

# Діяльність з ознаками «паразитів»: чого варто уникати при оформленні своїх пабів, барів, ресторанів



*e-mail: [pakharenko@pakharenko.kiev.ua](mailto:pakharenko@pakharenko.kiev.ua)*

*Phone: +380 (44) 593 96 93*

*Fax: +380 (44) 451 40 48*

**ВЕЛИЧКО ЛЮДМИЛА**  
юрист,  
Патентний повірений України

**Патентно-правова фірма  
«ПАХАРЕНКО І ПАРТНЕРИ»**

# Бренд

«Бренд» зазвичай включає у себе наступні об'єкти, які охороняються інтелектуальною власністю:

- ❑ Знак для товарів і послуг (торговельна марка);
- ❑ Добре відомий знак для товарів і послуг (торговельна марка);
- ❑ Характерні елементи (слова, зображення, кольорові рішення), які не є самостійними торговельними марками, проте такі елементи є загальними у складі серії торговельних марок та такими, що впізнаються;
- ❑ Фірмові (комерційні) найменування та ін.



# Бренд і масова культура

Альфред Дюлер, 51 рік, скорпіон під впливом тільця, директор з маркетингу, костюм - HUGO BOSS, одеколон - HUGO BOSS, улюблений поет - HUGO BOSS, не торкається до дружини з дев'яносто третього року, голосує за правих



стоп-кадр із кінофільму «99 франков», режисер Ян Кунен, кінокомпанія «Арт Франс», 2007 р.



стоп-кадр із кінофільму «Харлей Девідсон и ковбой Мальборо», Metro\_Goldwyn\_Mayer, 1991 р.

- ❑ успішність товару (послуги) як «легендарного образу»;
- ❑ його унікальності – як символ приналежності до певного класу, прошарку суспільства, суб-культури тощо;
- ❑ його популярності - як символ «це модно»;
- ❑ його переваги - як символ «це найкраще»;
- ❑ його престижу - як символ «це круто».

# Паразитування на репутації

Використання легендарних брендів у оформленні кафе, ресторанів тощо з самого початку робить ці заклади привабливими у споживачів, збільшуючи кількість відвідувачів тощо.



# Обережно, недобросовісність

Основної вимогою правовласників брендів є повна зміна всього дизайну оформлення кафе (ресторану), вивіска, меню та ін. побутових аксесуарів шляхом вилучення торговельних марок з усіх предметів, на які вони були нанесені.



## ВИРІШЕННЯ

Добровільне виконання вимог власника прав на ОІВ

Примусове виконання



Суд



Антимонопольний комітет



Не варто прагнути отримати швидке визнання і привабливість у споживачів шляхом використання популярних образів і брендів.



Варто підходити до справи креативно, розробляючи власні торговельні марки, використовуючи всі маркетингові інструменти для просування власної марки у масову культуру, створення власних характерних і цікавих образів та брендів, що стане запорукою сталого розвитку Вашого бізнесу.







**ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!**

**Бажаю створення легенд власними  
руками кожному**

**Людмила Величко**

**Патентно-правова фірма  
«ПАХАРЕНКО І ПАРТНЕРИ»**

**Україна, м. Київ, Бізнес-центр «Олімпійський»,  
вул. Червоноармійська, 72, 1-й під'їзд, 7-й поверх**

**тел. +380 (44) 593 96 93**

**факс: +380 (44) 451 40 48**

**e-mail: [pakharenko@pakharenko.com.ua](mailto:pakharenko@pakharenko.com.ua)**