

Drepturile de Proprietate intelectuală în industria turismului din China

Potrivit Organizației Mondiale a Turismului din cadrul Organizației Națiunilor Unite, China este sursa de turism cu cea mai rapidă creștere din lume, deoarece clasa de mijloc din China devine din ce în ce mai bogată și își permite din ce în ce mai mult să călătorească în străinătate. În același timp, piața internă a turismului din China crește, de asemenea, într-un ritm rapid, cu o rată medie anuală de creștere de 10%¹. În plus, deoarece guvernul chinez se angajează să dezvolte sectorul turistic, pentru IMM-urile europene pot apărea o mulțime de oportunități de afaceri.

Cu toate acestea, există restricții semnificative pentru companiile străine care doresc să se implice pe piața turistică externă a Chinei, deoarece toate entitățile străine trebuie să solicite o licență specială la Administrația Națională a Turismului din China. Procesul de aplicare este de durată și, în prezent, doar câteva companii străine sunt autorizate să opereze pe piața turistică externă a Chinei.

În același timp, potrivit Centrului pentru IMM-uri din UE, există și câteva oportunități interesante pentru IMM-urile europene pe piața internă a turismului, "unde expatriații, vizitatorii străini și segmentul high-end al pieței chineze au o cerere pentru pachete creative și orientate spre servicii".

IMM-urile implicate în turism trebuie să acorde o atenție deosebită protejării drepturilor de proprietate intelectuală, deoarece încălcările acestora sunt încă relativ comune în China. Drepturile de proprietate intelectuală reprezintă un factor-cheie pentru succesul afacerilor, iar neglijarea înregistrării acestora în China ar putea duce cu ușurință la încetarea eforturilor de afaceri ale IMM-urilor în țară. Astfel, este necesară o strategie robustă privind DPI, atunci când se accesează piața promițătoare a Chinei.

Protecția mărcii - piatra de temelie a protecției DI în sectorul turismului

Brandingul este crucial pentru sectorul turismului, deoarece permite companiilor să se diferențieze de restul, creând o nișă de piață și un farmec ce se va traduce în creșterea numărului de turiști. În sectorul turistic, "branding-ul destinației" este la fel de important pentru branding-ul companiei. Destinația de branding se bazează adesea pe un logo și pe un slogan, exemple fiind stațiunea elvețiană St. Moritz, ce folosește sloganul "Top of the World" sau campania Birourilor Naționale de Turism din China "China Like Never Before".

¹ The Tourism Market in China- EU SME Centre - http://www.ccilc.pt/sites/default/files/eusme_centre_report_-_tourism_market_in_china_update_-_sept_2015.pdf

IMM-urile sunt sfătuite să-și înregistreze logo-ul și sloganul ca marcă comercială înregistrată în China pentru a-și proteja brandul, deoarece drepturile de proprietate intelectuală sunt teritoriale, iar mărcile comerciale europene nu se bucură în mod automat de protecție în China.

China adoptă sistemul "primul venit, primul servit", ceea ce înseamnă că prima persoană care înregistrează o marcă deține această marcă. Este deosebit de important ca IMM-urile să înregistreze marca în China, deoarece pirateria mărcii înregistrate ca urmare a înregistrării cu "rea-credință" reprezintă o problemă serioasă. Înregistrarea "cu rea-credință" înseamnă că o terță parte, care nu deține marca, înregistrează o marcă a IMM-ului european, împiedicând astfel proprietarul legitim să-l înregistreze. Aceste companii fără scrupule încearcă, în mod normal, să revândă marca la proprietarul său la un preț mult mai mare.

Atunci când se înregistrează o marcă în China, IMM-urile ar trebui să țină cont de faptul că clasele de înregistrare a mărcilor (în conformitate cu clasificarea de la Nisa) sunt în continuare divizate în subclase în China. Este important să înregistrați marca pentru clasa și subclasele corecte. Dacă subclasele nu sunt desemnate în cerere, examinatorul Oficiului pentru Mărcile Comerciale din China (CTMO) va decide ce subclase va primi, ceea ce ar putea să nu fie benefic pentru solicitant. Mai mult, dacă un IMM uită să se înregistreze în toate subclasele relevante, companiile fără scrupule pot să înregistreze mărcile IMM-urilor în aceste subclase.

Nu uitați să vă protejați marca și în limba chineză

Întrucât înregistrarea unei mărci în caractere romane originale nu protejează automat marca împotriva utilizării sau înregistrării aceleiași mărci sau a unor mărci similare, scrise cu caractere chinezești, este recomandat să înregistrați o versiune a mărcii dumneavoastră și în caractere chinezești. Mai mult, dacă nu există niciun nume pentru marca IMM-urilor în limba chineză, este posibil ca acesta să fie adoptat de consumatorii locali fie prin traducere sau prin transliterare, dar nu neapărat cu conotațiile sau imaginea corectă pe care IMM-ul dorește să o transmită.

Deoarece limbajul chinez are caracteristici unice, marca comercială în limba chineză a IMM-urilor ar trebui să fie dezvoltată cu atenție, cu sprijinul și orientarea experților în marcă, marketing și PR, precum și a vorbitorilor nativi de limbă chineză și a traducătorilor.

Luați în considerare și protejarea domeniului de internet

Majoritatea companiilor implicate în turism se bazează pe site-uri web pentru a atrage clienți și, prin urmare, protejarea numelui de domeniu online are o importanță majoră pentru IMM-uri. Este recomandabil să înregistrați nume de domenii de internet în China, deoarece un nume de domeniu chinez înregistrat va împiedica pe alții să utilizeze acel nume de companie sau de brand ca numele site-ului lor. Înregistrarea numelor de domenii pe internet este, de asemenea, importantă, deoarece probleme precum "cybersquatting" încă persistă în China. Cybersquatting înseamnă că o terță parte înregistrează un nume de domeniu care este identic cu numele

companiei sau al mărcii comerciale a companiei europene, în scopul vânzării numelor de domenii înapoi proprietarului de drept la un preț mult mai mare.

Numele de domenii de Internet pot fi înregistrate la Centrul de Informare al Rețelelor de Internet din China (CNNIC), iar acest lucru ar trebui făcut imediat ce compania intenționează să facă afaceri în China, deoarece înregistrarea numelui de domeniu internet funcționează tot în cadrul sistemului "primul venit, primul servit". Procesul de înregistrare a numelui de domeniu pe internet durează câteva săptămâni și costă în prezent între 50 și 100 de euro pe an, mult mai ieftin decât ar costa rezolvarea unei dispute privind numele de domeniu.

Este recomandat să monitorizați numele de domeniu similare și să vă protejați numele de domeniu în caz de confuzie sau de atacuri de tip "cybersquatting", întrucât înregistrarea numelor de domeniu chinezești sunt adesea cheia dezvoltării locale a întreprinderii și, prin urmare, neprotejarea acestuia poate afecta în mod serios compania dumneavoastră.

Cereți-vă întodeauna drepturile

Intrarea pe o piață nouă și protejarea proprietății intelectuale înseamnă că sunteți pregătit să vă apărați aceste drepturi și, prin urmare, pentru a vă asigura că obiectivele afacerii sunt îndeplinite este recomandată o planificare bugetară pentru momentele când vă sunt încălcate drepturile, această planificare fiind cheia unei strategii de afaceri de succes. Atunci când IMM-urile europene identifică o încălcare a drepturilor, acestea ar trebui să își ceară imediat drepturile prin diferitele căi disponibile. Dacă IMM-urile reușesc să-și construiască reputația de a fi "litigioase", în viitor, va fi mai puțin probabil ca acele companii de "rea-credință" să vă încalce drepturile.

Există trei opțiuni principale de a vă cere drepturile în China: acțiuni administrative, litigii civile și sancțiuni penale. Acțiunile administrative sunt, în mod obișnuit, o modalitate rapidă și eficientă de a face față încălcărilor proprietății intelectuale și, prin urmare, constituie o opțiune viabilă, în special pentru IMM-urile care se confruntă cu bugete limitate.

Helika Jurgenson

Biroul de asistență al IMM-urilor pentru drepturile de proprietate intelectuală

Materialul a fost elaborat de China IPR SME Helpdesk.

*China IPR SME Helpdesk – sprijină întreprinderile mici și mijlocii (IMM) din statele membre ale Uniunii Europene în vederea aplicării și protejării drepturilor de proprietate intelectuală în relația cu China, Hong Kong, Macao și Taiwan, pe baza prevederilor de **informații și servicii libere**. Reprezentanții IMM-urilor pot trimite propriile întrebări legate de drepturile de*

proprietate intelectuală prin e-mail (question@china-iprhelpdesk.eu) pentru a avea acces la un grup de experți, care vor oferi sfaturi gratuite și confidențiale, în termen de 3 zile lucrătoare. China IPR SME Helpdesk este co-finanțat de Uniunea Europeană. Pentru mai multe informații despre drepturile de proprietate intelectuală din China, nu ezitați să vizitați portalul online al organizației, accesând următorul site: <http://www.ipr-hub.eu/>.