

4월 10일...마드리드 국제상표출원제도 시행 !!

특허청은, 국제상표출원제도인 “마드리드 의정서(Madrid Protocol)”가 4월 10일부터 국내에서 시행됨에 따라 4월 10일 특허청 서울사무소에서 기념행사를 갖고 국제상표출원서의 접수를 개시했다.

마드리드 의정서란, 특허에 있어서의 『특허협력조약(PCT)』에 대응되는 상표분야의 국제출원시스템에 관한 조약으로서, 상표 및 서비스표에 대한 해외출원절차를 간소화하여, 우리나라 특허청에 제출하는 하나의 출원서로 상표등록을 받고자 하는 여러 국가를 지정하여 동 의정서 가입국에서의 절차를 밟을 수 있고, 세계 각국에서 등록 받은 상표권을 국제등록부에 의해 일원적으로 관리할 수 있는 원스탑(ONE-STOP) 국제상표출원시스템이다.

이번 마드리드 의정서의 국내시행은 과거, 개별국가별로 개별국가에 거주하는 대리인을 선임하여 개별국가의 언어로 해외상표출원을 해야했던 불편을 해소하고, 개인 및 기업, 나아가 국가의 글로벌 브랜드 개발 전략의 토대를 마련한 것으로, 개인 및 기업 등 출원인에게는 보다 간편한 절차와 저렴한 비용으로 해외에 상표를 출원할 수 있는 길을 제공하고, 국가적으로도, 영어로 된 국제출원서의 심사를 통해 상표심사수준이 향상되고, 상표분야의 대표적 국제규범인 동 의정서의 채택으로 국제사회에서의 위상이 강화될 것으로 기대된다.

특허청은 해외로 진출하는 우리 기업과 개인의

상표권을 보호하고 우리나라 지재권제도의 선진화를 위해 지난 1월 10일 동 의정서에 가입하였고, 동 제도의 효율적인 이용을 위해 우리 기업 및 개인, 대리인을 대상으로 2차에 걸쳐 설명회를 개최하였으며, 민원인을 위한 가이드, 마드리드 시스템 관련 질의응답집 발간, 지정상품 영문화 인터넷 서비스 개시 등 동 제도의 안정적인 시행을 위한 기반조성을 위해 노력해 왔다.

특히 4월 3일부터 개시된 국제상표출원인을 위한 상품 영문명칭 인터넷 서비스는 수개월에 걸쳐 외국의 사례를 참조하여 8,259개의 상품 및 서비스를 영역한 것으로 출원인의 국제출원서 작성에 편의를 제공하기 위한 것이다.

한편, 이번 마드리드 의정서의 시행은 국내 수수료체계에도 근본적인 변화를 가져오게 되었다.

그동안 국내 상표출원인들은 상표등록을 통해 보호받고자 하는 지정상품 수가 상품류별로 10개를 초과할 경우 가산수수료를 부담하여야 했으나, 마드리드 의정서의 시행에 따라 출원인들은 지정상품 수에 따른 추가적인 가산수수료의 부담없이 국제상품분류에 따라 동일한 류에 있는 지정상품을 원하는 대로 지정할 수 있게 된다.

향후 특허청은, 새로운 제도의 시행에 맞추어 우리 국민들이 불편함이 없이 국제상표출원을 할 수 있도록 마드리드 시스템에 대한 지속적인 홍보와 교육을 강화해 나갈으로써 동 시스템이 조기에 안정적으로 정착할 수 있도록 할 계획이다.

브랜드 경쟁력은 기업경쟁력의 바로미터 우리나라 최초등록 상표들 경쟁력 낮아 단명.

약 60만건의 등록상표 및 서비스표 중에서, 우리나라 최초로 등록된 상표는 1952년에 등록된 “天(天)”(상품:신발)이며, 최초로 등록된 서비스표는 1953년에 등록된 “百花堂(百花堂)”(서비스업:예식업)이다.

생필품, 음료 등 관련 주요 상품별 최초 등록상표를 보면, 대부분 '52~'55년 사이에 등록된 상표들로 사이다는 “三星사이다”, 메리야스는 “용마 LYONG MA”, 양주는 “삼칠 THREE SEVEN 777”, 과자는 “해태”, 향수는 “Toni”, 화재경보기는 “IBM”, 차(음료)는 “Coke”, 화장지는 “WHITE ROSE”, 자물쇠는 “MASTER” 등이다.

주요 서비스업별 최초 등록서비스표를 보면, 대부분 '53~'60년도에 등록된 서비스표들로 백화점은 “동화백화점”, 자동차 부품 판매업은 “起亞”, 보험업은 “YuHan”, 방송업은 “中央”, 인쇄출판업은 “金剛社”, 양복업은 “海昌”, 임대업은 “IBM”, 수선업은 “기쁜소리社”, 제약업은 “萬保”, 운송업은 “()”, 금융업은 “()” 등이다.

금번에 조사한 50개 상표/서비스업 분야에서 최초로 등록된 상표 및 서비스표들 중 1952년 이래 현재까지 존속하는 상표는 8개에 불과하고 모두(100%)가 외국인 등록상표이다.

해태, 기아 등 일부 내국인 등록표장들의 경우는 유사 표장으로 또는 다른 상품에 다시 출원·

등록하여 사용되고 있으나, 대부분의 내국인 등록상표·서비스표의 경우 10~20년간 존속하다가 소멸되었다.

그 소멸된 원인을 보면, 기업경쟁력 약화로 인한 상품생산 중단, 상표 관리 소홀로 인한 존속기간 경과, 상표/서비스표 표장 자체의 진부성으로 인해 사용을 중단한 경우 등이다.

등록이래 40~50년간 존속하고 있는 외국인 등록상표들은 Toni, Coke, DEL MONTE, ALCAID, IBM, SUPERMAN 등으로 대부분 우리나라는 물론 세계적으로 널리 알려져 있는 브랜드들이다.

이 유명브랜드들의 권리자가 지렛, 코카콜라, 칼텍스 등 대부분 세계적으로 경쟁력 있는 기업인 것을 보면, 기업의 경쟁력을 유지하고 강화하기 위한 핵심 경영전략으로 이미 브랜드(상표 등) 관리전략을 지속적으로 추진하고 있음을 알 수 있음. 즉 브랜드의 전략적인 관리가 기업경쟁력의 생성, 유지 및 강화의 비결인 것이다.

이러한 세계적인 기업들처럼, 21세기 지식사회에서 우리 기업도 국내외 시장에서 경쟁력 있는 세계적인 기업으로 성장하기 위해서는 생산성 향상 등을 통한 기업경쟁력을 제고하려는 끊임없는 노력과 더불어 톡톡 튀는 브랜드의 창출과 브랜드의 효율적인 관리에 기업의 성패를 걸어야 할 때이다.

지역특산품의 브랜드화

특허청은 정부대전청사 4동 7층 특허청 멀티미디어센터 회의실에서 행정자치부 및 15개 시·도 상표디자인 담당과장과의 간담회를 개최하여, 지역특산물 및 전통문화상품에 대한 지방자치단체 브랜드·디자인 개발 및 권리화를 위한 중앙정부 차원의 지원방안을 논의했다.

그동안 특허청은 2002 한·일 월드컵으로 형성된 국가이미지 상승효과를 각 지역의 전통·문화상품 및 특산품의 세계 상품화로 연결하기 위하여 지역특산물 및 전통문화상품에 대한 지방자치단체 차원의 자체 브랜드 및 디자인 개발을 적극 장려하고 이를 상표 및 의장 등의 지식재산권으로 출원하여 권리화 하도록 유도하기 위한 목적의 지역 순회설명회 등 지원사업을 적극 추진해 오고 있었다.

이번 간담회는 본 사업의 보다 체계적인 추진

과 활성화를 위하여 마련된 자리로서 특허청은 그동안 추진해 온 지역설명회 진행과정에서의 문제점을 설명하고 지자체의 적극적인 협조를 당부 시·도 참석자는 지역 고유 브랜드·디자인 개발 및 사업화와 관련된 제반 애로사항을 해소하기 위한 특허청 및 중앙정부의 적극적인 지원을 건의 특허청은 앞으로 행정자치부 및 각 시·도와 긴밀한 협조체제를 구축하여, 각 지자체 공무원의 지식재산권에 관한 인식 및 전문성을 제고하기 위한 체계적인 교육을 실시함과 동시에 각 기초자치단체별 영농단체 및 특산물 생산업체 등의 특성에 맞는 개별 순회교육을 병행 실시하는 등 각 지역의 전통·문화상품 및 특산품의 세계 상품화를 위한 지방자치단체의 상표·의장 권리화를 적극 지원해 나갈 계획이다.

책임경영시대 實名(姓名)상표가 뜨고 있다

실명상표는 강한 식별력이 있어 출원인에게는 상표등록이 용이하고, 소비자에게는 품질 보증성에 대한 신뢰도가 높아 생산자와 소비자 모두에게 이익이 되는 좋은 상표로 인식되면서 책임경영시대에 상표의 실명화 바람이 불고있다.

2000년대 들어 자신의 이름을 상표나 서비스표로 출원하여 등록받는 사례가 두드러지게 증가하고 있다.

지난 3년간 특허청에 출원하여 등록된 실명상표는 2000년도에 63건을 비롯하여 2001년 81건,

2002년 113건으로 각각 전년대비 32.7%, 39.5%의 증가율을 보이고 있다. 이는 같은해 전체 등록건수 30411건(2000년), 33602건(2001년), 40561건(2002년)에 비해 1%에도 못 미치는 아주 적은 건수에 불과하지만 자신의 이름을 걸고 상품 및 서비스의 품질을 보증하고 한결음 더 다가가 소비자의 신뢰를 구축하고자하는 현상으로 이제 상표에도 책임경영시대가 도래하고 있음을 보여주는 것이라 분석된다.

이와같이 실명상표의 출원, 등록이 증가하고

있는 이유는 자기의 이름으로 된 상표 또는 서비스표가 자신의 상품 또는 서비스업을 타인의 것과 식별하는 것이 용이할 뿐 아니라 자신의 상품에 대한 품질 보증이라는 주요 기능을 가지고 있어 상표권자에게는 자기의 명예와 직결되는 품질 보증의 책임이 주어지고 소비자에게는 신뢰의 안정성 확보라는 장점이 있어 양자 모두에게 이익이 되는 것으로 인식되기 때문이다.

특히 상표의 실명화가 두드러진 분야는 상품 생산자 및 서비스 제공자의 손맛, 솜씨, 비법, 기능 등이 요구되는 식품, 의류, 음식점, 미용실 등으로 전체 등록 중 65.6% 이상을 차지하고 있으며 그 예로서는 차류에 『홍생리 청매실원』, 건강보조식품류에 『황성주 자연생식』, 전통한과 및 음식점경영업에 『황해성가의食文化』, 미용실업에 『MAY SALON』 등이 있다.

이외에도 오래전부터 특허청에 출원 등록되어 사용되고 있는 이름상표로는 골프의류 및 골프용품에 『LEE DONG SOO』, 젓갈등 식품류에 『김정호』 등이 당해 업종에서 High Brand의 지위를 자리매김 했고, 본명 보다 예명으로 더 유명한 『Andri Kim 앙드레 김』은 의류 및 패션업에서 이미 유명세를 굳혔을뿐 아니라, 본명 못지않게 널리 알려진 고 김기창화

백의 호 『홍』은 공예품, 문방구류등 다양한 상품 및 서비스업에 등록하여 사업의 다각화를 시도하고 있는 등 상표의 실명화 바람은 앞으로도 계속 증가될 것으로 전망된다.

특허청에서는 우리나라의 개인 또는 중소기업이 특허 또는 실용신안으로 외국에 출원할 경우 대리인비용, 번역료 등 소요비용 전액을 금년 4월부터 용자해 주기로 했다.

해외진출의 선결조건, 특허권 획득 비용 지원 확대

우수 특허를 보유한 중소기업이 해외로 진출하기 위해서는 진출하고자 하는 국가에서 특허권을 획득하는 것이 선결 조건이나, 해외 출원에 소요되는 비용이 1건당 1천만원 정도로 중소기업의 경우에는 상당한 부담으로 작용하였다.

국가명	미국	일본	중국	영국	유럽(6개국기준)
총비용	950만원	1,100만원	800만원	800만원	1,900만원

* 국내대리인 수수료 150만원, 외국대리인 수수료 4,000\$, 번역료 96만원, 성공보수료 150만원 등 포함

이에 따라 특허청은 금년 4월부터 국내 중소기업의 해외출원에 대한 용자지원사업을 신설, 해외출원 1건당 1천만원을 한도로 1인당 최대 1억

원을 3년거치 5년분할상환 조건으로 용자하여 해외출원을 적극 지원할 것이다.

해외출원비용 용자를 신청할 수 있는 자격은 국내에서 특허 또는 실용신안으로 등록 또는 출원한 개인 및 중소기업이며, 신청할 곳은 한국발명진흥회 특허기술 사업화알선센터로 금년 4월부터 매분기별 신청자를 모집할 계획이다.

또한, 특허청에서는 그동안 개인, 중소기업의 해외출원비용에 대하여 1인당 3건 이내, 건당 120만원을 보조로 지원하던 것을 1건당 지원금액을 200만원으로 상향조정하고, 지원대상은 중기업을 제외한 개인, 소기업으로 변경하여 보다 실질적인 지원이 되도록 한다.

문의처는 특허청 발명정책과 과장 최종협, 전화 (042)481-5171, 한국발명진흥회 특허사업화

알선센터, 전화 (02)3459-2842~48이다.

국내 등록상표 수명 짧다, 외국 유명상표 8개 50년 존속

외국의 유명상표는 장수하는데 비해 국내 상표는 단명하는 것으로 나타났다.

특허청에 따르면 지난 52년 이후 60만건의 등록상표 가운데 현재까지 존속하는 상표가 8개에 불과하고 이들 모두가 외국인 등록상표인 것으로 조사됐다. 등록이후 현재까지 존속하는 외국인 등록상표는 IBM(화재경보기), Toni(향수), Coke(음료), DEL MONTE(어류통조림), RCA VICTOR(축음기), ALCAID(식용 및 공업용 유지), SUPERMAN(서적·잡지), PYREX(유리) 등으로 모두 지난 54년 등록됐다. 이처럼 외국인 상표가 장수하는 것은 코카콜라상사 등 세계적 기업에서 경쟁력을 유지·강화하기 위한 경영전략으로 상표관리를 지속적으로

추진한데 따른 것이다.

반면 우리나라 상표는 해태와 기아 등 일부 상표의 경우 비슷한 그림을 도안해 다른 상품으로 출원·등록해 사용하고 있으나 대부분 10~20년간 존속하다 소멸되고 있는 실정이다. 이는 기업 경쟁력 약화로 상품생산을 중단하거나 상표관리 소홀로 존속기간이 경과하고 상표의 진부성으로 사용을 중단하기 때문인 것으로 분석되고 있다. 진명섭 상표1과장은 “상표의 전략적인 관리가 기업경쟁력의 생성과 유지·강화의 비결”이라며 “우리나라 기업도 경쟁력 있는 기업으로 성장하기 위해서는 툭툭 튀는 상표개발과 효율적인 관리에 기업의 성패를 걸어야 한다”고 말했다.

출처 문화일보

ETRI, KAIST 특허출원最多

한국전자통신연구원(ETRI)과 한국과학기술원(KAIST)이 정부출연연구소와 대학가운데 국내 특허를 가장 많이 출원한 것으로 나타났다.

특허청에 따르면 출원 내용이 공개된 지난 83년부터 2001년까지 18년동안 ETRI는 정부출연연구소 전체의 62.8%(6천7백80건)를 KAIST는 대학 전체의 58.4%(1천62건)를 각각 특허 출원한 것으로 밝혀졌다. 전체 특허출원 67만7천8백

35건 가운데 내국인은 60.6%(41만8백62건)였고 내국인 출원중에서는 기업이 81.5%(33만4천6백72건), 개인 15.1%, 공공기관 3.0%, 대학 0.4% 순이었다. 출원연구소의 경우 한국과학기술연구원(KIST) 1천6백99건(15.4%), 한국화학연구원 9백56건(8.7%), 한국기계연구원 3백81건(3.5%)이 ETRI의 뒤를 이었다.

출처 한국경제