GROW) launched a study on the economic aspects of *sui generis* GI protection for non-agricultural products in Europe. This study analysed the topic from three different perspectives: that of consumers, that of producers and the impact on regional cluster cooperation. The study concluded that the protected use of GIs for non-agricultural products could provide consumers with better information to help them make informed purchasing decisions, stimulate cooperation between producers and have an overall positive impact on the regional economy (as well as by promoting tourism). The study also identified open questions related to the implementation of GI protection. For some products, the group of producers is very small and the implementation of measures to protect their products can be a significant burden for them. For other products, where there is large-scale production, protection measures pose different challenges. In parallel, the European Parliament (EP) completed a study on the same issue, which was published in November 2019. As with the above study, it concluded that the introduction of *sui generis* EU protection for GIs for non-agricultural products would lead to overall positive outcomes for trade, employment, and rural development. It also argued that this reform would contribute to reducing the current fragmentation of the European legal system in favour of intra-EU trade.

Despite the results of the studies aimed at extending the GI regime to non-agricultural products, the issue remains extremely sensitive in some EU countries. For example, in March 2020, the Confederation of Swedish Enterprise published a memorandum opposing the idea of extending the GI regime. Others argue that the existing instruments for protecting GIs, such as trademarks (certificate and collective) and unfair competition legislation, are sufficient. According to the authors, monitoring and implementing the new mechanisms would be costly and ineffective.

It is widely believed that the CIGI regulation will support the development of rural and other regions in Europe by providing incentives for producers, especially small and medium-sized enterprises (SMEs). In this way, it will help to preserve unique skills, especially in rural and less developed regions of Europe, ensure economic diversification and stimulate tourism and economic recovery.

The new regulation will facilitate the internationalisation of EU non-agricultural products by providing protection for GIs of EU producers in the markets of third countries that are parties to the Geneva Act of the Lisbon Agreement on Appellations of Origin and Geographical Indications, administered by the World Intellectual Property Organization (WIPO).

The new quality scheme will strengthen the EU framework in two key areas – the area of intellectual property rights management and alignment with the EU’s overall objective of supporting a sustainable economy. The new legal framework is comprehensive and addresses concerns raised by practitioners, policymakers, and academics over the past two decades, including issues of abuse, anti-competitive behaviour, and misleading information. The text includes clear rules on registration procedures and who can apply for GI protection. It provides protection against any direct or indirect commercial use of the protected GI. Following an initiative-taking approach, the new legal framework includes provisions on GI rights in domain names. Consumer protection is improved, as any declaration of place of origin will only be given to a product originating in the designated place. As a result, the possibility of consumers being misled will be prevented. Secondly, the positive impact of GIs as a tool for positively contributing to the green economy cannot be underestimated. In line with the Farm to Fork Strategy⁵, producers can state their practices and requirements in terms of social, environmental, or economic sustainability in their product specifications. The new regulation has the potential to protect natural resources, promote tourism, improve rural development and be a tool for the growth of the creative industries on a much larger scale, as is already seen in different parts of the world.

There is a possibility that sustainable economic models in the craft and textile industries can be replicated in the EU with the help of this legislation. The absence of EU-wide protection of GIs for the non-agricultural sector has so far been an obstacle for the EU to fulfil its commitments at international level. In 2019, the EU (including Bulgaria) acceded to the Geneva Act of the Lisbon Agreement on Appellations of Origin and Geographical Indications. This agreement covers GIs for both the agricultural and non-agricultural sectors. While there were rules for the agricultural sector in the EU until now, the non-agricultural sector could not fully benefit from the international agreement due to the lack of common rules at EU level. The new legal framework will therefore allow for the full benefits of the international framework for the registration and protection of GIs (the "Lisbon system"). The new regulation has the potential not only to stimulate innovation in the

⁵ available at [na: https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en](https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en)

sector, but also to promote and protect SMEs operating in niche markets. Furthermore, it will protect traditional know-how and cultural heritage, as foreseen in the EU policy framework.

Tools for protection of non-agri GIs

Table 1. Tools for national protection of non-agri GIs.

	Sui generis GI law	Trade mark law	Specific law	Case law	Unfair competition law
Austria		1			1
Belgium	1	1			1
Bulgaria	1	1			1
UK		1	1		1
Germany	1	1	1		1
Greece		1			1
Denmark		1			1
Estonia	1	1			1
Ireland		1			1
Spain	1	1			1
Italy		1	1		1
Cyprus		1			1
Latvia	1	1			1
Lithuania		1			1
Luxembourg		1			1
Malta		1			1
Netherlands		1			1
Poland	1	1			1
Portugal	1	1	1		1
Romania	1	1			1
Slovakia	1	1			1
Slovenia	1	1			1
Hungary	1	1			1
Finland		1			1
France	1	1	1	1	1
Czeck Republik	1	1			1
Sweden		1			1
Total	14	27	5	1	27

Source: Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market. Final report, 2013, oriGI, p. 30

Bulgaria is a member of the World Intellectual Property Organization (WIPO) having signed the Paris Convention for the Protection of Industrial Property on 13.06.1921, the Madrid Protocol Concerning the International Registration of Marks on 1.08.1985 and the Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Origin on Goods on 12.08.1975. Bulgaria is a member of the World Trade Organization (WTO) since 1.12.2006 and a party to the Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration respectively since 31.10.1958 and since 12.08.1975.

In Bulgaria, national protection for non-agricultural products with GIs can be obtained *ex parte* under the Law on Trademarks and Geographical Indications and the Law on Unfair Competition.

Table 1 provides a visual representation of the existing instruments for the protection of IP rights in different countries. It is evident from the information presented that legislation on trademarks and unfair competition exists in all countries, while a specific regulatory framework in the field of GIs exists only in some of them.

Table 2. Distribution of non-agricultural GIs for Bulgaria by sectors.

	All GIs (registered + potential)																
Sector	24	25	42	44	46	51	58	62	68	69	70	71	73	82	87	92	95
Bulgaria	15	21	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

Source: Geographical indications for non-agricultural products, Cost of Non-Europe report, 2019, European Parliamentary Research Service, p. 39

Table 2 graphically presents the distribution of all thirty-seven non-agricultural GIs for Bulgaria, including both those registered under the national order and future potential registrations under the new European order. The table shows that they are unevenly distributed, with over 97% of them concentrated in two sectors.

Table 3 presents a database of the main product categories in which non-agricultural GIs could be protected under a potential EU certification scheme. The number of GIs includes both products currently protected under an existing national system and products that could be protected under an EU scheme. The seventeen categories selected are those that include 80% of GIs. It is interesting to note that non-agricultural GIs are more dispersed across categories than agricultural GIs (85% of agricultural GIs are concentrated in just six categories).

Table 3. Number of non-agri GIs in the five main sectors.

HS 2-digit product category ⁶	Number of potential GIs	Number of existing GIs	Total number of GIs	% of total
Chapter 69 – ceramic products	46	167	214	25%
Chapter 25 – salt; sulphur; earths and stone; plastering materials, lime and cement	26	53	79	9%
Chapter 58 – special woven fabrics; tufted textile fabrics; lace; tapestries; trimmings; embroidery	11	50	61	7%
Chapter 70 – glass and glassware	8	37	45	5%
Chapter 44 – wood and articles of wood; wood charcoal	2	42	44	5%
Chapter 71 – natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones, precious metals, metals clad with precious metal, and articles thereof; imitation jewellery; coin	5	30	35	4%
Chapter 62 – articles of apparel and clothing accessories, not knitted or crocheted	1	27	28	3%
Chapter 68 – articles of stone, plaster, cement, asbestos, mica or similar materials	0	22	22	3%
Chapter 82 – tools, implements, cutlery, spoons and forks, of base metal; parts thereof of base metal	1	21	22	3%
Chapter 24 – tobacco and manufactured tobacco substitutes	15	5	20	2%
Chapter 51 – wool, fine or coarse animal hair; horsehair yarn and woven fabric	2	15	17	2%
Chapter 92 – musical instruments; parts and accessories of such articles	1	16	17	2%
Chapter 87 – vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof	0	16	16	2%
Chapter 95 – toys, games and sports requisites; parts and accessories thereof	0	16	16	2%
Chapter 42 – articles of leather; saddlery and harness; travel goods, handbags and similar containers; articles of animal gut (other than silkworm gut)	0	15	15	2%
Chapter 46 – manufactures of straw, of esparto or of other plaiting materials; basketware and wickerwork	0	14	14	2%
Chapter 73 – articles of iron or steel	1	13	14	2%
Total	119	559	678	80%

Source: Geographical indications for non-agricultural products, Cost of Non-Europe report, 2019, European Parliamentary Research Service, p. 20

⁶ HS Nomenclature 2022 edition, available at: <https://www.wcoomd.org/en/topics/nomenclature/instrument-and-tools/hs-nomenclature-2022-edition/hs-nomenclature-2022-edition.aspx>

Advantages and Disadvantages of the non-agri GIs

The author presents a systematic review of the potential advantages and disadvantages of the non-agri GIs, which have been identified by various publications over the past decade. The advantages and disadvantages are mainly related to the economic realization of the production, the preservation of the unique characteristics of the regions and the expected administrative burden for the users of rights.

Advantages

1. New market opportunities

Due to legal uncertainty resulting from the fragmentation of protection at national level, EU producers face challenges in protecting geographically linked non-agricultural products. In the absence of a single regulatory framework, they have less incentive to invest in such products, to cooperate, to create market niches and to preserve unique local skills and traditions. Small producers (SMEs and micro-enterprises) may lose market opportunities in the absence of systems to protect their products.

2. Improved protection against abuse

When consumers associate specific product characteristics with the origin of the product, a designation of origin can reduce their search costs. For this to work, a designation of origin can only be authorised when the product has the characteristics that the consumer expects it to have. GI protection can protect companies – especially small and medium-sized ones – from abuse by competitors, thereby strengthening positive investment attitudes. There is a risk of abuse by competitors, for example, when regional companies exploit the reputation of geographical origin even though the characteristics of their products do not meet consumer expectations.

3. Improved protection of quality

Designations of origin are often protected by EU collective marks. However, they do not provide sufficient protection to prevent businesses in each region from misusing the designation of origin. Such protection is necessary because individual producers can increase their profits by referring to the origin of their products without delivering the quality expected by the consumer. Furthermore, when registering an EU collective mark, there is no check whether the characteristics of the product specified in the provisions governing the use of the mark meet the consumer's

expectations. There is also no check whether the requirements for the mark are met. The obligation in this respect is purely voluntary. The introduction of a protected GI could eliminate these weaknesses, not least because it is easier to enforce in court than voluntary obligations. This strengthens consumer confidence in designations of origin.

4. Increasing the security of protection

Registering GIs in a central registry allows people to check without high costs whether a GI is protected. This speeds up the process of registering new GIs and makes it easier to prove misuse of GIs. This increases security.

Disadvantages

1. Effect of public funding

The EC's claim that GI protection facilitates producers' access to public funding for promotion and investment aid is questionable. Practice shows that investment decisions based on aid either lead to an inefficient use of scarce resources, thus slowing down structural change, or have unintended consequences.

2. Risk of market foreclosure

A general rule requiring all production steps to take place at the place of origin and raw materials to come from the place of origin is inappropriate, as consumer expectations differ for various products. It is the duty of the competent authorities to verify during the registration process in the specific case whether the planned GI requirements meet consumer expectations. In this respect, the authorities must ensure that the requirements applicable to a GI-protected product are not too restrictive, as otherwise there is a risk that the GI will lead to premature foreclosure of the market.

3. Risk of consumer deception

Only those products which already have a relevant reputation, such as a long-standing, regional tradition, should qualify for protection by a GI. Otherwise, there is a risk that a GI will mislead consumers, as – even if they have no specific expectations about the characteristics of the product – they would at least assume that there is a long tradition where none exists. Furthermore, it would not be possible to specify the characteristics of the product according to consumers'

expectations, which is the original purpose of a GI. The ex-post checks, as examined by the Commission, ensure that products protected by a GI continue to meet the necessary requirements even after registration. This increases consumer confidence.

Participants in the economic turnover of non-agri GIs

The author prepares a systematized list of participants in the economic turnover of non-agricultural products with GIs in the EU.

The new CIGI regulation mentions both entities primarily involved in the production of the relevant non-agricultural products seeking protection, as well as entities primarily involved in the registration of the relevant right. The third group is the consumers of non-agricultural products with GIs.

First, the **producer** is identified as an entity relevant to this work. Article 4 of the new regulation defines it as *any operator engaged in one or more production steps for non-agricultural products*, i.e. this definition includes both the producers of the raw materials required for production (where available) and the producers of the final product subject to protection. This important clarification is missing from the new regulation, which is why the two entities will be considered separately here. In addition, the European legislator also provides a definition (again Art. 4) for the so-called *producer group*, which is *any association, irrespective of its legal form, mainly composed of producers working with the same product*. Thus, three types of participants are distinguished under producers as separate entities:

- raw material producers (for processed products).
- final product producers.
- producer associations.

The registration regime for new non-agri GIs provides for the possibility of their application by both producers/producer groups or competent authorities from Member States and by competent authorities from third countries. For the purposes of this study, the clarification “by Member States and by third countries” concerning the different entities has not been taken into account by the author.

The second group of participants, which is primarily responsible for the registration of intellectual property rights related to non-agri GIs, are the **competent authorities**.

- according to Art. 12 of the Regulation, *each Member State shall designate a competent authority for the national phase of the procedure for the registration of geographical indications for non-agricultural products.*
- the European Union Intellectual Property Office (EUIPO) will be responsible for the registration of non-agri GIs.
- a product certification body - *a body, irrespective of its legal form, which is entrusted with the task of certifying that products designated by a geographical indication comply with the product specification.*

The third group of participants in the economic turnover of non-agri GIs are the **consumers** of these products.

Economic functions of non-agri GIs

The main economic functions are:

- to inform the consumer about the place of origin of the designated product.
- to identify the region of activity of the business entity.
- to distinguish the economic entity with the goods it offers from other economic entities with similar offers.
- to provide access to larger markets and increase the volume of production.
- to receive additional profit through higher quality than comparable analogues.

Through the quality system of the GI, producers of protected products:

- provide guarantees that the production stages comply with the product specification.
- take action to ensure adequate protection of the GI.
- combat counterfeiting and suspected fraudulent use in the internal market.
- develop and implement collective marketing and advertising campaigns.
- provide information to consumers on the specifics of the product.
- analyse the economic efficiency, sustainability of production and technical characteristics of the product.
- provide advice and training to current and future producers.

- seek international protection for their non-agricultural products with GIs in markets outside the EU.

Conclusion

Products with origin are the result of complex production systems intricately linked to many dimensions of territorial development, going beyond economic issues to include social and environmental dimensions. In fact, the protection of GI products is often perceived as a lever to activate local development dynamics and protect territorial production systems. There is a network of different actors around the GI product.

GI production systems are exposed to different exogenous pressures and have specific internal dynamics. It is difficult to separate the effects of GI from what would happen without GI. Due to the high level of specificity of each GI production system, it is very difficult to identify a good basis for comparison, i.e. a similar production system exposed to the same “forces” (other than those leading to the registration of the GI), such as demand trends, competition and specific local dynamics.

The implementation of the new regulation and the related national acts are the responsibility of the competent authorities, who will have the challenging task of organizing and managing the process of registration and monitoring of GIs at EU level in a way that the newly built system meets the highest quality standards. These tasks may be more easily achievable, considering the existing long-standing good practice in the field of GIs for agricultural products in the EU.

References

- ATANASOV, P., 2023, Geographical Indications as Objects of Intellectual Property - Essence and Types, Identification of Geographical Indications as a Business Factor, issue N°4, pp. 27-56, ISSN: 2815-3464
- BORISOV, B, BORISOVA, VI., 2015, Intellectual property, UI „Stopanstvo“
- MARKOVA, M., 2015, Intellectual property, BPS
- HOHMANN, I., LAMMERICH, ST., 2014, Geographical indication protection for non-agricultural products, Centers for European policy network (CEP) Policy brief COM (2014) 469,

available at: <https://www.cep.eu/eu-topics/details/geographical-indication-protection-for-non-agricultural-products-green-paper.html>

KOHLI, V. P., 2023, Protection of Textiles and Crafts in the EU through Geographical Indications: An Evaluation of the New Legislative Proposal. *European Intellectual Property Review*, 45(7), pp. 407-410, available at: <https://research.cbs.dk/en/publications/protection-of-textiles-and-crafts-in-the-eu-through-geographical->

NAVARRA, C., THIRION, EL., 2019, Geographical indications for non-agricultural products, Cost of Non-Europe report, European Parliamentary Research Service, available at: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_STU\(2019\)631764](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_STU(2019)631764)

RZEPECKA, J. AND AL., 2020, Economic aspects of geographical indication protection at EU level for non-agricultural products in the EU, Publications Office of the European Union, available at: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c210fcc6-5463-11ea-aece-01aa75ed71a1/language-en>

THUAL, D. AND AL., 2013, Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market – final report and annexes, Insight consulting, REDD, OriGIn, available at: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/14897>

Regulation (EU) 2023/2411 of the European Parliament and of the Council of 18 October 2023 on the protection of geographical indications for craft and industrial products, available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32023R2411>

Regulation (EU) 2024/1143 of the European Parliament and of the Council of 11 April 2024 on geographical indications for wine, spirit drinks and agricultural products, available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1143>

ДЪРЖАВНИТЕ ИНСТИТУЦИИ В ПАЗАРНАТА РЕАЛИЗАЦИЯ НА ФИЛМОВИТЕ ПРОДУКТИ В БЪЛГАРИЯ

Елеонора Иванова/Eleonora Ivanova⁷

Резюме

Предмет на настоящото изследване е взаимовръзката между финансирането и пазарната реализация на пълнометражните филмови продукти в България през периода 2019-2023 г. Целта на статията е да изследва ролята на държавните институции като финансиращи субекти, моделите на финансиране, влиянието им върху творческия процес и пазарния успех на филмите. Анализът показва, че държавните фондове и програми играят ключова роля във финансирането на българското филмово производство, като осигуряват значителна част от средствата за създаване на пълнометражни филми, но също така разкрива предизвикателствата, свързани с намирането на финансиране и реализирането на филмови проекти. Липсата на устойчиви механизми за разпространение и промотиране на българските филми ограничава техния пазарен успех и потенциал за възвръщаемост на инвестициите, което от своя страна се отразява и в показателите за конкурентоспособност в областта на интелектуалната собственост.

Ключови думи: интелектуална собственост, културни индустрии, филмово производство, финансиране на филмовата индустрия

JEL: O34, Z1

⁷ Елеонора Иванова е докторант към катедра „Интелектуална собственост и технологичен трансфер“ на Университета за национално и световно стопанство, eleonora.ivanova@unwe.bg

Увод

Филмовата индустрия, като сегмент от културните индустрии и нейните творчески продукти, формиращи художествената част на системата на интелектуална собственост, имат важна роля в поддържането и развитието на културно-социалните политики на страната и удовлетворяването на необходимостта от духовно и културно обогатяване на ползвателите ѝ - потребителите на изкуство. Както Борисов и Борисова (2015, с. 407) споделят *„Концепцията за художествена собственост е изградена върху баланса между обществения интерес от потребление на авторско творчество и частния интерес на автора от възвращаемост от това потребление“*.

Настоящата статия има практическа насоченост към релевантните изследователски и бизнес единици, като са изведени статистически данни по години за отпуснато финансиране от отговорните държавни институции за подпомагане на творческите индустрии.

Целта на статията е да изследва ролята на държавните институции като финансиращи субекти, моделите на финансиране, влиянието им върху творческия процес и пазарния успех на филмите. **Предмет на изследването** е корелацията между финансиращите институции и влиянието им върху крайният творчески продукт, и неговите основни белези за високи резултати, а именно гледаемостта и възвращаемостта - приходите от реализиране и осъществен кинопоказ, а неин **обект** са пълнометражните филмови продукции.

Авторовата теза е, че осигуряването на достатъчно финансиране и влагането на средства от страна на държавните институции за целите на създаване и разпространение на пълнометражни филми, води до повишаване на качество на крайните продукти, респективно до по-висока производителност и утвърждаване на добри практики за пазарна реализация във филмовата индустрия.

Изследването се **ограничава** в периода от 2019 г. до 2023 г., като включва само произведените пълнометражни филмови продукции на територията на Р България. Извън обхвата на анализ остават късометражните, среднометражните продукции, както и епизодичните такива.

Същност на филмовите продукти

Филмовите продукти са творческите резултати от вложения интелектуален и физически труд на участниците във филмовата индустрия. В действащото законодателство на Р България няма въведено определение на термина „филмов продукт“. Най-близкото определение за филмовия продукт може да се открие в текста на § 1, ал. 1 от Допълнителните разпоредби на Закона за филмовата индустрия на Р България, гласящ, че филм е *„краен продукт на артистични и специфични технически дейности, чийто резултат е създаването на произведение, състоящо се от поредица от свързани изображения, фиксирани върху материален носител и възприемани като движеща се картина, озвучено синхронно или не, предназначено за разпространение, показ и излъчване. Според вида си филмите биват: игрални, документални и анимационни, а според времетраенето си филмите са късометражни, пълнометражни и сериали.“*. Предвид законодателната рамка, авторът счита, че понятието следва да се тълкува по-широко, като възприема, че филмовият продукт е всяко аудио-визуално произведение с продължителност над 23 минути⁸, без да се налага ограничение на вида, жанра и произхода на продукцията.

Водейки се по заложените текстове в ЗФИ и за целите на настоящата статия, авторът предлага настоящата неизчерпателна класификация по следните критерии:

1. **Според времетраенето.** Както вече беше уточнено, съгласно ЗФИ филмите се разделят на:

1.1. Пълнометражен – над 70 минути;

1.2. Късометражен – до 40 минути.

Авторът счита, че следва да се дефинира и понятието „среднометражен филм“, а именно всеки филм с продължителност над 40 и под 70 минути, включително финалните надписи и кредитите на екипа.

2. **Според формата на реализиране.** Реализирането на филмов продукт обхваща целия процес на създаване, монтиране и пост-продукционна дейност, докато не се стигне до неговото завършване, т.е. филмът да е готов за разпространение. Формите на реализация могат да бъдат категоризирани по различни начини, но автора разглежда само тези,

⁸ За целите на настоящото изследване, авторът възприема минимално времетраене на продукцията, съгласно допустимите проекти за държавно подпомагане, във връзка с чл. 41 от Правилника за прилагане на Закона за филмовата индустрия.

способстващи за пазарната реализация на готовия продукт, а именно чрез начините на му на разпространение:

- 2.1. Чрез кинопоказ;
- 2.2. Чрез излъчване по телевизията;
- 2.3. Чрез дигитални платформи от типа „watch on demand“⁹.
- 2.4. Чрез копия на физически носители – DVD, Blu-ray и други.

3. **Според бюджета.** Законодателната рамка не прави разделение на филмовите продукти по този критерий, затова авторът възприема общоприетите критерии за бюджетирание, а именно:

- 3.1. Нискобюджетен филм – разходващ възможно най-нисък и ограничен бюджет, като за България този праг е под половин милион лева.
- 3.2. Среднобюджетен филм – бюджетите на тези филми са около един милион лева.
- 3.3. Високобюджетен филм – разходите за него достигат от няколко милиона до десетки милиони.

Предвид икономическия профил на Р България, такива филми са много голяма рядкост, а бюджета им започва от около един и половина милиона лева.

Модели и източници на финансиране на филмовото производство в България

Успехът на филмов продукт в боксофиса е резултат, не само от качеството на създадения продукт, но и от маркетинговите стратегии и целевата аудитория, за която е предназначен. Филми, получаващи значителна държавна подкрепа, често следва да имат по-голям бюджет заделен за рекламна и промоционална дейност, което да увеличи шансовете им за успешна реализация. В контекста на глобализацията, взаимодействието между различни модели на финансиране и ефективността на маркетинговите стратегии, са определящи за привличането на публика и осигуряване на дългосрочен интерес към филмовите заглавия, създавани от продуцентски къщи или независими продуценти.

Финансирането на филмовите продукти играе ключова роля за успешната им реализация на по-късен етап, респективно и резултатите в боксофиса – както на

⁹ „Watch on demand“ в буквален превод от английски език означава „Гледане при поискване“. Тези дигитални платформи позволяват на потребителите да избират и гледат аудио-визуално съдържание по всяко време, без ограниченията на традиционното телевизионно излъчване.

националния, така и на международния пазар. Възможностите за финансиране могат да варират от самофинансиране на проекта, при което независимите продуценти поемат самостоятелно риска, до изцяло външно финансиране, при което се разчита на държавна подкрепа за предоставяне финансови стимули и ресурси, или комбинация от горните две. Държавната подкрепа често се изразява във фондове или проекти, които подпомагат производството на филми с културна стойност, а също така увеличават видимостта и разпространението на българските филмови заглавия на международния пазар.

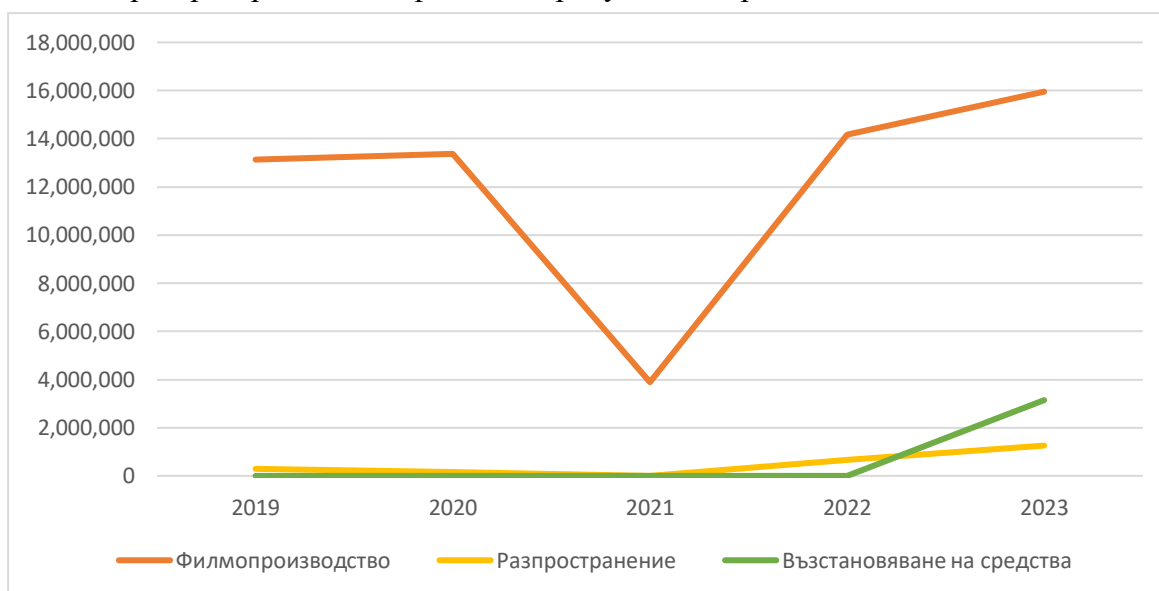
Създаването на филмов продукт неимоверно е дълъг и скъпо струващ процес, поради което ключовият въпрос е намирането на възможности за финансиране на продукцията в подготвителния етап. В международен план, голяма част от филмовите продукти, създавани от продуцентски къщи като „Universal Pictures” или „Warner Brothers“ следват модела, при който за създаването на нов продукт разчитат на собствени средства, придобити от по-рано пазарно-реализирани филми или производни¹⁰ на тях продукти. Предвид това, добрата подготовка, наличието на достатъчно средства и човешки ресурс, са предпоставка за реализиране на висококачествени продукции, които в последствие да имат необходимата финансова възвръщаемост. Източниците на финансови средства за създаване и реализиране на пълнометражен филмов продукт могат да бъдат традиционни, като държавни фондове или проекти, банкови заеми, средства от спонсори, дарители, меценати или лични такива.

Държавното финансиране е традиционен модел, който включва пряка бюджетна подкрепа чрез отпускане на грантове през програми, проекти или схеми, като за целта проектните предложения следват конкретни цели, качествени и количествени изисквания. В България, финансирането на филмов продукт може да бъде осъществено чрез Национален фонд „Култура“ (НФК) и Изпълнителна агенция „Национален филмов център“ (ИА НФЦ), които преразпределят предварително заложения от Министерство на Културата бюджет. В настоящото изследване ще бъде взета под внимание дейността на Изпълнителната агенция "Национален Филмов Център“, която отговаря за подпомагане, координиране на филмопроизводството, кинопродукцията, разпространението и показът на филми, финансиране на създаването, разпространението и представянето на български филми за целия свят, както и за прокарване на политики за стимулиране на филмовата култура в страната.

¹⁰ Производни продукции са всички вторични аудиовизуални продукти, като сериали или риалити предавания, вдъхновени и написани по оригиналния сюжет на филма.

За целите на създаване на филмов продукт, от първостепенна важност е писане или развиване на сценарий, който от своя страна е предхождан от измисляне на идея или концепция на историята, която ще бъде пресъздадена впоследствие. Разгръщане на идеята по сценарий е творчески процес, който включва един или повече сценаристи. Паралелно с работата по финализиране на текста на сценария, продуцентът следва да осигури минимален бюджет, с който може да се започне работа по снимките на продукцията. Източник на средствата най-често е ИА „Национален филмов център“, която за последните пет години е отпуснала голяма стойност средства за производство на филмови заглавия, но почти не е вложила такива за разпространението им, съгласно Фигурата по-долу.

Фигура 1. Предоставена финансова помощ от ИА НФЦ за производство и разпространение на филмови продукти за периода 2019 г. - 2023 г.,



Източник: НФЦ

През периода 2019-2023 г. НФЦ е разпределила почти 60 милиона лева към филмопроизводството, включително и продукции на подготвителен етап, респ. в процес на изготвяне на сценарий. Същевременно, Агенцията отпуска значително по-малко средства за разпространение и кинопоказ, а именно малко над 1 милион лева за целия период. Според Крушков и Крушкова (2024, с. 7) „Държавните политики трябва да създават стратегическа синергия, чрез която креативността се развива, насърчава и подкрепя във всички области“. Според автора тази теза е общовалидна за всички творчески индустрии. В случая обаче при разпределението на средствата в Р България за филмовата индустрия се вижда ясно разминаване между добрите практики и действията. Съгласно публичните

годишни отчети на НФЦ¹¹ за периода между 2019 г. и 2023 г., са предоставени следните помощи, отпуснати чрез грантове, по схеми за подпомагане в посочените направления.

По схема за подпомагане 2010-2017 г. за филмопроизводство са отпуснати близо 1,5 милиона лева. За релевантния период на изследване **не са отпуснати средства за разпространение, кинопоказ и промоция** на български филми на международни и национални кинофестивали, седмици и панорами на българското кино.

По схема за подпомагане 2018-2020 г., Агенцията е финансирала филмопроизводството с близо 30 милиона лева, за разработване на проекти, писането на сценарии и производство на филми. За същия период и по същата схема, подпомагането за разпространение и кинопоказ на филми възлиза на 440 хиляди лева. След подновяване на схемата, **за периода от 2021 до 2023 г.**, средствата предоставени за филмово производство са малко над 29 милиона лева, докато в перо „разпространение“ са 1,2 милиона лева. За същия период, НФЦ предвижда и държавни средства по схема за възстановяване на разходи за производство на филми, но за посочения период са отпуснати средства в размер на 3 милиона лева само през 2023 г.

Както Зафирова (2013, с.33) споделя в монографията си, *„българското филмово производство започна да действа изцяло на проектен принцип – на основата на конкурси за създаване на игрални, документални и анимационни филми. Това води до ниски административни разходи.“*. Именно заради обратната хипотеза - високите административни разходи, моделът на финансиране чрез кредит от банка или друга финансова институция, изискващ участие в дълги административни процедури, предоставяне на предварително изготвен проектен план и допълнителна документация, е по-рискован и по-малко предпочитан за създателите на филмово съдържание. От друга страна, вероятността за отказ на отдаване на средствата е значителна, тъй като творческите продукти не следват линейна схема на реализация и рискът от фалит е твърде висок.

С оглед на изложеното, може да се направи извод, че намирането на средства е трудоемка задача, поради това, че влагането им в изцяло нова за зрителите продукция, носи риск от липса на възвращаемост за вложителя. Авторът счита за валидна тезата на Начев (2024, с. 139) *„От първостепенно значение за развитието на творческите индустрии, и в частност на филмовата индустрия, е способността на всяка една да продава успешно*

¹¹ Подробна информация е достъпна на: <https://www.nfc.bg/за-нас/годишен-отчет/>

продуктите си, което дава възможност за възвръщане на направените инвестиции и свободата да се инвестира в създаването на нови продукти“.

От друга страна *„не винаги бюджета е измерител за качеството“* (Начев, И., 2018). Следва да се отбележи, че голяма част от разходите за създаване на филм се правят за подбор и съответно наемане на актьори, локации, техника, специалисти и вторични лица в екипа, останалата част се влага в постпродукционна дейност, промотиране и разпространение. Анализът на данните за последните пет години обаче, показва често пренебрегване на отделянето на средства по перо *„промотиране и разпространение“*.

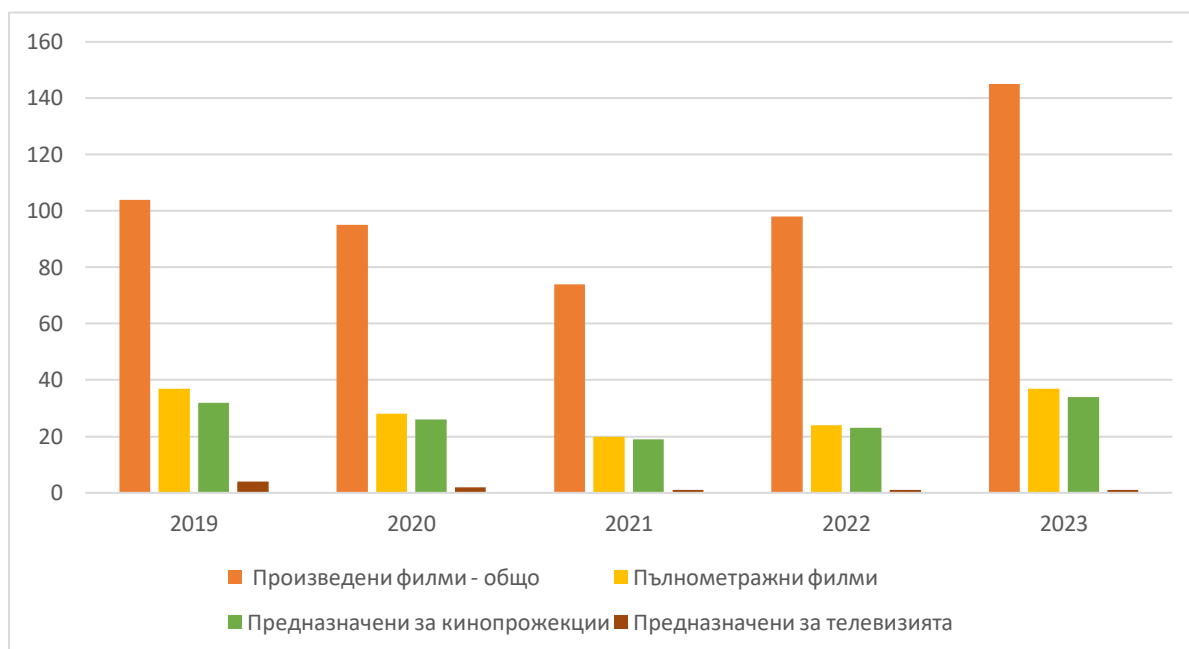
Поради това, продуцентът е принуден да търси и **алтернативни начини за набавяне на средства**, като най-често срещан способ за допълване на бюджета, е използвайки т.нар. *„продуктово позициониране“*. Чрез стратегическо поставяне в сцените на разпознаваеми продукти или такива, които ще навлязат на пазара, на който ще се разпространява филма, продуцентът може да си гарантира допълнителни средства към основния бюджет. За България, дефиниция на термина *„продуктово позициониране“* се съдържа в чл. 74, ал. 4 от Закона за радиото и телевизията, който гласи, че *„позициониране на продукт е форма на търговско съобщение, което представлява включване или споменаване на продукт, услуга или търговска марка в предаване или генериран от потребител видеоклип срещу заплащане или друго подобно възнаграждение.“*, което от своя страна води до кръстосана реклама на филмовия и рекламирания продукт.

В контекста на алтернативното финансиране, във филмовата индустрия е възможно да се получи банков кредит срещу т.нар. *„особен залог“*, при който вместо традиционни имуществени и финансови активи, творческите продукти в качеството си на **нематериален актив**, служат като обезпечение или гаранция за получаване на финансова подкрепа.

Производство на филмови продукти

Фигурата представя динамиката на производството на филми в България за периода 2019-2023 г., като филмите се разглеждат по критерии - общ брой, пълнометражни, предназначени за кинопрожекции и предназначени за телевизионен показ.

Фигура 2. Производство на филми в България за периода 2019-2023 г.



Източник: Национален статистически институт, достъпно на:

<https://www.nsi.bg/bg/content/3631/nпроизведени-филми>

Видно от статистическите данни, през 2019 г. са произведени общо 104 филма, с обща стойност 47 млн. лева. Разпределението по видове филми показва, че пълнометражните филми са 37, от които 32 са предназначени за кинопрожекции, а 4 за телевизията. Наблюдава се спад в стойностите за 2020 г., като от общо 95 произведени филма на стойност над 32 млн. лева, пълнометражните са само 28 на брой, като почти всички са предназначени за кинопрожекции – 26 бр., а само 2 за телевизия. Стойността им е малко над 21 млн. лева.

През 2021 г. са произведени 74 филма с обща стойност 24 млн. лева, като от тях пълнометражните филми са 20 на обща стойност 10 млн. лева. За кинопоказ са произведени 19, а 1 е предназначен за показ по телевизия. През 2022 г. - общо 98 филма на стойност 39 млн. лева, пълнометражните са 24 на стойност 21 млн. лева, като 23 са предназначени за кинопрожекции, а 1 за телевизия. През 2023 г. се наблюдава покачване на производството на филмови продукти в България - произведени са общо 145 филма с обща стойност 31 млн. лева. Разпределението на филмите по категории показва, че пълнометражните филми са 37 и представляват основната част от стойността, възлизаща на 27 млн. лева. От тях филмите предназначени за кинопоказ са 34, а за телевизията – 1.

Анализът на данните за производството на филми в България през периода 2019-2023 г. показва, че филмовата индустрия е динамична и често променяща се индустрия. Общият брой на произведените пълнометражни филми се запазва сравнително стабилен в разглеждания период. Отбелязва се тенденция към по-голям брой филми, предназначени за кинопоказ, в сравнение с тези за телевизионно излъчване. Пълнометражните филми, макар и по-малко на брой, представляват значителна част от общата стойност на филмовата продукция. През 2023 г. се наблюдава значително увеличение на броя на произведените филми, което предполага положителна динамика в сектора на филмопроизводството.

Предвид това, че в изследваната времева рамка попада и пандемията от COVID-19 започнала през 2020 г., се откроява значително влияние върху филмовото производство в България. Сравнено с предходната 2019 г., се наблюдава леко намаление на общия брой произведени филми и на общата стойност на продукцията. През 2021 г., с продължаване на рестрикциите ясно се наблюдава голям спад във филмовото производство, което достига до половината в сравнение с 2019 г. Това се дължи на ограниченията, наложени от пандемията, които водят до затруднение на снимачните процеси и до отлагане или отмяна на проекти. Въпреки това, тенденцията сочи, че има повишаване на филмовото производство, съгласно статистическите данни за следващите години.

Участници в пазарното реализиране на филмов продукт

Обичайно схващане е, че реализирането на филмов продукт се състои само в акта на излъчване на филма по киносалоните. На практика реализирането му започва с кампания за промотиране, включваща разпространение на тийзъри¹², докато филма е в процес на производство и впоследствие преди финализирането му се разпространява и трейлъър¹³ по всички възможни комуникационни канали на продукцията. Паралелно с горното, маркетинговия екип следва да обхване и промоция чрез реклама на хартиен носител (ако е приложимо), организиране на срещи с актьорския състав, интервюта и други.

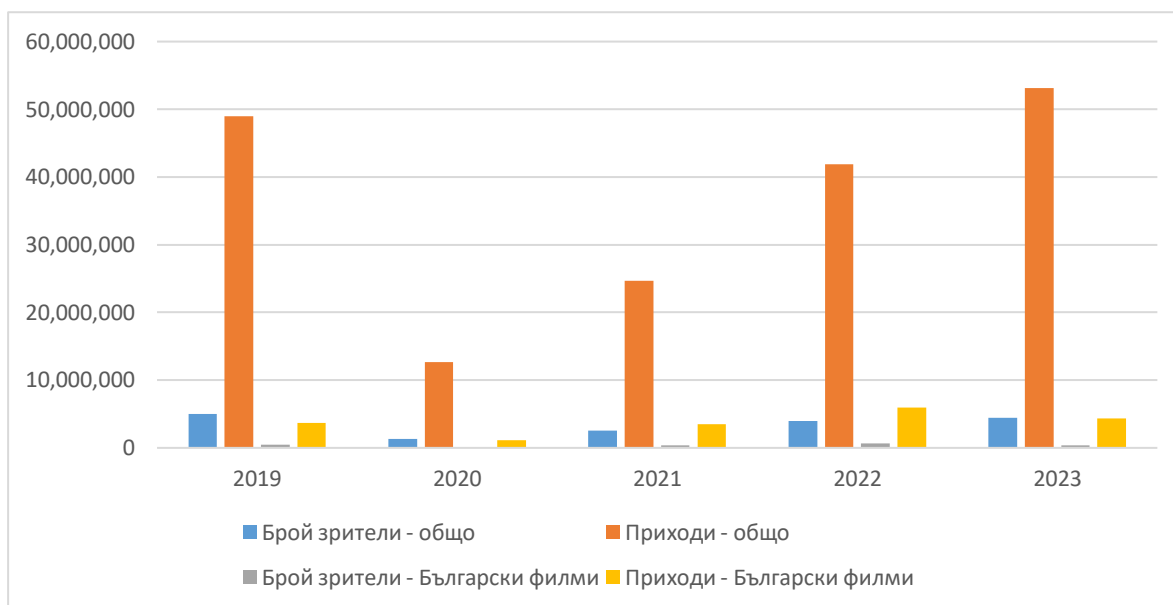
Основни участници в разпространението и показва на завършения филмов продукт са организациите, осъществяващи кинопоказ. Те способстват филмовия продукт да бъде

¹² **Тийзърът** е кратък аудиовизуален субпродукт, който служи за представяне на подбрани кадри от филма, целящи да създадат впечатление в аудиторията чрез въздействащи моменти от сюжета му.

¹³ **Трейлъърът** е аудиовизуален продукт, с по-дълго времетраене от тийзъра, който насочва вниманието на аудиторията към многопластовия сюжет на филма, позовавайки се на отбрани сцени, съдържащи по-дълги диалози и кадри.

излъчван в киносалоните и се явяват едновременно разпространители и ползватели на филмовия продукт.

Фигура. 3. Данни от киноразпространението на българските филми за 2019-2023 г.



Източник: НФЦ

Съгласно данните на НФЦ, през 2019 година се бележи най-висока посещаемост, като общият брой на зрителите в българските кина достига над 5 милиона души, а брутният приход от почти 50 милиона лева. За същата година се бележи и най-висока посещаемост на зрителите само на български филми, достигаща почти половин милион зрители и брутен приход от 3,7 милиона лева. Резултатите за тази година показват постоянен интерес на публиката към българското кино.

Следващата 2020 година обаче е белязана от значителен спад в посещаемостта, който се дължи на пандемията и свързаните с нея ограничения. Съгласно статистическите данни, броят на зрителите се понижава до 1,3 милиона, а брутният приход спада на 12 милиона лева. През 2020 зрителите, посетили киносалоните, за да гледат български филми се понижава до 136 974, а брутният приход до 1 милион лева. Това представлява над три пъти по-малко зрители и приходи в сравнение с предходната година.

През 2021 година се наблюдава възстановяване на посещаемостта след спада през 2020 г. Броят на зрителите се увеличава до 2,5 милиона, което е близо до половината от нивата от 2019 г. Брутният приход също се увеличава, достигайки над 24 милиона лева. Въпреки това, тези резултати все още са под постигнатите резултати от 2019 г. За същата

година зрителите на български филми се увеличават до 410 хиляди, а брутният приход достига малко над 3,5 милиона лева.

За 2022 година се наблюдава продължаващо възстановяване на киноиндустрията. Броят на зрителите по българските киносалони достига почти 4 милиона, което е значително увеличение спрямо 2021 г. Брутният приход също нараства и достига 41 милиона лева. Броят на зрителите на български филми достига 644 хиляди души, а брутният приход – 6 милиона лева. От друга страна, статистическите данни **за 2023 година** бележат нови рекорди за периода. Броят на зрителите, посетили киносалоните в България достига 4,5 милиона души, което почти надминава резултата от 2019 г. Брутният приход също достига рекордните 53 милиона лева. Това показва, че българската филмова индустрия и в частност филмовото производство предназначено за кинопоказ се е възстановило напълно от пандемията и дори се стреми към повишаване на производителността, качеството на продукцията и резултатите си. През 2023 г. броят на зрителите на български филмови заглавия е 410 785, което е малко под нивата от 2022 г., но все още е сравнително висок резултат. Брутният приход също е стабилен и достига 4,3 милиона лева. Това показва, че киноиндустрията успява да задържи постигнатите през предходната година резултати.

Представените данни за посещаемостта и приходите в българските киносалони за периода 2019-2023 г. показват значително влияние на пандемията от COVID-19. През 2019 г. се наблюдава най-голям брой на зрителите и съответно приходите, докато през 2020 г. се отчита рязък спад от над 50% и по двете направления. Това се дължи на въведените противоепидемични мерки, които ограничават възможностите за посещение на киносалоните. През следващите години се наблюдава постепенен възстановителен процес, като през 2023 г. се отчита увеличение на посещаемостта с около 15% спрямо предходната година, достигайки нива, близки до тези от 2019 г. Въпреки това, приходите през 2023 г. са все още под тези от 2019 г., което може да се дължи на инфлацията, водеща до промени в ценообразуването или на предпочитанията на зрителите. През 2023 г. се наблюдава най-висока активност в производството на филми, което е положителна тенденция за българското кино.

Анализът на данните за посещаемостта на български филми показва, че въпреки общия спад през 2020 г., през последните години се наблюдава тенденция към стабилизиране и дори леко увеличение на интереса на зрителите към местната

кинопродукция. Това предполага, че българското кино успява да създава все по-качествени и привлекателни филми, които отговарят на вкусовете на съвременната публика.

В контекста на сравняване на успеха на българските филмови продукции, следва да се обърне внимание на едно от последните заглавия, създадено от български продуценти, което надминава резултатите на всички показвани до момента заглавия на българския киноекран. Съгласно данни на НФЦ¹⁴, резултатите от боксофиса към четвъртата седмица след официалната премиера, оглавява пълнометражният филм „Гунди - Легенда за любовта“ с над 500 хиляди зрители. Само за първата седмица брутният приход достига до над 1,4 милиона лева, а към четвъртата седмица на екран, приходите са приблизително 7 милиона лева. В тази статистика не влизат предпремиери и частни излъчвания на филма, както и предоставени покани за пред- и премиерата на продукцията. Предвид това, че филмът все още е в период на излъчване, се очаква тези стойности и резултати да бъдат все по-високи.

С цел по-точен анализ е важно да се отбележи, че „*Финансирането на „Гунди – легенда за любовта“ е изцяло с частни инвеститори и с лични средства.*“¹⁵ За територията на България, това е един от малкото примери за филмова продукция, реализирана чрез алтернативен на държавната помощ модел. Средствата, получени от инвеститори, респективно са въпрос на договорка между страните и не могат да бъдат обект на изследване и статистика.

Успехът, дори и само за първата седмица на филма „Гунди - Легенда за любовта“, е показател, че българското филмопроизводство е способно да издава интересни, гледаеми, качествени и високорезултатни продукции. От друга страна, показва, че частното финансиране може да бъде успешна алтернатива на държавното такова, но предвид риска от ниска възвращаемост на вложените средства, на този етап в България това ще остане слабопредпочитан метод за набиране на средства.

Фактори, влияещи върху реализацията на филмов продукт, на база на изследването

- **Участници в създаването на филмов продукт**

Ролята на продуцентите, сценаристите и режисьорите е от съществено значение за успеха на един филм. Тези фигури играят ключова роля в процеса на създаване, осигуряване

¹⁴ Данните са достъпни на сайта на НФЦ - <https://www.nfc.bg/статистика-публичен-регистър/box-office/>

¹⁵ Георгиева, З., (2024), С бюджет от 4 млн.лв. започват снимките на филм за Гунди, електронно списание „Forbes“

на финансиране и разпространение на филмовите продукции. Към 2024 г. се отчита нарастване на вписаните независими продуценти, а именно над 900 независими продуценти¹⁶.

- **Участници в реализирането на филмов продукт**

Маркетингът и промоцията са важни фактори за успеха на филмите, които както беше споменато в началото на настоящата статия, вървят като паралелен процес с работата по реализиране на филмовия продукт. Ефективните маркетингови кампании могат да привлекат по-голяма аудитория и да увеличат приходите от кинопрожекции и показ. Дори добре финансирани филми могат да се провалят, ако не бъдат ефективно промотирани и разпространени. Това подчертава важноста на маркетинговите стратегии и добрата дистрибуция.

- **Държавна подкрепа**

Финансирането е ключов фактор за успеха на българските филми. Държавната подкрепа чрез фондове и програмни схеми на Националния филмов център играе значителна роля в осигуряването на средства за по-висококачествено производство и разпространение на филми. Наблюдава се положителна корелация между държавното финансиране и филмовото производство. За периода на изследване увеличаването на средствата, отпуснати от НФЦ, е съпроводено с нарастване на броя на произведените филми и общите приходи от кинопоказ. Това свидетелства за важноста на държавната подкрепа за развитието на българската филмова индустрия.

- **Алтернативни модели на финансиране**

Освен държавната подкрепа, както е уточнено в уводната част на статията, филмите могат да се финансират и чрез банкови кредити, особени залози, частни инвеститори, спонсори, меценати или лични средства. Предвид това, че набирането на финансови средства за израждане на бюджет за филм е обект на договорка между продуцента и финансиращия субект, не може да бъде изведено статическо изследване за реализирането на филмови продукти, създадени с такива средства, за страната. Също следва да се отбележи, че следването на този модел за финансиране не е често срещана практика в България, предвид което не може да бъде утвърдена дефиниция или рамка за успешно реализирани филмови продукти.

¹⁶ Данните са актуални към ноември, 2024г., съгласно справка в публичния регистър на независимите продуценти на Национален Филмов Център, достъпно на: <https://www.nfc.bg/статистика-публичен-регистър/единен-публичен-регистър/>

Заклучение

В заключение, изследваната проблематика и изведени статистически данни показват, че българското филмопроизводство демонстрира динамичност и потенциал за развитие. Това подчертава необходимостта от по-ефективни стратегии за разпространение и популяризация на българските филми, респективно привличане на повече финансиращи единици, за да се осигури по-голямо присъствие в кината и по-добър финансов успех за повече от произведените заглавия.

За целите на подобряване на филмовата индустрия в цялост, могат да се приложат по-гъвкави схеми на финансиране, в това число **да се зложат по-високи бюджети** по перо „промоция и разпространение“. Видно от проведеното изследване, един от открояващите се проблеми е липсата на предвидени финансови инструменти, в подкрепа на маркетинга и промоцията на финализирания филмов продукт. Осигуряване на допълнителни средства за маркетингови кампании, които да популяризират българските филми както на местния, така и на международния пазар биха довели до значителни разлики в положителен аспект в боксофисите. В резултат на изследването може да се заключи, че авторовата теза е потвърдена относно необходимостта от залагане на по-високи бюджети за маркетинг и промотиране на филмовите продукти.

Отчитайки необходимостта от разнообразие на филмовите проекти и съответните разходи за създаването им и съгласно изведените статистически данни, доказващи повишаване на производителността на филми за разглеждания период, авторовата теза, че успешната пазарна реализация на филми е пряко зависима от осигуряването на финансиране се потвърждава.

Изведеният пример за реализация и разпространение на филма „Гунди - Легенда за любовта“ също допринася за потвърждаване на авторовата теза, че при осигуряването на достатъчно финансиране се повишава качеството на крайния продукт, доколкото това може да бъде дефинирано.

Важна стъпка е и да се работи в посока укрепване на връзката между създателите на филми и организациите, отговарящи за разпространение на филмовите продукти, с цел постигане на по-широко разпространение на българските филми не само в страната, но и в чужбина. Чрез прилагането на тези мерки може да се постигне по-ефективно използване на държавните средства и да се стимулира развитието на българското кино. Въпреки предизвикателствата, филмовата индустрията успява да поддържа положителна тенденция,

която показва, че българското филмопроизводство има бъдеще и може да се конкурира успешно на международния пазар.

Използвана литература

Борисов, Б., Борисова, В. (2015), Интелектуална собственост, София, ИК-УНСС, ISBN 978-954-644-809-5;

Георгиева, З., (2024), С бюджет от 4 млн.лв. започват снимките на филм за Гунди, електронно списание „Forbes“;

Зафирова, Ц., (2013), РОЛЯТА НА ПУБЛИЧНИТЕ ИНСТИТУЦИИ ЗА ПОВИШАВАНЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА БЪЛГАРСКОТО ФИЛМОВО ПРОИЗВОДСТВО, София , Годишник на НБУ, ISBN 1313-4760;

Krushkov, N., Krushkova, R. (2024), COMPETITIVENESS AS A RESULT OF CREATIVITY AND INNOVATION, Strategies for Policy in Science and Education, Volume 32, Number 1s, p.7 ,Az-buki, <https://doi.org/10.53656/str2024-1s-1-com>;

Начев, И., (2018), Етапи на филмовата индустрия, научно електронно списание „Net Science” бр. 3, ISSN: 2535-1362;

Начев, И., (2018), Продукт на филмовата индустрия, научно електронно списание „Net Science” бр. 3, ISSN: 2535-1362;

Nachev, I., (2024), CHAIN OF TITLE OF A FILM OR OTHER AUDIOVISUAL WORK, Strategies for Policy in Science and Education, Volume 32, Number 1s, p.139 ,Az-buki, <https://doi.org/10.53656/str2024-1s-11-cha>;

Закон за филмовата индустрия, Обн. ДВ. бр.105 от 2 Декември 2003г., изм. ДВ. бр.79 от 17 Септември 2024г.;

Закон за радиото и телевизията, Обн. ДВ. бр.138 от 24 Ноември 1998г., изм. ДВ. бр.42 от 14 Май 2024г.;

ПРАВИЛНИК за прилагане на Закона за филмовата индустрия, обн., ДВ, бр. 102 от 11.12.2018 г. и изм. от 5.01.2024 г.

<https://www.nfc.bg/>;

<https://www.nsi.bg/bg>.

STATE INSTITUTIONS IN THE MARKET SALE OF FILM PRODUCTS IN BULGARIA

Eleonora Ivanova/ Eleonora Ivanova¹⁷

Abstract

The subject of this study is the correlation between the financing and the marketing of full-length film products in Bulgaria during the period 2019-2023. The aim of the paper is to explore the role of state institutions as financing entities, financing models, their influence on the creative process and the market success of films. The analysis shows that state funds and programmes play a key role in financing Bulgarian film production, providing a significant part of the funds for full-length film production, but also reveals the challenges associated with finding funding and completing film projects. The lack of sustainable mechanisms for the distribution and promotion of Bulgarian films limits their market success and potential for return on investment, which in turn is reflected in intellectual property competitiveness indicators.

Keywords: intellectual property, cultural industries, film production, film industry financing

JEL: O34, Z1

¹⁷ Eleonora Ivanova is a PhD student at the Department of Intellectual Property and Technology Transfer, Business Faculty of UNWE., eleonora.ivanova@unwe.bg

Introduction

The film industry, as a segment of the cultural industries and its creative products, forming the creative part of the intellectual property system, have an important role in maintaining and developing the cultural and social policies of the country and satisfying the needs for spiritual and cultural enhancement of its beneficiaries - the recipients of the art. As Borisov and Borisova (2015, p. 407) share, "*The concept of artistic property is built on the balance between the public interest in consumption of author's creativity and the author's private interest in returns from this consumption.*"

This article has a practical focus on relevant research and business units, presenting statistical data sorted by years on funding granted by the responsible state institutions to support the creative industries.

The purpose of the article is to investigate the role of state institutions as funding entities, funding models, their influence on the creative process and the market success of films. **Subject of the research** is the correlation between the financing institutions and their influence on the final creative product, and its main marks for high results, namely viewership and return - the income from realization and realized cinema screening, and its **object** is full-length film productions.

The author's thesis is that the assurance of sufficient funding and the investment of resources by the state institutions for the purpose of production and distribution of full-length films, leads to an increase in the quality of the final products, respectively to higher productivity and the establishment of good practices for marketing in the film industry.

The research is **limited** from the period of 2019 until 2023, including only the full-length film productions produced on the territory of the Republic of Bulgaria. Short-length, medium-length productions, as well as episodic ones, remain outside the scope of analysis.

Nature of film products

Film products are the creative results of the invested intellectual and physical labor of the participants in the film industry. There is no definition of the term "film product" in the current legislation of the Republic of Bulgaria. The closest definition of the film product can be found in the text of § 1, para. 1 of the Additional Provisions of the Law on the Film Industry of the Republic of Bulgaria, stating that a film is "*the final product of artistic and specific technical activities, the result of which is the creation of a work consisting of a series of connected images, fixed on a material medium and perceived as moving picture, whether or not with synchronized sound, intended for distribution, display or broadcast.* **According to their type, the films are: feature,**

documentary and animation, and according to their duration, the films are short, full-length and series . Given the legislative framework, the author considers that the concept should be interpreted more broadly, perceiving that the film product is any audio-visual work with a duration of more than 23 minutes ¹⁸, without imposing a limitation on the type, genre and origin of the production.

Guided by the texts laid down in the ZFI and for the purposes of this article, the author proposes the current non-exhaustive classification according to the following criteria:

1. ***According to the duration.*** As already specified, according to the ZFI, films are divided into:

1.1.Full-length – over 70 minutes;

1.2.Short - up to 40 minutes.

The author believes that the concept of "medium-length film" should also be defined, namely any film with a duration of more than 40 and less than 70 minutes, including the final credits of the team.

2. ***According to the form of realization.*** The realization of a film product covers the entire process of creation, editing and post-production until its completion, i.e. when the film is ready for distribution. The forms of realization can be categorized in different ways, but the author considers only those contributing to the market realization of the finished product, namely through the ways of its distribution:

2.1.Through a cinema screening ;

2.2.By broadcasting on television;

2.3.Through digital platforms such as "watch on demand"¹⁹.

2.4.Through copies of physical media – DVD , Blu - ray and others.

3. ***According to the budget*** . The legislative framework does not divide film products according to this criterion, therefore the author adopts the generally accepted criteria for budgeting, namely:

3.1.A low-budget film - spending the lowest possible and limited budget, and for Bulgaria this threshold is below half a million BGN.

3.2.Medium-budget film - the budgets of these films are around one million BGN.

3.3.A high-budget film - its costs range from a few million to tens of millions.

¹⁸For the purposes of the present research, the author perceives a minimum duration of the production, according to the permissible projects for state support, in connection with Art. 41 of the Regulations for the Implementation of the Law on the Film Industry.

¹⁹Watch on demand “ in a literal translation from English means “Viewing on demand”. These digital platforms allow users to select and watch audio-visual content at any time, without the limitations of traditional television broadcasting.

Given the economic profile of the Republic of Bulgaria, such films are very rare, and their budget starts at around one and a half million BGN.

Models and sources of financing for film production in Bulgaria

The success of a film product at the box office is a result not only of the quality of the created product, but also of the marketing strategies and the target audience for which it is intended. Films receiving significant state support often have a larger budget granted for advertising and promotional activities, which should increase their chances of successful realization. In the context of globalization, the interaction between different financing models and the effectiveness of marketing strategies are decisive for attracting an audience and ensuring long-term interest in film titles created by production houses or independent producers.

The financing of film products plays a key role in their successful implementation at a later stage, respectively the results at the box office - both on the national and international markets. Funding options can range from project self-financing, where independent producers assume the risk themselves, to fully external financing, where government support is relied upon to provide financial incentives and resources, or a combination of the above two. State support often takes the form of funds or projects that support the production of films of cultural value and also increase the visibility and distribution of Bulgarian film titles on the international market.

Creating a film product is an incredibly long and expensive process, so the key issue is finding opportunities to finance the production in the preparatory stage. Internationally, a large number of film products created by production houses such as Universal Pictures or Warner Brothers follow the model of relying on own funds acquired from previously commercialized films or derivatives to create a new product ²⁰on them products. Given this, good preparation, the availability of sufficient funds and human resources are a prerequisite for the realization of high-quality productions, which will subsequently have the necessary financial return. The sources of financial means for the creation and realization of a full-length film product can be traditional, such as state funds or projects, bank loans, funds from sponsors, donors, patrons or personal ones.

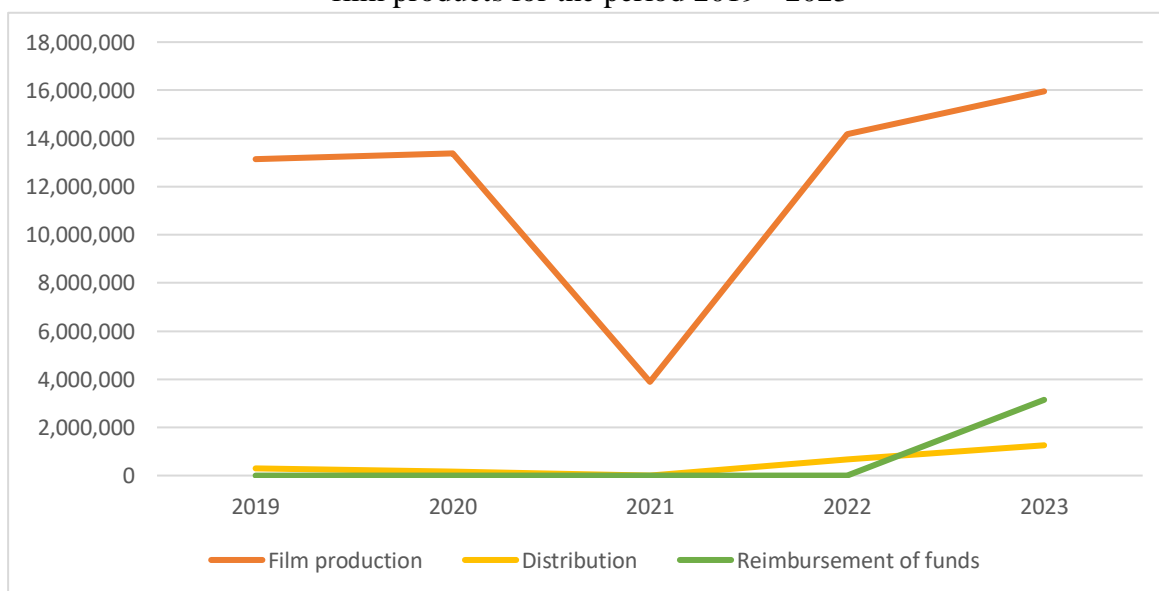
Government funding is a traditional model that includes direct budgetary support through granting grants through programs, projects or schemes, for which the project proposals follow specific objectives, qualitative and quantitative requirements. In Bulgaria, the financing of a film product can be carried out through the National Fund "Culture" (NFC) and the Executive Agency

²⁰Derivative productions are all secondary audiovisual products, such as series or reality shows, inspired and written by the original plot of the film.

"National Film Center" (EA NFC), which redistribute the budget previously set by the Ministry of Culture. In the present study, the activities of the Executive Agency "National Film Center" will be taken into account, which is responsible for supporting, coordinating film production, film production, distribution and screening of films, financing the creation, distribution and presentation of Bulgarian films for the whole world, as well as and to push policies to stimulate film culture in the country.

For the purpose of creating a film product, writing or developing a screenplay is of prime importance, which in turn is preceded by coming up with an idea or concept of the story that will be recreated afterwards. Deployment of the script idea is a creative process that involves one or more screenwriters. In parallel with the work on finalizing the text of the script, the producer should ensure a minimum budget with which work can begin on the production photos. The source of the funds is most often the EA National Film Center, which for the past five years has granted a large amount of funds to the production of film titles, but almost none to their distribution, according to the Figure below.

Figure 1. Financial assistance provided by the EA NFC for the production and distribution of film products for the period 2019 - 2023



Source: EA NFC

During the period 2019-2023 The EA NFC has granted almost BGN 60 million to film production, including productions at the preparatory stage, resp. in the process of preparing a script. At the same time, the Agency granted significantly less funds for distribution and cinema screening, namely a little over BGN 1 million for the entire period. According to Krushkov and

Krushkova (2024, p. 7) " *State policies should create strategic synergy whereby creativity is developed, encouraged and supported in all fields*". According to the author, this thesis is generally valid for all creative industries. In this case, however, in the distribution of funds in the Republic of Bulgaria for the film industry, there is a clear discrepancy between good practices and actions. According to the EA NFC's public annual reports ²¹for the period between 2019 and 2023, the following grants have been provided under support schemes in the indicated directions.

Under the 2010-2017 support scheme nearly BGN 1.5 million was granted for film production. For the relevant research period, **no funds were granted for the distribution, screening and promotion** of Bulgarian films at international and national film festivals, weeks and panoramas of Bulgarian cinema.

Under the 2018-2020 support scheme, the Agency has financed film production with nearly BGN 30 million for project development, script writing and film production. For the same period and under the same scheme, support for the distribution and screening of films amounts to BGN 440,000 . After the renewal of the scheme, **for the period from 2021 to 2023**, the funds provided for film production are a little over 29 million BGN, while in the "*distribution*" section there are 1.2 million BGN. For the same period, the NFC also provides state funds under a scheme for reimbursement of costs for film production, but for the specified period funds in the amount of BGN 3 million were granted only in 2023.

As Zafirova (2013, p.33) states in her monograph, "*Bulgarian film production began to operate entirely on a project basis - on the basis of competitions for the creation of feature, documentary and animated films. This results in low administrative costs.*" Precisely because of the opposite hypothesis - high administrative costs, the model of financing through a loan from a bank or other financial institution, requiring participation in long administrative procedures, provision of a pre-prepared project plan and additional documentation, is more risky and less preferred for the creators of movie content. On the other hand, the probability of disbursement of funds is significant, since creative products do not follow a linear scheme of realization and the risk of bankruptcy is too high.

In view of the above, it can be concluded that finding funds is a laborious task, because investing them in a completely new production for the audience carries a risk of lack of return for the investor. The author considers the thesis of Nachev (2024, p. 139) to be valid: "*Of paramount importance for the development of creative industries, and in particular the film industry, is the*

²¹Detailed information is available at: <https://www.nfc.bg/za-nas/annual-report/>

ability of each to successfully sell its products, which allows for a return on the investments made and the freedom to invest in the creation of new products.”

On the other hand, *"the budget is not always a measure of quality"* (Nachev, I., 2018). It should be noted that a large part of the cost of creating a film is spent on the selection and, accordingly, the hiring of actors, locations, equipment, specialists and secondary persons in the team, the rest is spent on post-production activities, promotion and distribution. The analysis of the data for the last five years, however, shows a frequent neglect of the allocation of funds under the "promotion and distribution" category.

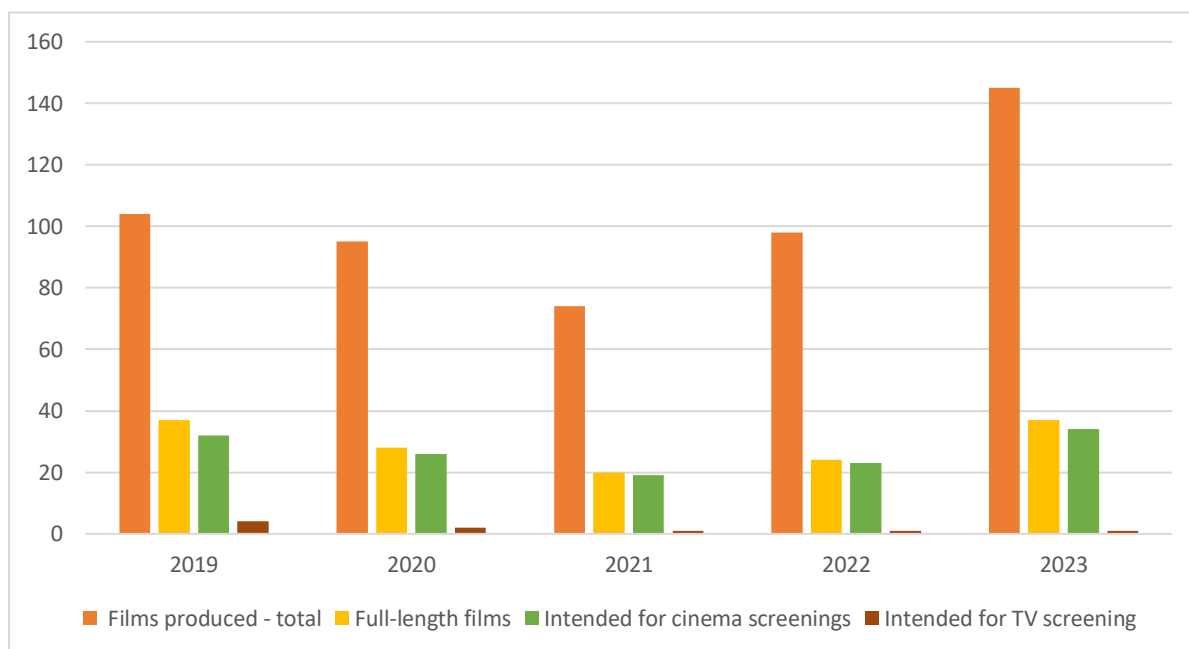
Therefore, the producer is forced to look for **alternative ways of obtaining funds**, as the most common way to supplement the budget is using the so-called *"product positioning"* . By strategically placing in the scenes recognizable products or those that will enter the market in which the film will be distributed, the producer can secure additional funds to the main budget. For Bulgaria, definition of the term "product positioning" is contained in Art. 74, para. 4 of the Radio and Television Act, which states that *"product placement is a form of commercial communication that is the inclusion or mention of a product, service or trademark in a broadcast or user-generated video for payment or other similar consideration."*, which in turn leads to cross-promotion of the film and the advertised product.

In the context of alternative financing, in the film industry it is possible to obtain a bank loan against the so-called *"special bet"*, where instead of traditional property and financial assets, creative products as an **intangible asset**, serve as collateral or guarantee for obtaining financial support.

Production of film products

The figure presents the dynamics of film production in Bulgaria for the period 2019-2023, and films are considered according to criteria - total number, full-length, intended for cinema screenings and intended for television screening.

Figure 2. Production of films in Bulgaria for the period 2019-2023



Source: National Statistical Institute, available at:

<https://www.nsi.bg/bg/content/3631/proizvedeni-filmi>

As can be seen from the statistics, in 2019 a total of 104 films were produced, with a total value of 47 million. leva. The distribution by types of films shows that there are 37 full-length films, of which 32 are intended for cinema screenings and 4 for television. There is a decline in the values for 2020, as out of a total of 95 produced films worth over 32 million. BGN, there are only 28 full-length films, almost all of which are intended for cinema screenings – 26, and only 2 for television. Their value is slightly over 21 million leva.

In 2021 74 films were produced with a total value of 24 million. BGN, of which 20 are full-length films with a total value of BGN 10 million. leva. 19 were produced for cinema and 1 was intended for television. In 2022 - a total of 98 films worth 39 million BGN, there are 24 full-length movies worth BGN 21 million. leva, 23 of which are intended for cinema screenings, and 1 for television. In 2023 there is an increase in the production of film products in Bulgaria - a total of 145 films with a total value of 31 million were produced. leva. The distribution of films by category shows that feature films are 37 and account for the bulk of the value, amounting to 27 million. leva. Of these, 34 films were intended for cinema screening, and 1 for television.

The analysis of the data on the production of films in Bulgaria in the period 2019-2023. shows that the film industry is a dynamic and often changing industry. The total number of feature films produced remained relatively stable in the period under review. There is a trend towards a

greater number of films intended for theatrical release compared to those for television broadcast. Feature films, although fewer in number, represent a significant portion of the total value of film production. In 2023 there was a significant increase in the number of films produced, which suggests a positive dynamic in the film production sector.

Given that the time frame studied also includes the COVID-19 pandemic that began in 2020, a significant impact on film production in Bulgaria stands out. Compared to the previous year 2019, there was a slight decrease in the total number of films produced and the total production value. In 2021, as the restrictions continue, a big drop in film production is clearly seen, reaching half of 2019. This is due to the restrictions imposed by the pandemic, which lead to the difficulty of filming processes and to the postponement or cancellation of projects. However, the trend indicates that there is an increase in film production, according to statistics for the coming years.

Participants in the market realization of a film product

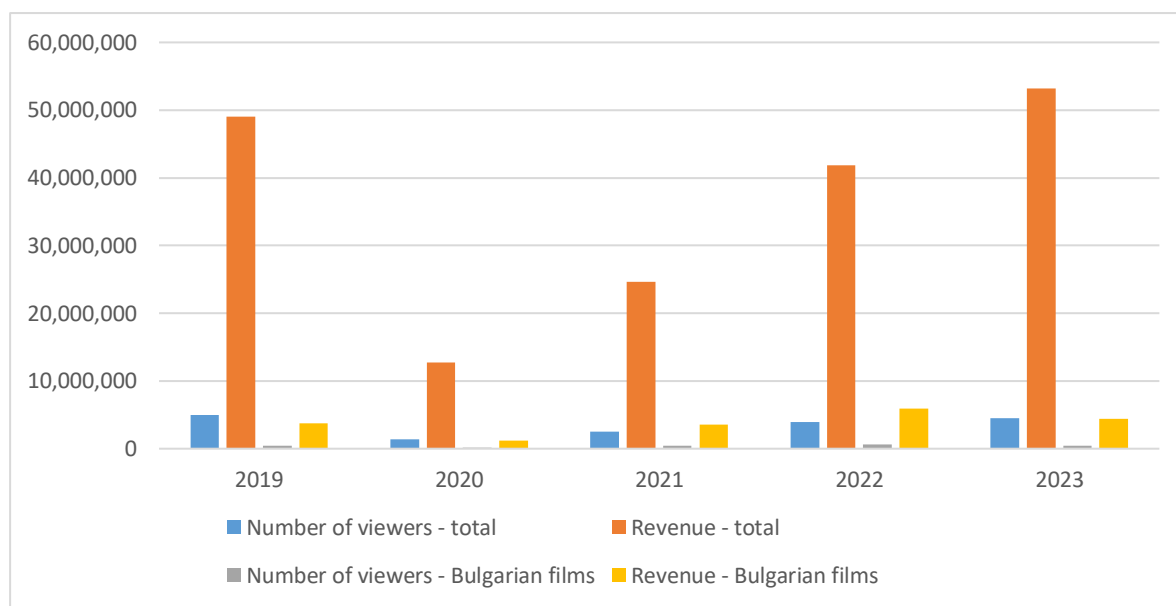
It is a common perception that the realization of a film product consists only in the act of broadcasting the film in cinemas. In practice, its implementation begins with a promotion campaign, including the distribution of teasers ²², while the film is in the process of production, and subsequently, before its finalization, a trailer is also distributed ²³through all possible communication channels of the production. Alongside the above, the marketing team should also cover promotion through print advertising (if applicable), arranging cast meetings, interviews and more.

The main participants in the distribution and showing of the finished film product are the organizations that carry out cinema screenings. They facilitate the release of the film product in cinemas and are both distributors and users of the film product.

²² **A teaser** is a short audio-visual sub-product that serves to present selected shots of the film, aiming to create an impression on the audience through impactful moments of its plot.

²³ **The trailer** is an audiovisual product, longer in duration than the teaser, that directs the audience's attention to the film's multi-layered plot by referring to selected scenes containing longer dialogues and shots.

Figure. 3. Data from the cinema distribution of Bulgarian films for 2019-2023



Source: NFC

According to the data of the EA NFC, **the year 2019** saw the highest attendance, with the total number of viewers in Bulgarian cinemas reaching over 5 million people, and the gross income of almost BGN 50 million. For the same year, the highest viewership of Bulgarian films alone was recorded, reaching almost half a million viewers and a gross income of BGN 3.7 million. This year's results show a steady audience interest in Bulgarian cinema.

The following year 2020 is marked by a significant drop in attendance due to the pandemic and related restrictions. According to statistics, the number of viewers decreased to 1.3 million, and the gross income fell to BGN 12 million. In 2020, the number of viewers who visited cinemas to watch Bulgarian films decreased to 136,974, and the gross income to BGN 1 million. This represents over three times less viewers and revenue than the previous year.

2021 saw a recovery in attendance after the 2020 decline. Viewership increases to 2.5 million, close to half of 2019 levels. The gross income also increased, reaching over 24 million BGN. However, these results are still below the results achieved in 2019. For the same year, the audience of Bulgarian films increased to 410 thousand, and the gross income reached a little over 3.5 million BGN.

The year 2022 sees a continued recovery of the film industry. The number of viewers in Bulgarian cinemas reached almost 4 million, which is a significant increase compared to 2021. The gross income also increased and reached BGN 41 million. The number of viewers of Bulgarian films reaches 644 thousand people, and the gross income - 6 million BGN. On the other hand, the

statistics **for the year 2023** mark new records for the period. The number of viewers who visited cinemas in Bulgaria reached 4.5 million people, which almost surpassed the result of 2019. The gross income also reached a record 53 million BGN. This shows that the Bulgarian film industry, and in particular film production intended for cinema screening, has fully recovered from the pandemic and is even striving to increase its productivity, production quality and results. In 2023 the number of viewers of Bulgarian film titles was 410,785, which is slightly below the levels of 2022, but still a relatively high result. The gross income is also stable and reaches BGN 4.3 million. This shows that the film industry managed to maintain the results achieved in the previous year.

The presented data on attendance and revenues in Bulgarian cinemas for the period 2019-2023. show a significant impact of the COVID -19 pandemic. In 2019 saw the largest number of viewers and, accordingly, revenues, while in 2020 a sharp drop of over 50% is reported in both directions. This is due to the introduced anti-epidemic measures, which limit the possibilities of visiting cinemas. In the following years, a gradual recovery process is observed, such as in 2023. reported an increase in attendance of around 15% compared to the previous year, reaching levels close to those of 2019. However, the revenue in 2023 are still below those of 2019, which may be due to inflation leading to changes in pricing or viewer preferences. In 2023 the highest activity in film production is observed, which is a positive trend for Bulgarian cinema.

The analysis of the data on the attendance of Bulgarian films shows that, despite the general decline in 2020, in recent years there has been a tendency towards stabilization and even a slight increase in the interest of viewers in local film production. This suggests that Bulgarian cinema succeeds in creating increasingly high-quality and attractive films that meet the tastes of the modern audience.

In the context of comparing the success of Bulgarian film productions, attention should be paid to one of the latest titles created by Bulgarian producers, which surpasses the results of all titles shown on the Bulgarian cinema screen to date. According to data from the Bulgarian Film and Television Corporation ²⁴, the box office results as of the fourth week after the official premiere are headed by the full-length film "*Gundi - Legend of Love*" with over 500 thousand viewers. For the first week alone, the gross revenue reaches over 1.4 million leva, and by the fourth week on screen, the revenue is approximately 7 million leva. This statistic does not include previews and private screenings of the film, as well as invitations provided for the preview and

²⁴The data is available on the NFC website - <https://www.nfc.bg/statistika-publichen-registre/box-office/>

premiere of the production. Given that the film is still in the screening period, these values and results are expected to be increasingly higher.

For the purpose of a more accurate analysis, it is important to note that *"The financing of "Gundi - a legend of love" is entirely with private investors and with personal funds ."*²⁵ For the territory of Bulgaria, this is one of the few examples of a film production realized through an alternative to state aid model. The funds received from investors are respectively a matter of agreement between the parties and cannot be the subject of research and statistics.

The success, even just for the first week of the film *"Gundi - Legend of Love"*, is an indicator that the Bulgarian film industry is capable of producing interesting, watchable, quality and high-result productions. On the other hand, it shows that private financing can be a successful alternative to state financing, but given the risk of low return on invested funds, at this stage in Bulgaria this will remain a less preferred method of raising funds.

Factors affecting the realization of a film product, based on the study

- **Participants in the creation of a film product**

The role of producers, writers and directors is essential to the success of a film. These figures play a key role in the creation, financing and distribution of film productions. By 2024 an increase in registered independent producers is reported , namely over 900 independent producers²⁶.

- **Participants in the realization of a film product**

Marketing and promotion are important factors for the success of films, which, as mentioned at the beginning of this article, run as a parallel process with the work of realizing the film product. Effective marketing campaigns can attract a larger audience and increase the revenue from cinema screenings and exposure. Even well-financed films can fail if they are not effectively promoted and distributed. This highlights the importance of marketing strategies and good distribution.

- **State support**

Financing is a key factor for the success of Bulgarian films. Government support through National Film Center funds and program schemes plays a significant role in providing funds for higher quality film production and distribution. There is a positive correlation between government funding and film production. Over the study period, the increase in funds granted

²⁵Georgieva, Z., (2024), With a budget of BGN 4 million. Filming begins on Gundy, e-magazine "Forbes"

²⁶The data are current as of November 2024, according to a reference in the public register of independent producers of the National Film Center, available at: <https://www.nfc.bg/statistika-publichen-registre/edinen-publichen-registre/>

by the NFC was accompanied by an increase in the number of films produced and the total box office receipts. This testifies to the importance of state support for the development of the Bulgarian film industry.

- **Alternative financing models**

In addition to state support, as specified in the introductory part of the article, films can also be financed through bank loans, special bets, private investors, sponsors, patrons or personal funds. Given that the raising of funds for the development of a film budget is the subject of a contract between the producer and the financing entity, a static study cannot be derived for the realization of film products created with such funds for the country. It should also be noted that following this funding model is not a common practice in Bulgaria, therefore no definition or framework for successful film productions can be established.

Conclusion

In conclusion, the investigated issues and derived statistics show that Bulgarian film production demonstrates dynamism and potential for development. This highlights the need for more effective strategies for the distribution and promotion of Bulgarian films, respectively attracting more funding units to ensure a greater presence in cinemas and better financial success for more of the titles produced.

For the purposes of improving the film industry as a whole, more flexible schemes can be implemented funding, **including higher budgets** for promotion and distribution. As can be seen from the conducted research, one of the outstanding problems is the lack of planned financial instruments to support the marketing and promotion of the finalized film product. Providing additional funds for marketing campaigns to promote Bulgarian films both domestically and internationally would make a significant positive difference at the box office. As a result of the research, it can be concluded that the author's thesis has been confirmed regarding the need to invest higher budgets for marketing and promotion of film products.

Taking into account the need for a variety of film projects and the corresponding costs for their creation, and according to the statistical data presented, proving an increase in the productivity of films for the considered period, the author's thesis that the successful market realization of films is directly dependent on the provision of financing is confirmed.

The given example of the realization and distribution of the film "*Gundi - Legend of Love*" also contributes to confirming the author's thesis that providing sufficient funding increases the quality of the final product, as far as this can be defined.

An important step is to work towards strengthening the relationship between film makers and the organizations responsible for the distribution of film products, with the aim of achieving a wider distribution of Bulgarian films not only in the country, but also abroad. Through the implementation of these measures, a more efficient use of state funds can be achieved and the development of Bulgarian cinema can be stimulated. Despite the challenges, the Bulgarian film industry manages to maintain a positive trend, which shows that Bulgarian film production has a future and can compete successfully on the international market.

References

Borisov, B., Borisova, V. (2015), Intellectual Property, Sofia, IC-UNSS, ISBN 978-954-644-809-5;

Georgieva, Z., (2024), With a budget of BGN 4 million. Filming begins on Gundi, e-magazine " Forbes ";

Zafirova, Ts., (2013), THE ROLE OF PUBLIC INSTITUTIONS IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE BULGARIAN FILM PRODUCTION, Sofia, NBU Yearbook, ISBN 1313-4760;

Krushkov, N., Krushkova, R. (2024), COMPETITIVENESS AS A RESULT OF CREATIVITY AND INNOVATION, Strategies for Policy in Science and Education, Volume 32, Number 1s, p.7 ,Az-buki, <https://doi.org/10.53656/str2024-1s-1-com>;

Nachev, I., (2018), Stages of the Film Industry, scientific electronic journal " Net Science " no. 3, ISSN : 2535-1362;

Nachev, I., (2018), Product of the film industry, scientific electronic journal " Net Science " no. 3, ISSN : 2535-1362;

Nachev, I., (2024), CHAIN OF TITLE OF A FILM OR OTHER AUDIOVISUAL WORK, Strategies for Policy in Science and Education, Volume 32, Number 1s, p.139 ,Az-buki, <https://doi.org/10.53656/str2024-1s-11-cha>;

Film Industry Act in the Republic of Bulgaria, 2003;

Law on Radio and Television in the Republic of Bulgaria, 1998;

REGULATION FOR THE APPLICATION OF THE FILM INDUSTRY ACT in the Republic of Bulgaria, 2018;

<https://www.nfc.bg/>;

<https://www.nsi.bg/bg>.

БЕЛИТЕ БИОТЕХНОЛОГИИ КАТО ОБЕКТ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ

Десислава Денкова²⁷

Резюме

Тази статия е посветена на белите биотехнологии като същност и на възможностите за закрила чрез инструментите на интелектуалната собственост - патент и полезен модел. Обект на изследване са белите биотехнологии като същност, предмет: закрилата им като интелектуална собственост, по-конкретно чрез патент и полезен модел за територията на Република България. Целта на статията е да се направи теоретичен обзор на белите биотехнологии като иновационни продукти и тяхната закрила като обекти на интелектуалната собственост. Направено е патентно проучване за издадени патенти и регистрирани полезни модели в белите биотехнологии на територията на България.

Ключови думи: бели биотехнологии, интелектуална собственост, патент, полезен модел, пречистване на вода и въздух

JEL: Q53, O3, O340, L24

²⁷ Десислава Денкова е докторант към катедра „Интелектуална собственост и технологичен трансфер“ към Бизнес факултета на Университета за национално и световно стопанство (УНСС)
Dessislava_Denkova@unwe.bg

Увод

Началото е посветено на същността на биотехнологиите, тяхната значимост за съвременното общество и опит за класифициране многобройните направления, разработвани в сферата на биотехнологиите. Направен е преглед на възможностите за закрила на интелектуалната собственост в областта на биотехнологиите, включително на правната рамка на международно ниво и патентно проучване за белите биотехнологии за територията на Република България.

Обект

Белите биотехнологии като обект на интелектуалната собственост.

Предмет

Закрилата на белите биотехнологии чрез патент и полезен модел за територията на Република България.

Цел

Целта на статията е да даде теоретичен обзор на белите биотехнологиите като иновационни процеси и тяхната закрила като обекти на интелектуалната собственост, като създаде картина на теоретичната постановка, обясни спецификите и установи дали има иновационна активност за територията на Република България чрез регистрацията на патенти и полезни модели.

Методологическа рамка на белите биотехнологии като иновационна дейност и в икономическата система

Изследването съдържа теоретичен обзор на биотехнологиите и в частност на белите биотехнологии. Засегната е връзката на белите биотехнологии с околната среда и е направен кратък преглед на концепцията за кръгова икономика. Използван е също така илюстративен метод. Емпиричните данни и взетите примери са базирани изцяло на направено за целите на статията патентно проучване в базата данни на Патентното ведомство на Република България. Резултатите са анализирани и са изведени изводи, подкрепящи изследователската теза. Методологията на патентното проучване включва определяне на целите и предмета на проучването, източника на информация, обхвата и дълбочината на проучването. В настоящото изследване е използвана методика за проучване на интелектуалната собственост, състояща се от четири етапа:

1. Определяне на параметрите на проучването;

2. Търсене, подбор и систематизация на документация в ИС (систематизация на избраната информация);
3. Анализ на информацията, съдържаща се в документацията;
4. Формулиране на изводи и препоръки;

На първия етап са определени параметрите на проучването – предмет, обхват, дълбочина, информационни източници. При втория етап, за целите на изследването е извършено патентно проучване в базата данни на Патентното ведомство на Република България, която е достъпна онлайн²⁸. Патентното проучване е стъпило на методиката, използвана от проф. М. Маркова²⁹.

Изследователската теза, която се отстоява в статията, е че в областта на биотехнологиите има иновационна активност за територията на Република България за последните години, чрез регистрацията на патенти и полезни модели. Биотехнологиите дават широки възможности за положително въздействие върху околната среда и притежават мощен икономически потенциал, който може да бъде разгърнат благодарение на ефективната им закрилата като обекти на интелектуалната собственост. Закрилата на интелектуалната собственост на биотехнологиите е в основата на тяхната пазарна реализация и нашата цел е да разгледаме тяхната същност и правни рамки, като също така са разгледани ограниченията на изследването и направените изводи.

1. Преглед на биотехнологиите – определение, характеристики, класификация

Биотехнологиите представляват широка област на науката, включваща много различни дисциплини, предназначени да използват живи организми или техните продукти за извършване на ценни промишлени или производствени процеси или приложения, които решават различни индустриални и битови проблеми. Биотехнологиите са свързани преди всичко с биологичните науки, химичните науки, инженерните науки и произлезлите от тях нови научни отрасли като: биохимия, индустриална биология и индустриална химия. Терминът „биотехнология“ произхожда от комбинацията на думите „биология“ и „технология“ и започва да навлиза и да се използва в началото на 20-ти век, когато учените и инженерите започват да прилагат биологични процеси и организми за решаване на практически проблеми и създаване на нови продукти. Днес се наблюдава също активното

²⁸ <https://portal.bpo.bg/>

²⁹ Markova M., Intellectual property in the innovation activity of the construction business in Bulgaria for 10 year period, Списание „Недвижими имоти и бизнес“

използване на термина „биотехнология“ от Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР), която редовно публикува доклади и ръководства за биотехнологиите. В тази статия ще се съсредоточим преди всичко върху индустриалните биотехнологии и връзката им с околната среда. Биотехнологиите помагат за почистване на замърсени среди чрез биоремедиация, където микроорганизми разграждат токсични вещества. Също така се използват за мониторинг на околната среда и управление на отпадъците. Биотехнологиите са една от обещаващите връзки на околната среда и химическата промишленост, която може да произведе положителни ефекти и за двете страни. Значението на биотехнологиите нараства в последните години, иновациите в тази област имат потенциала да оформят бъдещето на човечеството в идващите десетилетия, особено що се отнася до здравеопазването, храните и продоволствената сигурност, земеделието, енергетиката и опазването на околната среда. Биотехнологиите се отнасят към живите организми – растения, животни, семена и микроорганизми, както и биологичен материал като ензими, протеини и др., които се използват при генното инженерство. Съгласно класификацията на Световната организация за интелектуална собственост (СОИС) биотехнологиите попадат в три категории: процеси по създаването или модификацията на живи организми и биологически материал, резултатите от тези процеси и използването на тези резултати³⁰.

Освен обещаващо бъдеще, биотехнологиите притежават и богато минало – производството на вино, хляб, сирена, кисело мляко и селектирането на сортове растения и породи животни датират от преди повече от четири хилядолетия. Историческите извори свидетелстват за използването на тези методи започвайки от 2000 г. пр. х. в Древен Китай и Древен Египет, Вавилон, Древна Гърция, Рим и т.н. Прехвърляйки се със скок напред във времето, 60-те години на миналия век бележат бързото развитие на генетиката и молекулярната биология довели до вълнуващи нови иновации и приложения в биотехнологиите. В последните години напредва разкриването на тайните на структурата и функциите на ДНК и се появиха нови технологии, които доведоха до клонирането на гени, възможността за идентифициране и възпроизвеждане на определени гени и съответно на генното инженерство, средството за манипулиране на ДНК на даден организъм, което и към момента е връх на постиженията в биотехнологиите. Трябва да се отбележи, че генното инженерство, включително

³⁰World Intellectual Property Organization, 2004, WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use, ISBN 9280512919

технологиите за интервенция на клетъчно и молекулярно ниво, въпреки възможностите, които дава, често е поставено под въпрос от морална гледна точка. Наред с това, все още не е изрично доказан ефектът от генетичното модифициране върху човешкото здраве и върху околната среда.

По отношение на разпространението, до скоро водещи в изследването и разработването на биотехнологии бяха развитите държави, но последните години показват ръст и от страна на развиващи се икономики (като примери могат да бъдат посочени Индия, Куба, Южна Африка).

Биотехнологиите могат да бъдат класифицирани по различен признак: в зависимост от равнището и устройството на организмите (на ниво организъм, тъканно, клетъчно, ензимно, ДНК и др.), в зависимост от направленията за използване на резултатите (медицината, земеделието, рибарството и аквакултурите, хранителната промишленост, химическата индустрия и др.) в зависимост от момента на създаване и въвеждане (класически, модерни и комбинирани). Тук ще използваме класификацията, дадена от проф. Маркова³¹ на традиционните и модерните направления, базирана на многокритериен подход:

- червени биотехнологии – биотехнологии в областта на човешкото здраве;
- зелени биотехнологии – биотехнологии в областта на новите сортове растения и породи животни;
- бели биотехнологии – биотехнологии в областта на създаването на нови продукти и технологични решения в индустриалната химия;
- сини биотехнологии – биотехнологии, занимаващи се с продуктите и организмите на морската биология;
- сиви биотехнологии – съчетава традиционни и модерни биотехнологични техники, насочени към опазване на околната среда;
- златни биотехнологии – биотехнологии, свързани с модерните направления биоинженерство, нанобиотехнологии и др.

³¹ Маркова М., (2010), Биотехнологии, интелектуална собственост, биоикономика, Университетско издателство „Стопанство“, София

Фигура 1. Дърво на биотехнологиите



Източник: авторова разработка

Биотехнологиите често се класифицират по "цветове" в зависимост от областите им на приложение. Цветовата класификация е за по-лесното разбиране на целите и въздействието на всяка от биотехнологиите. Цветовата класификация на биотехнологиите няма единен или официален произход, но постепенно се е развила като образователно и описателно средство за категоризиране на различните приложения на биотехнологиите в зависимост от областите им на употреба. Изначално класификацията е възникнала с академична и педагогическа цел през 90-те години, когато биотехнологиите започват бързо да се развиват и налагат на пазара. Изследователите и преподавателите за по-добра и по-лесна комуникация на своите постижения избират следните основни три цвята, към които ще се придържаме в настоящето изследване. Цветовете са избрани по начин, по който интуитивно да отразяват свързаните с тях теми:

- Зелено за природата (селско стопанство, околна среда).
- Червено за здравето (кръв, медицина).

- Бяло за промишлеността (неутралност, чисти процеси).

Наименованието „бяло“ е свързано с екологично устойчиви процеси и заместват традиционните индустриални практики, които често са вредни за околната среда. Белите биотехнологии също така могат да се отнасят до въздействието на антропогенните дейности върху околната среда.

Процъфтяващата биотехнологична индустрия спомага за структурирането на тази класификация, за да се определят ключовите икономически сектори. Тя се е превърнала в полезен инструмент за определянето на приоритетите в областта на научните изследвания и популяризиране на технологиите пред инвеститори, както и за насърчаване на междусекторното сътрудничество.

2. Бели биотехнологии – същност и примери

В това изследване авторът приема за своя работна дефиниция, че белите биотехнологии са най-често срещани като индустриални биотехнологии, които се фокусират върху прилагането на биологични средства (ензими, микроорганизми и др.) в промишлените процеси, за да ги направи по-ефективни, икономични и щадящи околната среда. Този клон на биотехнологията е от съществено значение за прехода към устойчива икономика, като замества традиционните замърсяващи процеси с алтернативи, базирани на възобновяеми ресурси.

Основните области на приложение на белите биотехнологии са производство на биогорива, като за пример се взема производство на етанол или биодизел от биомаса (царевица, захарна тръстика, селскостопански отпадъци). Захарите, съдържащи се в биомасата ферментират от микроорганизми (дрожди, бактерии), а от водорасли могат да се произвеждат и липиди, които да се превърнат в горива. Тези процеси водят до предимствата като намалени емисии на CO₂ в сравнение с изкопаемите горива и използване на възобновяеми суровини. Също така се прави синтез на химикали на биологична основа, като пример се взема производство на янтарна киселина или млечна киселина, използвани в производството на биоразградими пластмаси и химикали. Микроорганизмите превръщат захари или други субстрати в химични съединения чрез ферментация. Тези процеси водят до предимства като намаляване на енергоемките нефтохимични процеси и използване на възобновяеми суровини, като например селскостопански или горски отпадъци. Също така бели биотехнологии се използват и в производство на биопластмаси, за да дадем достъпен

пример през последните 20 години тези усилия са съсредоточени главно върху полиестерите на 3-хидроксикиселини (РНА), които се синтезират по естествен път от широк кръг бактерии. Тези съединения имат свойства, сходни със синтетичните термопластични материали и еластомери от пропилен до каучук, но се разграждат изцяло и бързо от бактериите, съдържащи се в почвата или водата. Най-разпространеният РНА е поли(3-хидрокси-бутират) (РНВ). Основното ограничение за комерсиализацията на такива бактериални пластмаси досега винаги е била тяхната цена, тъй като производството им е 5-10 пъти по-скъпо от това на полимери на петролна основа³². Все пак в това изследване ние няма да разгръщаме в детайли всички приложения на белите биотехнологии, а ще останем съсредоточени върху приложението им при пречистване на водата и въздуха.

Белите биотехнологии имат многобройни предимства, но бихме могли да изредим няколко от тях както следва:

- Намалено въздействие върху околната среда;
- По-малко емисии на парникови газове благодарение на по-чистите процеси;
- Намалена употреба на изкопаеми суровини;
- Използване на възобновяеми ресурси: биомаса (растения, водорасли, органични отпадъци) като суровина;
- Рециклиране на отпадъци в полезни продукти;
- По-малко енергоемки процеси: Биологичните процеси често протичат при температура и налягане на околната среда, което изисква по-малко енергия и биоразградимост;
- Белите биотехнологични продукти (биопластмаси, ензимни детергенти) често са биоразградими, което ограничава въздействието им в края на жизнения цикъл.

Приложението на белите биотехнологии е често срещано в дизайна на реактори за производство на биогорива и химикали. Теоретичната рамка на белите биотехнологии е тясно свързана с принципите на зелената химия. Те включват минимизиране на отпадъците, използване на възобновяеми ресурси и ниска енергийна консумация. Както вече казахме, белите биотехнологии намаляват замърсяването на околната среда, водят до енергийно по-евтини и по-ефективни процеси, подпомагат създаването на зелени технологии и нови

³² Frazzetto G., 2003, White biotechnology, EMBO Reports, National Center for Biotechnology Information, doi:10.1038/sj.embor.embor928

работни места. В този смисъл, белите биотехнологии могат да се разглеждат и като основополагащи за прехода към кръгова икономика и устойчиво развитие.

3. Кръгова икономика

Кръговата икономика е модел на производство и потребление, ограничаващ до минимум отпадъците. Той носи ползи за околната среда, икономиката и всички потребители. Моделът на кръговата икономика е насочен към удължаване на жизнения цикъл на продуктите. На практика това означава възможно най-дълго споделяне, заемане, повторно използване, поправка и рециклиране на съществуващи материали и продукти. Когато един продукт достигне края на живота си, материалите, от които той е съставен, могат да продължат да се използват по друг начин. Това може да се прави отново и отново и така се намалява до минимум изхвърлянето на отпадъци.

Фигура 2. Моделът на кръговата икономика³³



Източник: Изследователската служба на ЕП

³³ <https://www.europarl.europa.eu/topics/bg/article/20151201STO05603/krghovata-ikonomika-kakvo-predstavliavata-i-zashcho-e-vazhna>

Концепцията за кръгова икономика се изгражда в противовес на традиционния линеен модел, при който се използват суровини, създават се продукти от тях, те се консумират и остатъците се изхвърлят, а този модел разчита на големи количества евтини и достъпни материали и източници на енергия. През март 2022 г. Европейската комисия предложи първи пакет от мерки за ускоряване на прехода към кръгова икономика. Той е в съгласие с целта на Зеления пакт за постигане на нулеви въглеродни емисии до 2050 г и включва разширяване на обхвата на правилата за еко-дизайн, насърчаване на потребителите да преминат към по-устойчив начин на живот, както и стратегия за по-устойчиви текстилни продукти. Комисията представи втори пакет през ноември 2022 г с нови европейски правила за опаковките и сертифициране на схеми за извеждане на въглеродните емисии от атмосферата. Трети пакет беше представен през март 2023 г, включващ норми относно използването от компаниите на твърдения за екологосъобразност и гарантиране на правото на поправка на продукти. През юли 2023 г. Европейската комисия предложи да се преразгледа директивата относно отпадъците с цел насърчаване на устойчивото управление на текстилните и хранителните отпадъци.

Биотехнологиите в целия им спектър се вписват идеално в модела на кръговата икономика – от суровините и производството до управлението на отпадъците. Белите биотехнологии са особено приложими в този модел най-вече във фазата на производството. Както е видно и от изследването обаче, белите биотехнологии заемат своето място и в пречистването, както в самия процес на производство, така и по отношение на отпадни продукти. Тук се фокусираме върху анализа на биотехнологиите в пречистването на вода и въздух, както за индустриални, така и за потребителски нужди. Ще бъде изследвана активността в България по отношение на регистрирането на патенти и полезни модели за периода от началото на седемдесетте години на двадесети век до днешния ден.

Изследване на патентната активност в България по отношение на белите биотехнологии като иновационни процеси и резултати.

4. Патентно проучване и резултати от изследването

Провеждането на проучванията за интелектуална собственост цели набирането на изчерпателна, надеждна и структурирана патентна информация. Патентните проучвания се основават на използването на патентна информация. Патентното проучване е осъществено

по критерий „Наименование“ чрез ключови думи „пречиства*“, „вода“ и „въздух“. Информацията е систематизирана по области на пречистване: въздух и вода и по видове регистрации: действащи и недействащи полезни модели и действащи и недействащи национални патенти. Резултатите са анализирани и представени в диаграми и графики както следва:

Полезни модели

- Полезните модели по отношение на пречистването на вода са общо 12, като от тях 7 са действащи, 5 не са действащи. Най-ранният от действащите полезни модели е от 2017 г., а най-късният е от 2023 г. Най-голям брой са регистрирани през 2020 г.
- По отношение на пречистване на въздуха има регистрирани само три полезни модела, като и трите са действащи към момента на проучването.

Национални патенти

- Регистрираните национални патенти за пречистване на вода са общо 18, само един от тях действащ. В допълнение има и четири с признато авторско свидетелство, които обаче са с изтекъл срок на закрила.
- Регистриран е само един национален патент за пречистване на въздуха, но той е недействащ, като има и едно признато авторско свидетелство с изтекъл срок на закрила.

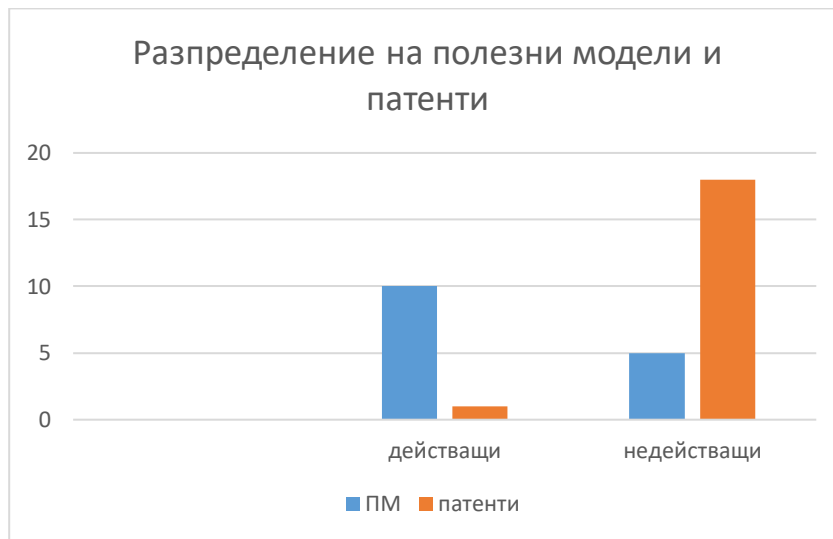
Анализът на получените резултати показва определена активност в България по темата.

Таблица 1. Патенти и полезни модели

	действащи	недействащи
Полезни модели	10	5
Патенти	1	18

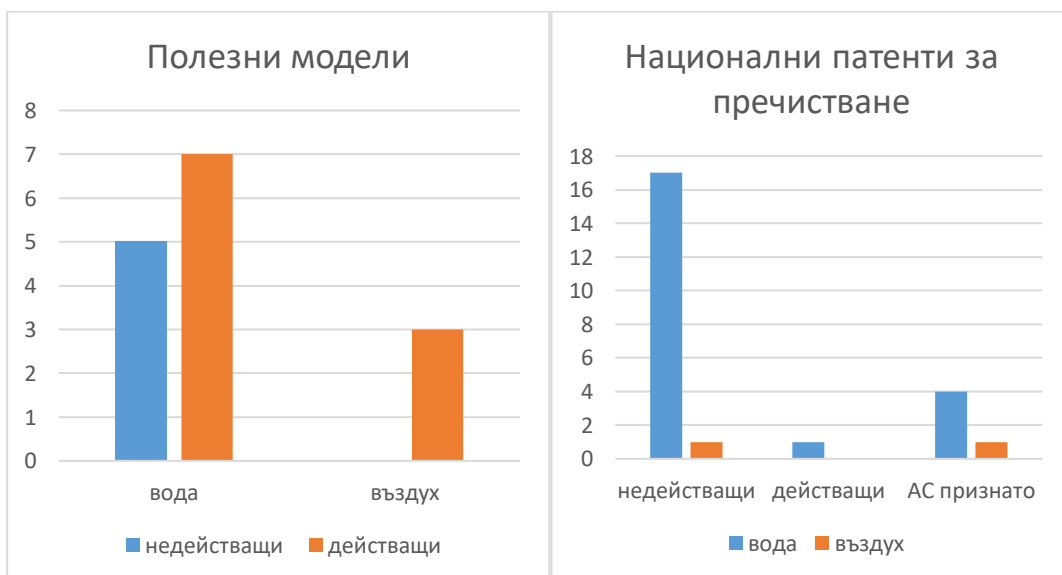
Прави впечатление, че по отношение на активните регистрации, полезните модели са чувствително повече от патентите (фигура 3). Това вероятно се дължи на опростените процедури и по-ниските разходи за регистрация. По този начин се облекчава и пазарната реализация, особено ако липсва сигурността, че продуктът ще бъде достатъчно добре приет от пазара.

Фигура 3. Разпределение на полезни модели и патенти



Превишението на действащите спрямо недействащите е лесно отличима тенденция при полезните модели. При патентите обаче картината е различна. Недействащите са много повече от действащите, което говори за отслабваща към момента популярност на регистрацията на патенти (фигура 4).

Фигура 4. Полезни модели. Национални патенти за пречистване



Интересни са данните за регистрираните полезни модели и патенти за пречистване на двете категории – вода и въздух.

Таблица 2. Полезни модели

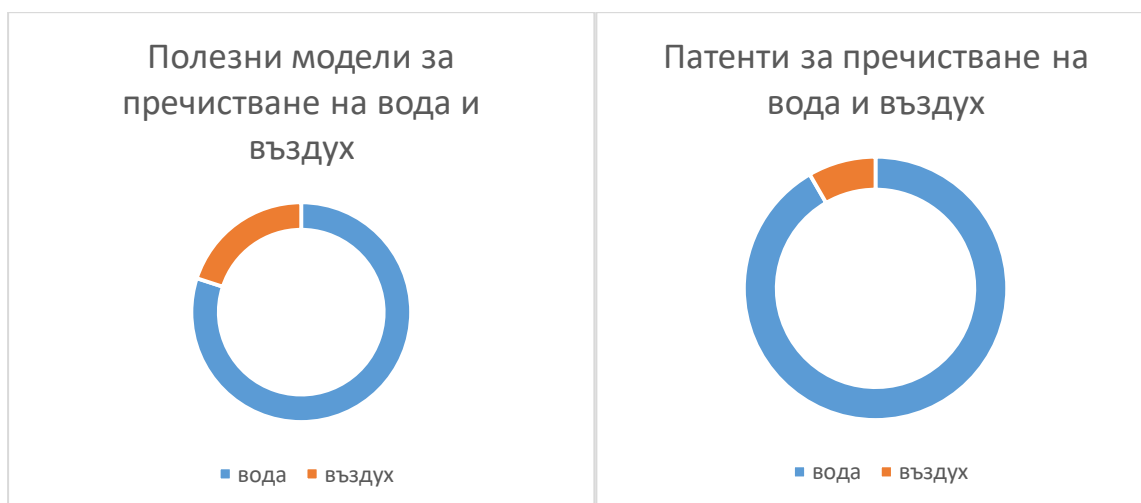
Полезни модели	недействащи	действащи
вода	5	7
въздух	0	3

Таблица 3. Патенти

Патенти	Недействащи	действащи	АС признато
вода	17	1	4
въздух	1	0	1

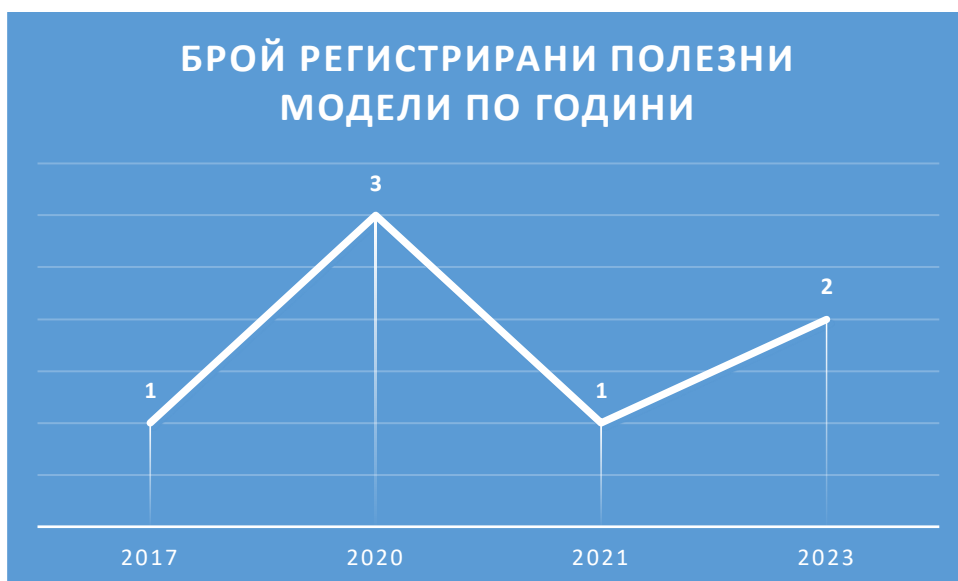
Както се вижда и от графиките на фигура 5, осезателно е преимущество на регистрациите, както на полезни модели, така и на патенти, за пречистването на вода. Пречистването на въздуха е обект на чувствително по-малък интерес. Това потенциално се дължи на по-сложните технологии, които са необходими за целта и съответно на по-високите цени на евентуални технологични решения в тази област.

Фигура 5. Полезни модели за пречистване на вода и въздух. Патенти за пречистване на вода и въздух



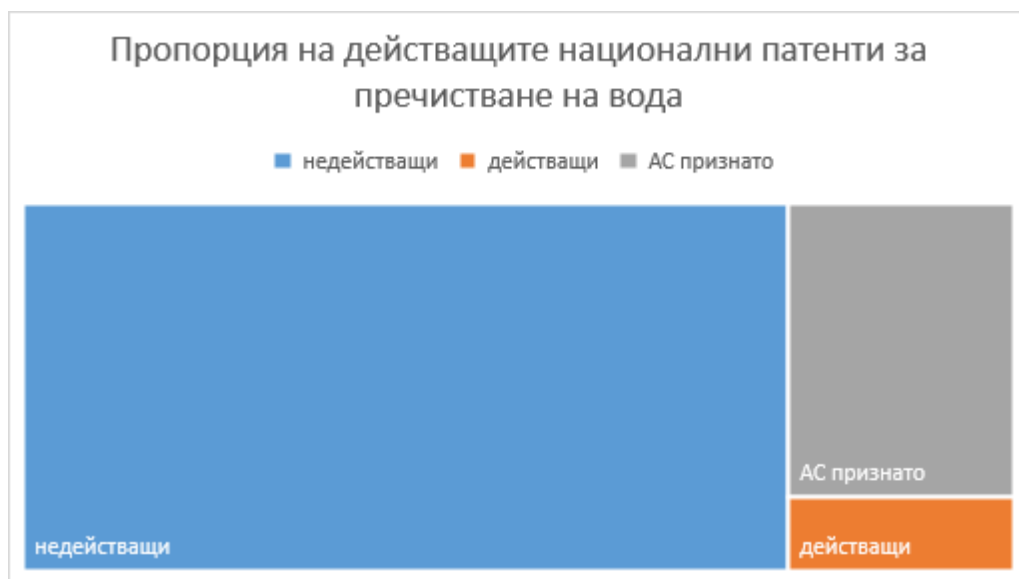
Що се отнася до разпределението във времето на полезните модели, то пикът е през 2020 г. (фигура 6).

Фигура 6. Брой регистрирани полезни модели по години



За финал, пропорцията на действащите национални патенти за пречистване на вода показва, че интересът в последните години към регистрация на патенти се премества към полезните модели, с чувствително по-голям брой недействащи патенти, като тук можем да включим и признатите авторски свидетелства с изтекъл срок на защита (фигура 7).

Фигура 7. Пропорция на действащите национални патенти за пречистване на вода



Пример за регистриран полезен модел за пречистване на вода

Полезният модел е със заявителски № 5121, защитен номер 4006 и наименование „Филтърна група за оптимизиране на азотния цикъл при пречистване на вода с помощта на оксигородороден газ“, заявен през 2021 г. и регистриран през 2023 г. Клас по МПК C02F 1/68 (8); G21F 9/12 (2006.01). Характеризира се с това, че се състои от оксигородороден генератор, система за разтваряне на оксигородород във вода и разпенител, които генерират и напълно разтварят във вода оксигородород газ, като по този начин значително улеснява работата на биологични филтри в работата им да превръщат силно токсичните амоняк и нитрити в значително по-безвредните нитрати, а след това в азот газ. Ползи: √ Утилизиране на амоняк до азот газ и вода √ Коагулация и отстраняване на фини частици във водна среда √ Окисляване на органични молекули.

Пример за регистриран патент за пречистване на вода

Патентът е регистриран със заявителски номер 113401 от 2021 г. с наименование „Метод за пречистване на вода и инсталация за неговото осъществяване“. Съгласно метода за пречистване на вода зеолитът е необработен клиноптилолит, който се подлага на два вида предварителни обработки за получаване на накален клиноптилолит и за получаване на посребрен клиноптилолит. Накаленият клиноптилолит се получава, като необработеният клиноптилолит се накалява до 450 градуса С в продължение на 2 h, след което допълнително се промива с 2 % разтвор на NaCl. Посребреният клиноптилолит се получава, като необработеният клиноптилолит се залива с разтвор от 2 mg/l сребърен нитрат, сместа се разбърква в продължение на 2 h, след което клиноптилолитът се отделя от водния разтвор и суши при 60 градуса С в продължение на 2 h. Методът протича през следните етапи: първи етап водата се транспортира чрез водна помпа (1) и преминава последователно през механичен филтър (2), който е с метална мрежа с големина на отворите 100 микрона и преминава през полипропиленов филтър (3) с големина на отворите 5 микрона, следва втори етап, при който водата от филтър (3) постъпва последователно в адсорбционни колони (4, 5 и 6), като в адсорбционните колони (4 и 5), зони (8 и 8') са запълнени с накален клиноптилолит, а зони (9 и 9') са запълнени с посребрен клиноптилолит, след което водата от адсорбционната колона (5) постъпва в адсорбционната колона (6), която е запълнена с фракция, представляваща смес в съотношение 1:1 от активен въглен и шунгит с размер на частиците 1 mm и трети етап, при който водата от адсорбционната колона (6) постъпва в

UV проточен стерилизатор (7). Съгласно изобретението е създадена и инсталация за неговото осъществяване. Предимствата, които осигурява изобретението са пълно адсорбиране до техните нулеви стойности на уранови и други положително заредени йони, намиращи се в разтворено състояние във водата. Допълнително се отстраняват органичните съединения и патогенните елементи.

5. Изводи и заключение

Бихме могли да направим извод от проучването, че е регистрирана сравнително висока активност в сектора на белите биотехнологии, свързани с пречистване на води и въздух в България. Това показва, че страната потенциално се позиционира в една от най-иновативните и перспективни области на биотехнологичната индустрия. Препоръки:

- Интегриране в глобални вериги за стойност.
- Насърчаване на инвестициите.
- Разширяване на образованието и обучението чрез създаване на специализирани програми в университетите за подготовка на кадри в областта на биоинженерството, генетиката и биохимията.
- Насърчаване на млади изследователи и студенти да участват в иновации, свързани с белите биотехнологии.
- Инвестиции в лаборатории и центрове за развойна дейност, които да предоставят ресурси за разработване на нови технологии.
- Изграждане на иновационни хъбове и инкубатори, специализирани в промишлени биотехнологии.

В заключение, изследователската теза, че има иновационна активност за територията на Република България за последните години, чрез регистрацията на патенти и полезни модели се потвърждава. Доколко броят регистрирани полезни модели и патенти е представителен за размера на българската икономика не е засегнат в изследването. Интересът в последните години изразено е съсредоточен върху полезните модели, които предлагат опростен подход, ниски цени и бърза пазарна реализация. Полезните модели и патентите за пречистване на вода са с ясно изразено предимство пред регистрираните технологии за пречистване на въздуха. В България пречистването и на водите и на въздуха е известен проблем с остър социален аспект и активността на българските изобретатели по темата би могла да има само положителен ефект.

Използвана литература

Маркова М., (2010), Биотехнологии, интелектуална собственост, биоикономика, Университетско издателство „Стопанство“, София

Markova M., Intellectual property in the innovation activity of the construction business in Bulgaria for 10 year period, Списание „Недвижими имоти и бизнес“

WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use, (2004), World Intellectual Property Organization, ISBN 9280512919

Frazzetto G., (2003), White biotechnology, EMBO Reports, National Center for Biotechnology Information, doi:10.1038/sj.embor.embor928

Кръговата икономика: какво представлява тя и защо е важна, актуални теми на Европейския парламент, <https://www.europarl.europa.eu/topics/bg/article/20151201STO05603/krghovata-ikonomika-kakvo-predstavliava-tia-i-zashcho-e-vazhna>

Патентно ведомство на Република България, портал за електронни услуги,
<https://portal.bpo.bg/>

THE WHITE BIOTECHNOLOGY AS AN OBJECT OF INTELLECTUAL PROPERTY

Dessislava Denkova³⁴

Abstract

This article is devoted to the white biotechnology - its essence and the possibilities provided for its protection through the tools of intellectual property - patents and utility models. The object of the study is white biotechnologies - their substance and subject: their protection as intellectual property, in particular through patents and utility models for the territory of the Republic of Bulgaria. The aim of the article is to make a theoretical review of white biotechnologies as innovative products and their protection as objects of intellectual property. A patent study is made for the issued patents and registered utility models in white biotechnologies for the territory of Bulgaria.

Keywords: white biotechnology, intellectual property, patent, utility model, water and air purification

JEL: Q53, O3, O340, L24

³⁴ Dessislava Denkova is a PhD student at the Department of Intellectual Property and Technological Transfer, Business at UNWE, Dessislava_Denkova@unwe.bg

Introduction

The beginning is dedicated to the nature of biotechnology, its importance for modern society and an attempt is made to classify the numerous directions developed in the field of biotechnology. An overview of the possibilities for intellectual property protection in the field of biotechnology is given, including the legal framework at international level. A patent study is made for white biotechnologies for the territory of the Republic of Bulgaria.

Object

White biotechnologies as an object of intellectual property.

Subject

The protection of white biotechnologies through the means of patents and utility models for the territory of the Republic of Bulgaria.

Objective

The aim of this paper is to provide a theoretical overview of white biotechnologies as an innovation process and their protection as an object of intellectual property. The paper creates a representation of the theoretical setting, explaining the specifics and establishing whether there is innovative activity through the registration of patents and utility models on the territory of the Republic of Bulgaria.

Methodological framework of white biotechnology as an innovation activity and in the economic system

This study provides a theoretical overview of biotechnology and white biotechnology in particular. It addresses the relationship of white biotechnology and the environment and briefly reviews the concept of circular economy in the process. An illustrative method is also used. The empirical data and the examples taken are based entirely on a patent study made specifically for the purpose of this paper in the database of the Patent Office of the Republic of Bulgaria. The results are analyzed and conclusions are drawn to support the research thesis. The methodology of the patent study includes determining the objectives and subject matter of the study, the source of information, the scope and depth of the study. This study uses an intellectual property research methodology consisting of four stages:

1. Determining the parameters of the study;

2. Search, selection and codification of Intellectual Property documentation (systematization of the selected information);
3. Analysis of the information contained in the documentation;
4. Formulation of conclusions and recommendations;

At the first stage, the parameters of the study were defined - subject, scope, depth, information sources. Through the second stage, for the purposes of the study, a patent search was carried out in the online database of the Patent Office of the Republic of Bulgaria³⁵. The patent study was grounded in the methodology used by prof. M. Markova³⁶.

The research thesis endorsed in the article, is that there is innovative activity for the territory of the Republic of Bulgaria in the field of biotechnology for the last years, through the registration of patents and utility models. Biotechnologies provide wide opportunities for positive impact on the environment and have a powerful economic potential that can be developed as a result of their effective protection as objects of intellectual property. Intellectual property protection of biotechnologies is the foundation of their market realization and our aim is to review their nature and legal framework, at the same time addressing the limitations of the study and its conclusions.

1. Overview of biotechnology - definition, characteristics, classification

Biotechnology is a broad field of science encompassing many different disciplines designed to use living organisms or their products to perform valuable industrial or manufacturing processes or applications and solve a variety of industrial and domestic problems. Biotechnology is related primarily to biological sciences, chemical sciences, engineering sciences and the new branches of science that have emerged from them, such as: biochemistry, industrial biology and industrial chemistry. The term 'biotechnology' originates from the combination of the words 'biology' and 'technology' and emerged gaining popularity in the early 20th century when scientists and engineers began to utilize biological processes and organisms to solve practical problems and create new products. Today, the term 'biotechnology' is also actively used by the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), which regularly publishes reports and guidelines on biotechnology. In this article, we will focus primarily on industrial biotechnology

³⁵ <https://portal.bpo.bg/>

³⁶ Markova M., Intellectual property in the innovation activity of the construction business in Bulgaria for 10 year period, "Real estate and business" magazine

and its relationship to the environment. Biotechnology helps clean up contaminated environments through bioremediation, where microorganisms break down toxic substances. They are also utilized for environmental monitoring and waste management. Biotechnology is one of the promising linkages of the environment and the chemical industry that can produce positive effects for both. The importance of biotechnology has been growing in recent years, and innovations in this field have the potential to shape the future of humanity in the coming decades, especially as regards health, food and food security, agriculture, energy and environmental protection. Biotechnology refers to living organisms - plants, animals, seeds and microorganisms, as well as biological material such as enzymes, proteins, etc., which are used in genetic engineering. According to the World Intellectual Property Organization (WIPO) classification, biotechnology falls into three categories: processes for the creation or modification of living organisms and biological material, the results of these processes and the use of the results³⁷.

In addition to its promising future, biotechnology also has a rich past - the production of wine, bread, cheese, yoghurt and the selection of plant varieties and animal breeds dates back more than four millennia. Historical sources attest to the use of these methods beginning in 2000 BC in ancient China and ancient Egypt, Babylon, ancient Greece, Rome, etc. Leaping forward in time, the 1960s marked the rapid development of genetics and molecular biology leading to exciting innovations and applications in biotechnology. In recent years, the unraveling of the mysteries of DNA structure and function has progressed and new technologies have emerged that have led to gene cloning, the ability to identify and replicate specific genes, and consequently to genetic engineering, the means of manipulating an organism's DNA, which remains the pinnacle of advances in biotechnology. It should also be noted that genetic engineering, including intervention technologies at the cellular and molecular level, despite the possibilities it offers, is often questioned from a moral point of view. Furthermore, the effects of genetic modification on human health and the environment have not yet been explicitly established.

In terms of distribution across the globe, until recently, developed countries have led the way in biotechnology research and development, but recent years have also seen an increase from developing economies (examples include India, Cuba, South Africa).

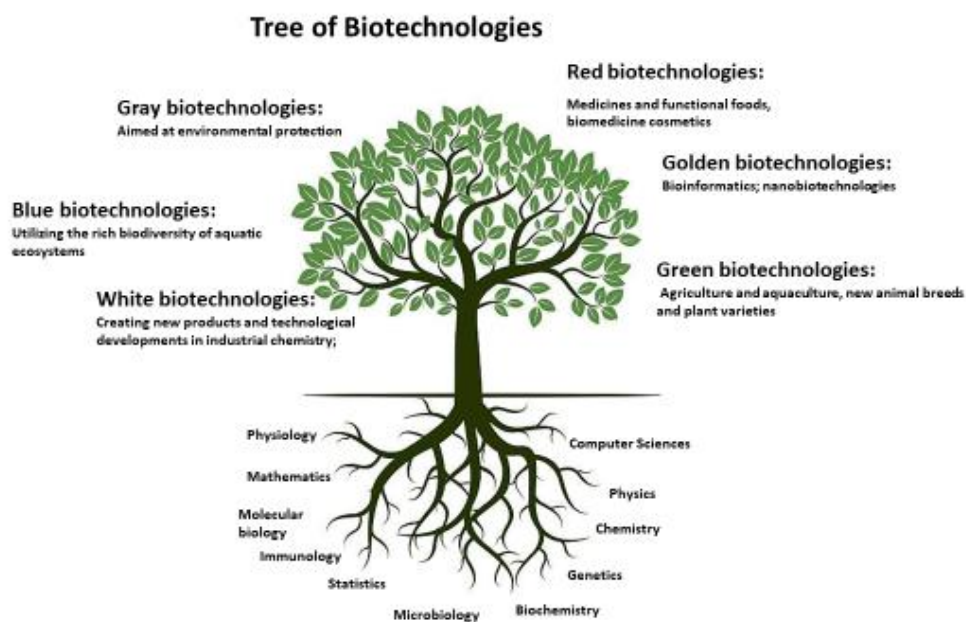
Different classifications can be applied to biotechnologies based on different characteristics: depending on the level and structure of the organisms (organism level, tissue,

³⁷ World Intellectual Property Organization, 2004, WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use, ISBN 9280512919

cellular, enzymatic, DNA, etc.), depending on the directions of use of the results (medicine, agriculture, fisheries and aquaculture, food industry, chemical industry, etc.) depending on the time of creation and introduction (classical, modern and combined). Here we will use the classification given by Prof. Markova³⁸ of traditional and modern directions, based on a multi-criteria approach:

- red biotechnology - biotechnology in the field of human health;
- green biotechnologies - biotechnologies in the field of new plant varieties and animal breeds;
- white biotechnologies - biotechnologies in the field of creating new products and technological solutions in industrial chemistry;
- blue biotechnologies - biotechnologies dealing with the products and organisms of marine biology;
- grey biotechnology - combines traditional and modern biotechnological techniques aimed at environmental protection;
- golden biotechnologies - biotechnologies related to modern fields of bioengineering, nanobiotechnologies, etc.

Figure 1. Tree of Biotechnologies



Source: made by the author

³⁸ Markova M., (2010), Biotechnologies, Intellectual property, bioeconomics, University press „Stopanstvo“, Sofia

Biotechnologies are often classified by colors depending on their areas of application. The color classification is aiming for easier understanding of the purpose and impact of each biotechnology. The color classification of biotechnology does not have a single or formal origin, but has gradually evolved as an educational and descriptive tool to categorize the various applications of biotechnology according to their fields of use. This classification was originally developed for academic and tutorial purposes in the 1990s, when biotechnology began to rapidly develop and was establishing itself on the market. Researchers and educators, for better and easier communication of their achievements, choose the following main three colors, which we will employ in this study. The colors were chosen in a way to intuitively reflect the related themes:

- Green for nature (agriculture, environment);
- Red for health (blood, medicine);
- White for industry (neutrality, clean processes).

The color "white" is associated with environmentally sustainable processes and replaces traditional industrial practices that are often harmful to the environment. White biotechnology can also refer to the impact of anthropogenic activities on the environment. The burgeoning biotechnology industry helps structure this classification, helping to identify key economic sectors. It has become a useful tool for setting research priorities and promoting technologies to investors, as well as for encouraging cross-sectoral cooperation.

2. White biotechnologies - nature and examples

In this study, the author defines as a working definition that white biotechnologies are most commonly found as industrial biotechnologies that focus on the application of biological agents (enzymes, microorganisms, etc.) in industrial processes to make them more efficient, economical and environmentally friendly. This branch of biotechnology is essential for the transition to a sustainable economy, replacing traditional polluting processes with alternatives based on renewable resources.

The main areas of application of white biotechnologies are the production of biofuels, for example the production of ethanol or biodiesel from biomass (corn, sugar cane, agricultural waste). The sugars contained in biomass are fermented by microorganisms (yeasts, bacteria) and lipids can also be produced from algae and converted into fuels. These processes lead to advantages such as reduced CO₂ emissions compared to fossil fuels and the use of renewable stocks. Bio-based

chemicals are also synthesized, for example the production of succinic acid or lactic acid used in the production of biodegradable plastics and chemicals. Microorganisms convert sugars or other substrates into chemical compounds by fermentation. These processes lead to advantages such as reducing energy-intensive petrochemical processes and using renewable raw materials such as agricultural or forestry waste. White biotechnology is also used in the production of bioplastics, to give a simple example, over the last 20 years these efforts have mainly focused on the polyesters of 3-hydroxy acids (PHAs) which are synthesized naturally by a wide range of bacteria. These compounds have properties similar to synthetic thermoplastics and elastomers from propylene to rubber, but are completely and rapidly degraded by bacteria present in soil or water. The most common PHA is poly(3-hydroxy butyrate) (PHB). The main constraint to the commercialization of such bacterial plastics has always been their cost, as they are 5-10 times more expensive to produce than petroleum-based polymers³⁹. However, in this study, we will not elaborate in detail on all the applications of white biotechnology, but will remain focused on their application in water and air purification.

White biotechnology has numerous advantages and we could list a few of them as follows:

- Reduced environmental impact;
- Less greenhouse gas emissions due to cleaner processes;
- Reduced use of fossil raw materials;
- Use of renewable resources: biomass (plants, algae, organic waste) as raw material;
- Recycling of waste into useful products;
- Less energy-intensive processes: Biological processes often take place at ambient temperature and pressure, requiring less energy and biodegradability;
- White biotechnology products (bioplastics, enzymatic detergents) are often biodegradable, limiting their end-of-life impact.

The application of white biotechnology is common in the design of reactors for the production of biofuels and chemicals. The theoretical framework of white biotechnology is closely related to the principles of green chemistry. These include waste minimization, use of renewable resources and low energy consumption. As we have already said, white biotechnology reduces

³⁹ Frazzetto G., 2003, White biotechnology, EMBO Reports, National Center for Biotechnology Information, doi:10.1038/sj.embor.embor928

environmental pollution, leads to cheaper and more energy-efficient processes, supports the creation of green technologies and new jobs. In this sense, white biotechnologies can also be seen as fundamental for the transition to a circular economy and sustainable development.

3. Circular economy

The circular economy is a model of production and consumption that minimizes waste. It brings benefits to the environment, the economy and all consumers. The circular economy model aims at extending the life cycle of products. In practice, this means sharing, borrowing, reusing, repairing and recycling existing materials and products for as long as possible. When a product reaches the end of its life, the materials of which it is composed can continue to be used in other ways. This can be done over and over again and so waste disposal is minimized.

Figure 2. The Circular Economy Model⁴⁰



Source: European Parliament Research Service

⁴⁰<https://www.europarl.europa.eu/topics/bg/article/20151201STO05603/krghovata-ikonomika-kakvo-predstavliavata-i-zashcho-e-vazhna>

The circular economy concept is built in opposition to the traditional linear model where raw materials are used, products are created from them, they are consumed and the leftovers are discarded. This model relies on large quantities of cheap and available materials and energy resources. In March 2022, the European Commission proposed a first package of measures to accelerate the transition to a circular economy. It is in line with the Green Pact's goal of achieving zero carbon emissions by 2050 and includes extending the scope of eco-design rules, encouraging consumers to switch to more sustainable lifestyles, and a strategy for more sustainable textiles. The Commission presented a second package in November 2022 with new European packaging rules and certification schemes to take carbon out of the atmosphere. A third package was presented in March 2023, including norms on companies' use of environmental claims and ensuring the right to repair of products. In July 2023, the European Commission proposed revising the Waste Directive to promote the sustainable management of textile and food waste.

Biotechnology in its entire spectrum fits perfectly into the circular economy model, from raw materials and production to waste management. White biotechnologies are particularly applicable in this model, especially in the production phase. However, as is also evident from the study, white biotechnology also has its place in purification and decontamination, both in the production process itself and in terms of waste products. Here we focus on the analysis of biotechnology in water and air purification, both for industrial and consumer use. We will examine the activity in Bulgaria with regard to the registration of patents and utility models for the period from the early seventies of the twentieth century until today.

Investigation of patent activity in Bulgaria with respect to white biotechnology as innovation processes and outcomes.

4. Patent study and research results

The purpose of conducting intellectual property studies is to gather comprehensive, reliable and structured patent information. Patent studies are built around the use of patent information. The patent study was carried out under the criterion "Name" using the keywords "purifies*", "water" and "air". The information is structured by the fields of purification: air and water and by type of registration: active and non-active utility models and active and non-active national patents. The results are analyzed and presented in charts and graphs as follows:

Utility models

- Utility models are in total 12, 7 of them are active, 5 are non-active. The earliest of the active models dates from 2017 and the latest from 2023. Largest number are registered in 2020.
- Regarding air purification only three utility models are registered, all three are active at time of the patent study.

National patents

- Registered national patents for purification of water are 18 in total, only one of them is active. In addition, there are four with accredited certificate of invention, whose protection period has expired.
- Only one national patent for air purification is registered, it is non-active, there is one accredited certificate of invention, whose protection period has expired.

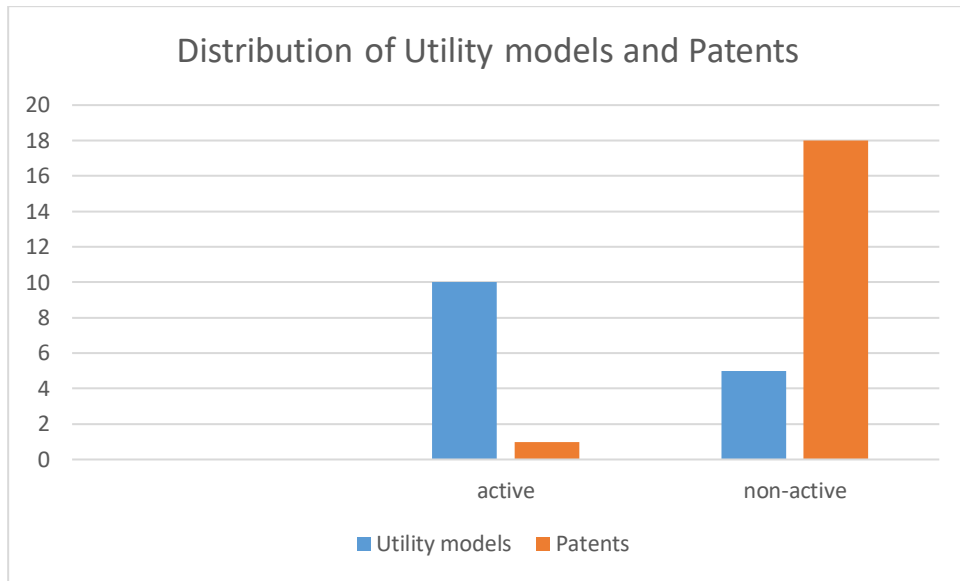
The analyses of the results shows certain activity on this topic in Bulgaria.

Table 1. Patents and Utility models

	active	Non-active
Utility models	10	5
Patents	1	18

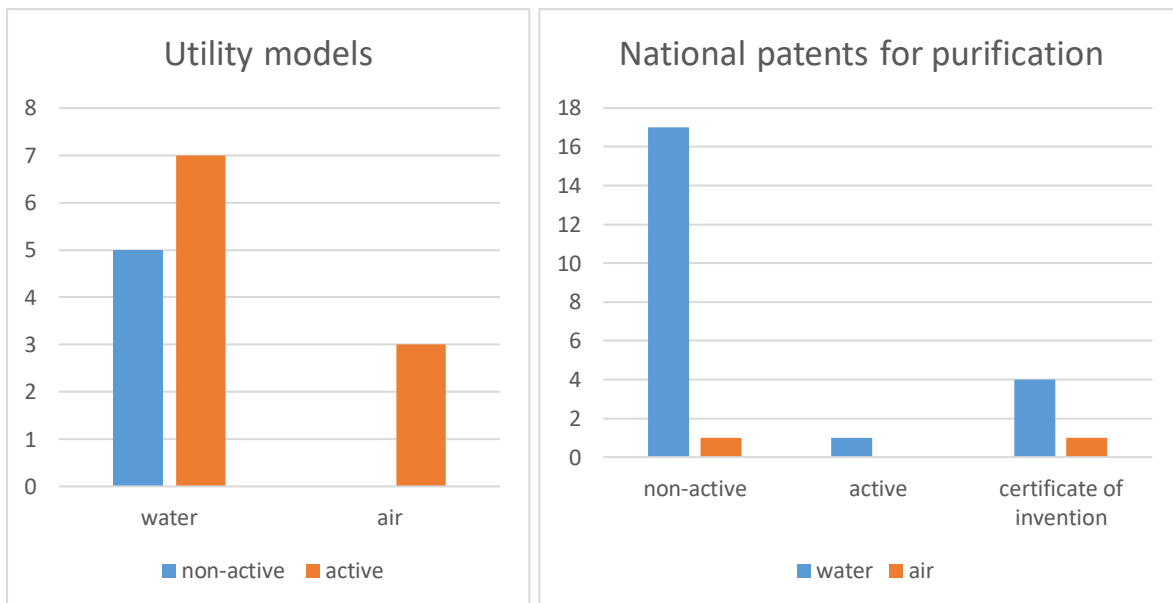
It is noteworthy, that as regards the active registrations, utility models are significantly more in number than patents (figure 3). Most probably, that is due to the simplified procedures and the lower registration costs. This facilitates market realization, especially if there is a lack of certainty that the product will be sufficiently well accepted by the market.

Figure 3. Distribution of Utility models and Patents



The surplus of the active over the non-active is easily discernable tendency for the utility models. Patents paint a different picture. Non-active are by far more than the active and that speaks of the fact that popularity of registering patents is diminishing in time (figure 4).

Figure 4. Utility models. National patents for purification



The data for the registered utility models and patents for purification of both categories – air and water is interesting.

Table 2. Utility models

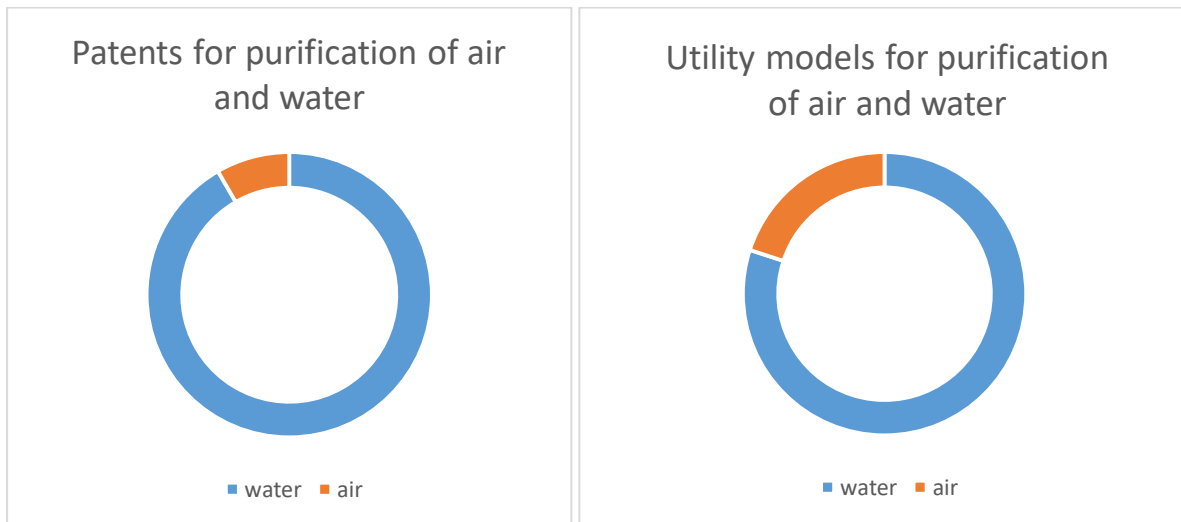
Utility models	Non-active	active
Water	5	7
Air	0	3

Table 3. Patents

Patents	Non-active	Active	Certificate of invention
Water	17	1	4
Air	1	0	1

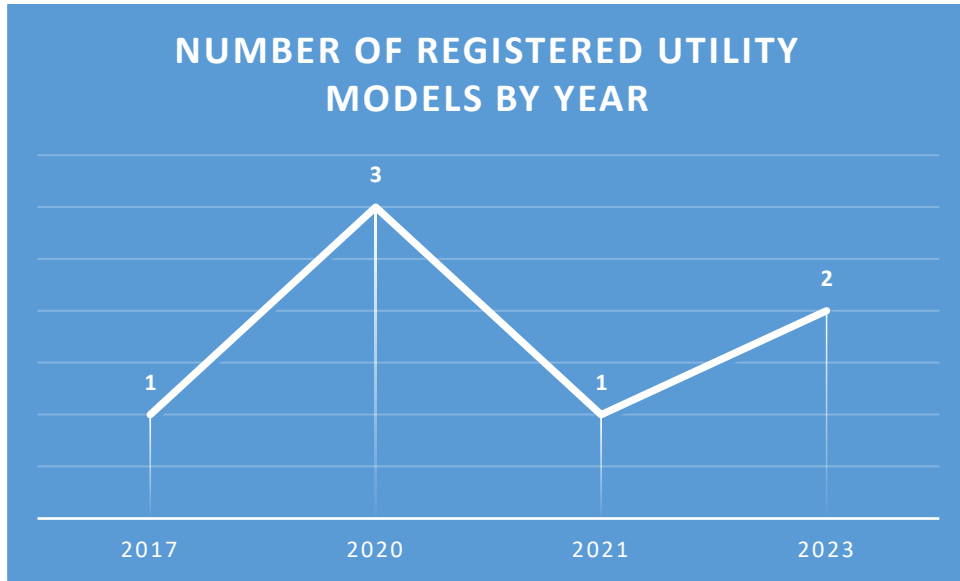
As can be seen from the graphs on Figure 5, the surplus of registrations of both utility models and patents for purification of water is sizable. Purification of air is has significantly less attention. This could potentially be a result of the more complex technologies needed for the purpose and respectively the higher prices of eventual technological solutions in this area.

Figure 5. Patents for purification of air and water. Utility models for purification of air and water



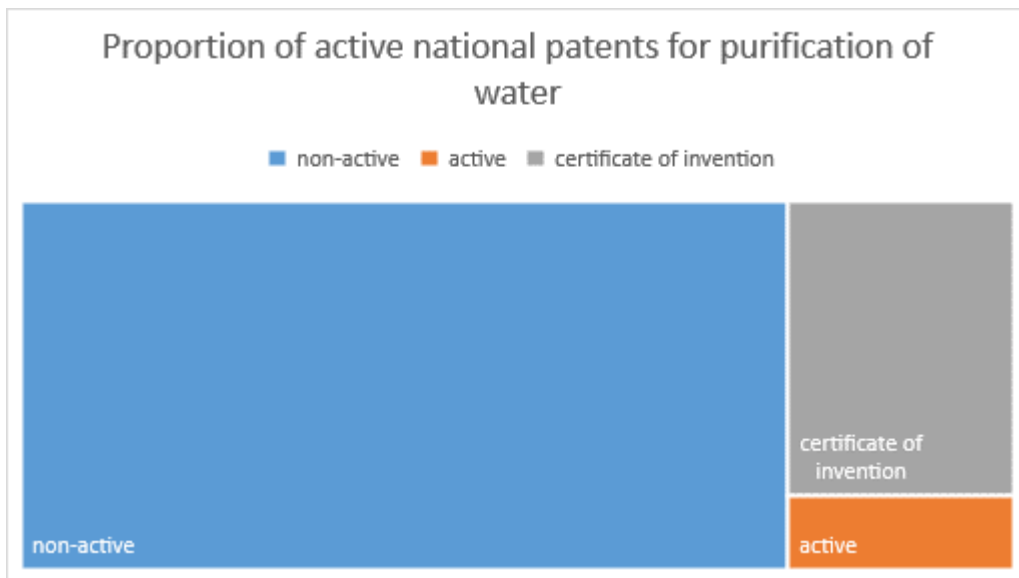
As regards the distribution in time of the registrations of utility models, the peak is in 2020 (Figure 6).

Figure 6. Number of registered utility models by year



As a conclusion, the proportion of the active national patents for purification of water shows, that the interest in the last years for the registration of patents is shifting towards utility models, with significantly larger number non-active patents. Here, we can include also the certificates of invention with expired protection period (Figure 7).

Figure 7. Proportion of active national patents for purification of water



Example for a registered utility model for purification of water

The utility model is registered under application number № 5121 and under protected number 4006, under the name „Filter group for nitrogen cycle optimization in water purification by means of oxyhydrogen“, applied for in 2021 and registered in 2023. Classes: C02F 1/68 (8); G21F 9/12 (2006.01). Characterized by its structure consisting of an oxyhydrogen generator, a system for dissolving oxyhydrogen in water and a blowing agent, which generate and completely dissolve oxyhydrogen in water and in this way significantly alleviates the workload of biological filters in their task of transforming toxic ammonia and nitrites in considerably less harmful nitrates and after that in nitrogen gas. Benefits: ✓ Converting ammonia to nitrogen gas and water ✓ Coagulation and removal of fine particles in water ✓ Oxidation of organic molecules.

Example for a registered national patent for water purification

The patent is registered under application number 113401 from 2021 with the name of „Method for purification of water and installation for its implementation“. In the water treatment method according to the present invention, zeolite – i.e. untreated clinoptilolite – is subjected to two types of pre-treatment in order to obtain calcined clinoptilolite and silver-doped clinoptilolite. Calcined clinoptilolite is obtained by heating the untreated clinoptilolite to 450 degrees Celsius for 2 hours and then washing it with 2 % NaCl solution. Silver-doped clinoptilolite is obtained by flooding the untreated clinoptilolite with 2 mg/l solution of silver nitrate and stirring the mixture for 2 hours, whereupon the clinoptilolite is separated from the aqueous solution and dried at 60 degrees Celsius for 2 hours. Said method is applied in the following phases: In phase one, water is driven by a water pump (1) consecutively through a mechanical filter (2) which has a metal mesh of mesh size 100 microns, and then through a polypropylene filter (3) of mesh size 5 microns. In phase two, water from filter (3) enters consecutively adsorption columns (4, 5 and 6), wherein in adsorption columns (4 and 5) zones (8 and 8') are filled with calcined clinoptilolite and zones (9 and 9') are filled with silver-doped clinoptilolite, whereupon the water from adsorption column (5) enters adsorption column (6) which is filled with a certain fraction in the form of a mixture of activated carbon and shungite of particle size 1 mm in ratio 1:1. In phase three, the water from adsorption column (6) enters a flow-through UV sterilizer (7). The invention also provides for a plant by which the method is implemented. The benefits provided by the invention are complete adsorption – to zero level – of uranium and other positively charged ions occurring in water in

dissolved state. In addition, the method according to the present invention removes organic compounds and pathogenic elements.

5. Conclusions

We can draw conclusion from this study, that we record a relatively high activity in Bulgaria in the area of white biotechnologies, related to purification of water in air. This shows that the country can potentially be well positioned in one of the most innovative and prospective fields of biotechnological industry. Recommendations:

- Integration into global value chains.
- Investment promotion.
- Expanding education and training by creating specialised programmes in universities to train people in bioengineering, genetics and biochemistry.
- Encourage young researchers and students to participate in white biotechnology innovation.
- Invest in laboratories and development centres to provide resources for the development of new technologies.
- Building innovation hubs and incubators specialised in industrial biotechnologies.

In conclusion, the research thesis that there is innovative activity for the territory of the Republic of Bulgaria for the last years, through registration of patents and utility models is confirmed. The extent to which the number of registered utility models and patents is representative of the size of the Bulgarian economy is not addressed in the study. The interest in recent years has focused on utility models, which offer a simplified approach, low prices and quick market realization. Utility models and patents for water purification have a distinct advantage over registered technologies for air purification. In Bulgaria, the purification of both water and air is a known problem with an acute social aspect and the activity of Bulgarian inventors on the subject can only have a positive effect.

References

- Markova M., (2010), Biotechnologies, Intellectual property, bioeconomics, University press „Stopanstvo“, Sofia
- Markova M., Intellectual property in the innovation activity of the construction business in Bulgaria for 10 year period, „Real estate an business“ magazine

WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use, (2004), World Intellectual Property Organization, ISBN 9280512919

Frazzetto G., (2003), White biotechnology, EMBO Reports, National Center for Biotechnology Information, doi:10.1038/sj.embor.embor928

Circular economy: what it is and why it is important, EU Parliament recent topics, <https://www.europarl.europa.eu/topics/bg/article/20151201STO05603/krghovata-ikonomika-kakvo-predstavliava-tia-i-zashcho-e-vazhna>

Patent Office of the Republic of Bulgaria, e-services portal, <https://portal.bpo.bg/>

ИНТЕРВЮТА



INTERVIEWS

ИНТЕРВЮ
СДРУЖЕНИЕ НА АРХИТЕКТИТЕ-ПРОЕКТАНТИ В ЗАЩИТА НА АВТОРСКОТО
ПРАВО В АРХИТЕКТУРАТА (САПЗАПА) – БЪЛГАРИЯ
И Г-Н ЙОРДАН ПОЛИТОВ

Г-н Йордан Политов е юрист и експерт в областта на интелектуалната собственост.

1. Моля, разкажете ни повече за Вашата ОКУП - кратко представяне

Сдружение САПЗАПА – България, е вписано със заповед на Министъра на културата в Регистъра на организациите за колективно управление на права (ОКУП), съгласно ЗАПСП, като регистрирана ОКУП на архитекти-проектанти. В правоспособността на Сдружението попада колективното управление, включително защитата на авторски права върху целия спектър от произведения отнасящи се до архитектурата, в това число построени сгради и техните проекти.

Сдружение САПЗАПА предоставя консултации по чл. 15, ал. 2 от ЗАПСП при отправено искане от всеки собственик на сграда или друго съоръжение преди извършване на промените в произведението на архитектурата (напр. при преустройство). На основание чл. 24, ал. 1, т. 15 от ЗАПСП Сдружение САПЗАПА задължително съгласува предварително всяко свободно използване на сграда - произведение на архитектурата, или на план на такава сграда с цел реконструкция ѝ (напр. при основен ремонт).

2. Какви са основните проблеми и предизвикателства, които българските архитекти срещат в своята дейност по отношение на правата на интелектуална собственост?

Архитектите-проектанти трудно се ориентират при упражняването на авторските им права върху произведения на архитектурата, както при сключването на договори за възлагане на проектиране, така и при защитата от нарушение.

Отделно от това сред представителите на държавната и местната власт (ведомства, общини и др., които са най-честите възложители на строителството) съществува неразбиране по отношение на правата на интелектуална собственост на архитектите. Постоянна практика, например, е да се предоставя за попълване от архитект декларация, че „се отказва“ от авторските си права върху даден проект/обект, което е в пълно противоречие със ЗАПСП.

Това налага както промяна в практиката на общините, административните органи (напр. ДНСК) и на съда, така и известни законодателни промени в ЗАПСП, ЗУТ и ЗОП. В тази връзка съществува и остра необходимост от обучения на лицата, вземащи решения в съответните институции, за разяснение на основните понятия свързани с авторските права върху произведенията на архитектурата.

3. Какви са приоритетите пред Сдружение САПЗАПА за следващата година?

Сдружение САПЗАПА ще продължи да разяснява и защитава пред обществото и компетентните държавни и общински органи същността на авторското право върху произведенията на архитектурата и произтичащите от тях задължения на всички ползватели на тези произведения, и ще продължи да полага усилия за издигането на престижа на архитектите-проектанти в инвестиционното проектиране.

4. Моля, разкажете ни повече за Вашият опит.

Първите си стъпки в областта на интелектуалната собственост направих в периода от 2006 до 2010 г. като юрисконсулт и експерт по индустриалната собственост в Патентно ведомство. Работих последователно в правен отдел и в отдел международна дейност, като изготвях актове на председателя на ведомството, осъществявах процесуално представителство пред съда и участвах в международни и европейски проекти. Преминах специализирано обучение на Европейското патентно ведомство и успешно положих пред Патентно ведомство двата изпита за представител по индустриална собственост - в областта на марките и промишлените дизайни, и в областта на изобретенията и полезните модели. От 2010 г. в продължение на 10 години осъществявах професионална дейност на адвокат и представител по индустриална собственост, а от средата на 2020 г. и в момента съм правен консултант и съветник. Практиката ми обхваща както въпроси свързани с търговските марки и промишлените дизайни, така и с авторските права и патентите за изобретения. Акцент в дейността ми са също преговорите и изготвянето на различни договори и споразумения.

Опитът ми е базиран на водените през годините стотици съдебни дела, изготвените хиляди проекти на договори и становища, множеството извършени експертни патентни проучвания, проучвания за марки, подадени заявки, участия в специализирани

производства, като и добрата комуникация с клиентите (част от проектите, по които съм работил са достъпни на моят личен сайт - <https://www.politov.eu>).

5.Какви са основните проблеми и предизвикателства, които българските предприятия и творците срещат в своята дейност по отношение на правата на интелектуална собственост?

Основните проблеми и предизвикателства на предприятията, авторите и изобретателите са свързани с достъпа до професионална и навременна помощ от опитни експерти на разумна цена, както и осведомеността им относно интелектуалната собственост и нейното управление.

6.Какви са приоритетите пред Вас за следващата година?

Намерението ми е да продължа да популяризирам въпросите на авторското право сред българските архитекти, включително чрез Сдружение „САПЗАПА“. Също така смятам да обединя усилия с други колеги – опитни юристи в областта на интелектуалната собственост, с цел разширяване на възможностите за оказване на правно съдействие и на портфолиото от проекти.

INTERVIEW

BULGARIAN ASSOCIATION OF ARCHITECTS FOR COPYRIGHT PROTECTION IN ARCHITECTURE (BAACPA) AND MR. YORDAN POLITOV

Mr. Yordan Politov is a lawyer and expert in the field of intellectual property.

1.Please tell us more about your CMO.

The BAACPA registered in the Register of Organizations for Collective Management of Rights (CMO) by order of the Minister of Culture in, according to the Act on Copyright and Related Rights (ACRR), as a registered CMO of architects and designers. The Association's legal capacity includes collective management, including copyright protection on the entire spectrum of works related to architecture, including constructed buildings and their designs.

The BAACPA provides consultations under Art. 15, para. 2 of the ACRR upon request from any owner of a building or other facility before making changes to the architectural work (e.g. during reconstruction). Based on Art. 24, para. 1, item 15 of the ACRR, BAACPA must coordinate in advance any free use of a building - a work of architecture, or of a plan of such a building for the purpose of its reconstruction (e.g. during major renovations).

2. What are the main problems and challenges that Bulgarian architects encounter in their activities regarding intellectual property rights?

Architectural designers find it difficult to navigate the environment when exercising their copyrights on architectural works, both when concluding contracts for design assignments and when protecting against infringement.

Apart from this, among representatives of state and local authorities (departments, municipalities, etc., which are the most frequent construction clients), there is a misunderstanding regarding the intellectual property rights of architects. We often encountered, for example, that an architect must fill out a declaration by which he waives his copyrights with regards to a project/object, which is in complete contradiction with the ACRR.

This requires both a change in the practice of municipalities, administrative bodies (e.g. The Directorate for National Construction Control (DNSC)) and the court, as well as certain legislative changes in the ACRR, the Spatial Development Act and the Public Procurement Act. In this regard, there is also an urgent need for the training of decision-makers in the relevant institutions who should be able to explain the basic concepts related to copyright of architectural works.

3. What are the priorities of the BAACPA for the next year?

The BAACPA will continue to explain and defend before the public and the competent state and municipal authorities the essence of copyright on architectural works and the resulting obligations of all users of these works and will continue to make efforts to raise the prestige of architectural designers in investment design.

4. Please tell us more about your experience.

I took my first steps in the field of intellectual property in the period between 2006 and 2010 as a legal advisor and an expert in industrial property at the Bulgarian Patent Office. I worked

successively in the legal department and in the international affairs department, preparing acts of the chairman of the office, providing procedural representation before the court and participating in international and European projects. I underwent specialized training at the European Patent Office and successfully passed the two exams for an industrial property representative before the Patent Office - in the field of trademarks and industrial designs, and in the field of inventions and utility models.

After 2010, for a period of 10 years, I worked as a lawyer and industrial property representative, and from mid-2020 onward I am a legal consultant and advisor. My practice covers issues related to trademarks and industrial designs, as well as copyright and patents for inventions. My activities also focus on negotiations and drafting various contracts and agreements.

My experience is based on hundreds of court cases conducted over the years, thousands of draft contracts and opinions prepared, numerous expert patent searches, trademark searches, filed applications, participation in specialized proceedings, as well as good communication with clients (some of the projects I have worked on are available on my personal website - <https://www.politov.eu>).

5. What are the main problems and challenges that Bulgarian enterprises and creators encounter in their activities regarding intellectual property rights?

The main problems and challenges of enterprises, authors and inventors are related to access to professional and timely assistance from experienced experts at a reasonable price, as well as their awareness of intellectual property and its management.

6. What are your priorities for the next year?

My intention is to continue to promote copyright issues among Bulgarian architects, including through the Bulgarian Association of Architects for Copyright Protection in Architecture (BAACPA). I also plan to join forces with other colleagues – experienced lawyers in the field of intellectual property, in order to expand the opportunities for legal assistance and the portfolio of projects.

ИНТЕРВЮ С АКАД. АТАНАС АТАНАСОВ

Акад. Атанас Атанасов - световно известен учен, изследовател в областта на биотехнологиите и създател на Съвместния геномен център на България.

1. Моля да представите Вашата организация.

Съвместният геномен център (СГЦ) е звено, създадено през 2007 година между СУ „Св. Кл. Охридски“ и Селскостопанска академия с оглед осъществяване на технологичен пренос в областта на агрохранителната система. С други думи как познанията породени от науката независимо, в кой университет или академия под формата на технологии, сортове и/или породи биха могли да бъдат навреме пренесени към агробизнеса, с цел увеличаване на добавената стойност и следователно неговата конкурентна способност на европейския и световен пазар.

2. Кои са актуалните проблеми пред интелектуалната собственост?

В своята петнадесетгодишна история СГЦ създаде пет полезни модела (ПМ). От тях рдинствено реално търговско приложение придоби така нареченият „Столетник“ който е млечнокислороден продукт комбиниращ про- и пребиотици.

Може да се счита, че един същественият пропуск, които все още допускаме е липсата на ясни договорености между създателите, внедрителите и ползвателите. С други думи, как продукта, който сме създали или ще съдействуваме да се реализира в производството ще се възвърне или отплати - под формата на роялти, лиценз или по-друг начин. Липсата на реклама и включването на създадените продукти в сайта на СГЦ бе друга съществена причина за липсата на значим интерес към научните открития и постижения от страна на агробизнеса и тяхната възвращаемост

3. Как да се издигне културата на интелектуалната собственост в бизнес и обществото като цяло, за да бъдат убедени творци, изобретатели, иноватори и бизнеса, че трябва да се уважават своите и чужди права на интелектуална собственост?

Съвместният геномен център като старт-ъп фирма е създаден от учени, чиито познания в защитата и реализацията на научните познания като интелектуална собственост са много слаби или липсват. Ето защо още от самото начало ние като СГЦ прибегнахме към

специализираните услуги на проф. Мария Маркова от УНСС, утвърден специалист по защитата на интелектуалната собственост, с чието ценно съдействие осъществихме защитата на петте ПМ. Открит въпрос остава, защо те не можах да се реализират като търговски продукти. Според мен такива специалисти като нея би трябвало на договорна основа да се чувствуват непрекъснатото като част от екипа на СГЦ.

4. Как трябва да се оптимизира контрола върху спазването на правата на интелектуална собственост?

Труден въпрос. Моите познания не ми дават компетенцията, за да отговоря адекватно на този много уместен въпрос. Нужно е навреме да се търси съдействието на специализиран орган. От малкият опит, който имам, защитата на оригинални постижения под формата на полезни модели, патенти, ноу-хау и т.н е изключително важен въпрос, но не по-малко важен е как те да се реализират в живота. Една от причините е , че липсва истинско частно партньорство, където интереса на двете страни няма да позволи постижението да остане нереализирано. Ако мен питат, то такова звено би трябвало да има на договорна основа непрекъснато специалист по интелектуална собственост, с който процеса на създаване и реалното му внедряване в производството т.е. неговата покупка продажба да върви от началото до края

5. Кои международни норми и добри практики да бъдат приложени в България, според Вас, с цел уважение към правата на интелектуална собственост?

Както по-горе това е труден въпрос. И тук моите познания не ми дават компетенцията, за да отговоря адекватно на този много уместен въпрос. Нужно е навреме да се търси съдействието на специализиран орган

INTERVIEW WITH ACAD. ATANAS ATANASOV

Acad. Atanas Atanasov – a world-renowned scientist, researcher in the field of biotechnologies and founder of the Joint Genomic Center in Bulgaria

1. Please introduce your organization.

The Joint Genomic Center (JGC) is a unit established in 2007 by Sofia University "St. Kliment Ohridski" and the Agricultural Academy with a view to implementing technology transfer in the field of agri-food. In other words, how could the knowledge generated by science, regardless of which university or academy, in the form of technologies, varieties and/or breeds, be transferred to agribusiness in a timely manner, in order to increase the added value and therefore its competitiveness on the European and global markets.

2. What are the current problems facing intellectual property?

In its fifteen-year history, the JGC has created five utility models (UM). Of these, the only one that has acquired real commercial application is the so-called "Stoletnik", which is a lactic acid product combining pro- and prebiotics.

It can be considered that one of the significant gaps that we still allow is the lack of clear agreements between creators, implementers and users. In other words, how the product that we have created or will help to implement in production will generate a return - in the form of royalties, licenses, etc. The lack of advertising and the inclusion of the created products on the JGC website was another significant reason for the lack of significant interest in scientific discoveries and achievements on the part of agribusiness.

3. How to raise the intellectual property culture in business and society as a whole, in order to convince creators, inventors, innovators and business that their own and other people's intellectual property rights must be respected?

The Joint Genome Center as a start-up company was created by scientists whose knowledge in the protection and implementation of scientific knowledge as intellectual property is very weak or absent. That is why, from the very beginning, we, as the JGC, resorted to the specialized services of Prof. Maria Markova from the UNWE, an established specialist in the

protection of intellectual property, with whose valuable assistance we acquired the protection of the five IP objects. An open question remains why they could not be realized as commercial products. In my opinion, such specialists like her should, on a contractual basis, constantly feel like part of the JGC team.

4. How should control over intellectual property rights be optimized?

A difficult question. My knowledge does not give me the competence to adequately answer this very relevant question. It is necessary to seek the assistance of a specialized organization in a timely manner. From the little experience I have, the protection of original achievements in the form of utility models, patents, know-how, etc. is an extremely important issue, but no less important is how they can be realized in life. One of the reasons is that there is a lack of real private partnerships, where the interest of both parties will not allow the achievement to remain unrealized. If you ask me, such a unit should have a permanent specialist in intellectual property on a contractual basis, with whom the process of creation and its actual implementation in production, i.e. its purchase and sale, would go from beginning to end.

5. Which international norms and good practices should be implemented in Bulgaria, in your opinion, in order to respect intellectual property rights?

As above, this is a difficult question. Here too, my knowledge does not give me the competence to adequately answer this very relevant question. It is necessary to seek the assistance of a specialized organization in a timely manner

ИНТЕРВЮ С Г-ЖА БОГДАНА ВЪТЕВА

Г-жа Богдана Вѳтева - Месопреработвателната компания „Тандем –В“ ООД. Компанията е създадена през 1993г.от братята Кирил и Тодор Вѳтеви. Днес тя е лидер на пазара на месни продукти с висока хранителна стойност в България като предлага сурови продукти, малотрайни колбаси, пушени деликатеси, печени деликатеси, шунки, трайни колбаси, сурово-сушени колбаси и деликатеси, настети.

1. Какво е значението на интелектуалната собственост /ИС/ за успеха на Вашата фирма?

Интелектуалната собственост играе ключова роля за успеха на фирма Тандем, тъй като тя защитава иновациите, уникалността и конкурентоспособността на нашите продукти. Чрез регистрирането на словесни и комбинирани марки, както и промишлени дизайни, ние можем да предотвратим копирането и неоторизираното използване на нашите идеи, което укрепва нашата позиция на пазара. ИС също така повишава нашата репутация и доверие сред клиентите, което е от съществено значение за дългосрочния успех.

2. Имате ли регистрирани обекти на ИС – патенти, полезни модели, промишлени дизайни, марки? Какво създавате? Как го защитавате? Как влияе върху бизнеса Ви?

Да, имаме регистрирана интелектуална собственост, изразявайки се в словесни и комбинирани марки и промишлени дизайни. Създаваме уникални опаковки и наименования на продукти и продуктови серии, които отличават нашите продукти от конкурентите. Защитаваме нашата интелектуална собственост чрез регистриране в съответните институции и правна защита, което влияе положително върху бизнеса ни, тъй като ни позволява да се фокусираме върху иновации и качество, без да се притесняваме за копиране.

3. Имате ли специализирано звено по интелектуална собственост?

Да, имаме специализирано звено по интелектуална собственост, което се занимава с управлението на нашите марки и дизайни, както и с мониторинг на пазара за нарушения. Това звено играе важна роля в защитата на нашите права и в стратегическото планиране на нови разработки.

4. Как защитавате производствените и търговски тайни на Вашия бизнес?

Производствените и търговски тайни защитаваме чрез строг контрол на достъпа до важна информация, както и чрез редовни обучения относно важността на защитата на информацията.

5. Имали ли сте случаи, в които сте успели да разрешите казус/ конфликт с използване на Ваша интелектуална собственост от нелоялни лица/ фирми без Ваше разрешение и как сте го разрешили?

Не, до момента не сме имали случаи на неразрешено използване на наша интелектуална собственост от нелоялни лица или фирми. Работим активно за защита на нашите права и до сега не сме се сблъскали с подобни конфликти.

INTERVIEW WITH MRS. BOGDANA VATEVA

Mrs. Bogdana Vateva – meat processing company "Tandem-V" Ltd. The company was established in 1993 by brothers Kiril and Todor Vatevi. Today it is a leader in the market of meat products with high nutritional value in Bulgaria, offering raw products, sausages, smoked delicacies, baked delicacies, hams, and pâtés.

1. What is the importance of intellectual property (IP) for the success of your company?

Intellectual property plays a key role in the success of Tandem, as it protects the innovation, uniqueness and competitiveness of our products. By registering word and combination marks, as well as industrial designs, we can prevent copying and unauthorized use of our ideas, which strengthens our position in the market. IP also enhances our reputation and trust among customers, which is essential for long-term success.

2. Do you have registered IP objects - patents, utility models, industrial designs, brands? What do you create? How do you protect it? How does it affect your business?

Yes, we have registered intellectual property, expressed in word and combination marks and industrial designs. We create unique packaging and product names and product series that distinguish our products from competitors. We protect our intellectual property through

registration with the relevant institutions and legal protection, which has a positive impact on our business, as it allows us to focus on innovation and quality without worrying about copying.

3. Do you have a specialized intellectual property unit?

Yes, we have a specialized intellectual property unit that deals with the management of our brands and designs, as well as monitoring the market for violations. This unit plays an important role in protecting our rights and in the strategic planning of new developments.

4. How do you protect the production and trade secrets of your business?

We protect production and trade secrets by strictly controlling access to important information, as well as through regular training on the importance of information protection.

5. Have you had any cases in which you were able to resolve a case/conflict with the use of your intellectual property by individuals/companies without your permission and how did you resolve it?

No, we have not had any cases of unauthorized use of our intellectual property by individuals or companies. We work actively to protect our rights and have not encountered any such conflicts so far.