

Видоје Спасић  
асистент-приправник

## ПРЕНОС ЖИГА - МАРКЕ ПРОИЗВОДА И УСЛУГА

### I Појам и економски значај жига

Право на жиг-марку производа и услуга (*Markenrecht, Warenzeichenrecht, trademark law, droit de marque*), као део Права индустријске својине, развило се тек у 19. веку. Истина, обележавање-маркирање производа и услуга од стране произвођача и трговаца, ради њихове идентификације и разликовања од роба и услуга других произвођача и трговаца, били су познати од давнина. Још у старом веку, у Грчкој и Риму, било је уобичајено обележавање производа (ваза, скулптура, слика и сл.), неким карактеристичним знаком-симболом, који је имао за циљ да укаже на порекло произвођача, односно личност аутора. Стари век је, дакле, познавао жиг, преваходно, као средство ознаке порекла робе. Међутим, без обзира на, *de facto*, широку употребу знакова за обележавање робе, у пракси, легислатива и доктрина нису на адекватан начин сагледавали предметну материју. Римско право није експлицитно регулисало материју жигова, али је ипак кривично санкционисало неовлашћену употребу туђег знака за обележавање робе, као "*falsum und Stellation*" (превара и лукавство), док је по *ius civil*-у оштећеном лицу стајала на располагању *actio doli*.

У средњем веку у многим државама је постојало, не само право већ и обавеза стављања знакова на робу, било да је реч о индивидуалним знацима физичких лица или колективним знацима правних субјеката (еснафи, цехови или гилде). Из тог доба датира и Статут града Буда, који је садржао и одредбе о заштити жигова.

Развој жиговог права у правом смислу почиње тек са 19. веком. У почетку је правна заштита жиговима пружана посредно, било кроз опште одредбе Грађанског права (нпр. општепознати чл. 1382 и 1383 француског *Code civil*-а о накнади штете), било кроз одредбе прописа о сузбијању нелојалне утакмице или трговачких законика, да би касније ова материја била регулисана специјалним прописима о индустријској својини, на националном и међународном плану.

Данас жиг представља једно од најзначајнијих права индустријске својине, које је правно уређено и заштићено националним прописима и међународним конвенцијама.

У теорији постоји више дефиниција жига, али нам се чини да је најпотпунија и најприхватљивија она по којој "жиг представља сваки знак или средство које може да послужи за разликовање робе, производа или услуга једног физичког или правног лица од робе, производа или услуга исте или сличне врсте других физичких или правних лица у привредном промету, а који је заштићен по одредбама Закона о жиговима".<sup>1</sup> Позитивно-правно посматрано жиг је право којим се штити знак који у промету служи за разликовање робе, односно услуге једног физичког или правног лица од исте или сличне робе, односно услуге другог физичког или правног лица.<sup>2</sup>

У законодавству и теорији постоје различите врсте жигова, с обзиром на чињеницу шта се узима као критеријум поделе. Без намере да детаљно улазимо у побрајање и експлицирање свих подела, навешћемо само најзначајније врсте жигова, тек да би се стекао целовитији увид у предметну материју и лакше схватили проблеми које ћемо касније обрађивати. Тако, с обзиром на форму постоје жигови у речи, жигови у слици, жигови од слова и бројева, комбиновани, тродимензионални, *telle-quelle* жигови, жигови у звуку или мирису и акустични жигови.

Према функцији коју имају у привредном животу жигови се деле на робне, фабричке, трговачке, производне, услужне, чувене (реномиране) и општепознате (ноторне) жигове.

Према титулару-субјекту права жигови се деле на индивидуалне (појединачне) и колективне, а у оквиру колективних постоје посебне подврсте, нпр. жигови концерна, жигови холдинга и други.

На данашњем степену привредног и општецивилацијског развитака, жиг има огроман значај за укупан робни и пословни промет. При том, жиг добија нове димензије и садржаје, а уз постојеће и нове функције, примерене савременим друштвено-економским односима. Ако је у почетку жиг преваходно деловао као једно психолошко-пропагандно средство у освајању потрошачке публике и као такав имао моралну

---

<sup>1</sup> Поповић С. - Заштита робних и услужних жигова у југословенском праву-са освртом на међународно и упоредно право и судску праксу, Београд, 1969, стр. 40.

<sup>2</sup> Чл. 1 ст. 2 Закона о жиговима, "Сл. лист СРЈ" бр. 15, од 24. марта 1995. године.

(нематеријалну) вредност, данас је жиг, поред свега тога и врло значајан део капитала једног предузећа или компаније. Разуме се, да што је један жиг познатији он има већу вредност, тако да се према неким стручним проценама, код чувених (реномираних) жигова (*la marque de haute renommée, berühmte Marke*), нпр. *Mercedes, Sony, Coca-Cola* учешће вредности жига у укупном капиталу компаније процењује, на чак 60-70%.

Жиг, данас, има вишеструку функцију у привредном животу сваке земље. Без обзира на одређене специфичности код појединих националних законодавстава, данас су углавном неспорне следеће функције жига. Основна функција жига јесте да означи порекло робе, односно идентификује произвођача.

Везана с претходном је функција жига да индивидуализује робу, односну услугу ради њеног разликовања од сличних роба и услуга других произвођача.

Следећа је гарантна функција жига. Производ обележен жигом не мора имати изузетан квалитет, али мора имати константан квалитет кроз дуги низ година.<sup>3</sup>

Најзад, у условима светски развијеног тржишта жиг добија и снажну рекламно-пропагандну функцију за одређену робу, односно услугу. У том смислу, изрека да робу продаје њен квалитет узмиче пред геслом да робу продаје њен жиг-марка.

## II Пренос жига

У претходном делу видели смо какав је значај жига-марке производа и услуга за привредни живот. Пошто је једна од основних карактеристика жига његова прометљивост-трансферибилност, а како тржиште и економски закони не знају за баријере, већ поштују једино закон профита, то у данашњим условима пренос жига постаје свакодневна и могло би се рећи масовна појава. При том, треба истаћи да трансфер жига има најчешће међународни карактер и врши се између различитих држава и, по правилу, између индустријски развијених и неразвијених и земаља у развоју, мада није редак случај преноса жига и између самих индустријски развијених земаља, с обзиром на њихов економски интерес у конкретном случају.

*Ratio* и циљ преноса жига са једног на другог привредног субјекта су више него очигледни, а интерес обостран.

---

<sup>3</sup> Одлуку о томе какав ће квалитет дати својој роби, дискреционо доноси сам произвођач, у складу са минималним законским захтевима и својим економским мотивима. Међутим, код озбиљних произвођача, квалитет, не само што је константан, већ и тендира ка натпросечном.

Индустријски развијене земље преносом жига, не само што шире своја тржишта и свој утицај и на географски најудаљенија подручја, већ на тај начин и остварују профит, односно накнаду по основу уступљеног права. С друге стране, земље у развоју, које су технолошки неразвијене, куповином жига задовољавају потребе свог тржишта за одређеним конјуктурним и квалитетним производима и услугама, смањују своје проблеме незапошљености и у крајњој инстанци и по одбитку свих трошкова и оне остварују одређени профит. За потрошаче трансфер жига има, такође, велики значај, јер на тај начин у домицилној држави могу да се, под повољним условима, снабдевају најразличитијом робом широке потрошње познатих светских произвођача, носиоца најпознатијих жигова. Живот савременог човека био би незамислив без употребе производа познатих светских жигова: *Coca-Cola*, *Levi's*, *Adidas*, *Nike*, *Sony*...

Југославија, будући да је, ипак, технолошки недовољно развијена земља, има, и те како, потребе за увозом жигова и појављује се на светском тржишту као купац различитих жигова у прехранбеној, машинској, текстилној, фармацеутској и другим гранама индустрије.

Када говоримо о трансферу жига треба одмах истаћи да, генерално посматрано, постоје два основна вида-начина преноса жига: 1) пренос права на жиг (цесија жига), када стицалац (корисник) жига ступа у сва права и обавезе носиоца жига и 2) лиценца жига, када носилац-ималац жига преноси на другога само право (овлашћење) привредног искоришћавања жига.

### 1. Пренос права на жиг (цесија жига)

Пошто је жиг субјективно право које припада овлашћеном носиоцу, то оно може бити предмет располагања од стране свога титулара. Основни начин преноса сваког права, па и права на жиг је цесија. На основу уговора о цесији жига нови стицалац ступа у целокупни комплекс права и обавеза носиоца права на жиг. Међутим, пошто је жиг, у извесном смислу, једно специфично право, које је ипак акцесорне природе, јер је везано и за робу-услугу, али и за произвођача, односно трговца, то је проблем цесије жига знатно комплекснији него што то на први поглед изгледа. Дакле, централно питање које даје кључ за решавање проблема преноса права на жиг (цесије жига), јесте зависност жига у односу на радњу, предузеће или компанију чији је припадак, с једне стране и у односу на производ-услугу коју обележава, с друге стране. С обзиром на начин како је поменуто питање решено, глобално

посматрано, данас у свету постоје два потпуно супротна система преноса права на жиг. Први систем прихватају земље које полазе од принципа независности (самосталности) жига и пренос права на жиг се врши потпуно слободно и независно од преноса предузећа (систем слободне цесије - *cession libre*). Овом систему припадају Француска, Велика Британија, Италија, Шпанија, Мексико, Аргентина, Јапан и др.

Други систем преноса права на жиг прихватају земље које полазе од начела зависности жига и његове везаности за предузеће, па се, следствено томе, жиг може преносити само уз пренос предузећа или бар оног његовог дела из ког потиче роба-услуга коју штити жиг. Овакав систем преноса жига преовлађује у свету и њега су прихватили: Немачка, Аустрија, Белгија, Холандија, САД, Русија, Бразил, Перу и др.

Осим наведених "чистих" система, постоје извесне државе које прихватају средњи систем-компромисно решење, где се под одређеним условима извесни жигови могу преносити потпуно слободно, док други могу само заједно са предузећем (нпр. Индија).

Систем који усваја потпуно слободан пренос права на жиг, за полазну основу узима схватање да је жиг потпуно независна категорија од производа-услуге коју обележава и предмет је посебне својине предузећа, одвојене од својине на производима, односно услугама. Најтипичнији представник система слободног преноса права на жиг је Француска, која је одувек стајала на становишту слободне цесије жига. Овакав принцип је доследно спроведен у законодавству, доктрини и судској пракси. У том смислу наводи се једна стара судска пресуда из 1904. године, где је експлицитно изречено да " жиг представља својину одвојену од предмета на који се може стављати. Право на жиг је независно од тога како ће се употребити и од производа на који се ставља."<sup>4</sup>

Жигом се, дакле, може располагати било теретно, било доброчином, у целини или делимично, а може се и запленили посебно или заједно са предузећем или радњом из које потиче и за коју је везан. Француска доктрина је отишла и корак даље у фетишизирању принципа независности жига, сматрајући да ће жиг бити заштићен, чак и у случају кад би служио за означавање производа-услуга чија је продаја забрањена, као што су тајни лекови, монополисани производи и сл. Систем слободне цесије жига доследно је спроведен и у француској легислативи. Тако,

---

<sup>4</sup> Popovitch R. - La legislation yougoslave sur la propriété industrielle, thèse, Lyon, 1924, p. 327.

чл. 13 Закона о жиговима, од 1964. године, одређује да цесије "могу бити учињене независно од сваког уговора који се односи на предузеће које користи или настоји да користи жиг." Значи, да нема никакве потребе преносити целу трговачку радњу или њен део, чак ни фабричке тајне или *know-how*. Будући да у француском праву жиг не представља правну гаранцију квалитета производа или маркираних услуга, овакав либерални систем се подразумева.<sup>5</sup>

Без обзира на принцип слободног преноса жига, будући да је он, ипак, акцесоријум предузећа-радње и један од њених бестелесних елемената, поставило се питање да ли у случају цесије предузећа или радње, ако актом о цесији није ништа прецизирано, и жигови бивају обухваћени цесијом. Да би се дошло до одговора на то питање, примарно треба поћи од тумачења воље уговорних страна, а ако то не да резултат, онда супсидијарна примена начела *accessorium sequitur principale*, доводи до афирмативног одговора.

Упркос чињеници што Француска усваја принцип слободног преноса жига, ипак ни та слободна цесија не може се апсолутизовати и вршити изван свих лимита и поштовања минималних принципа. Тако, сагласно општим правним начелима и прописима, цесија жига мора се покоравати правилу "*fraus omnia corrumpit*", и свака цесија која не буде прибављена с циљем нормалног искоришћавања, већ ради конституисања једног агресивног акта насупрот конкуренцији, биће ништава и представљаће злоупотребу права.<sup>6</sup> Такође, по новом француском закону, да би једна цесија жига била пуноважна, потребно је да "испуни" и одређене формалне услове. Цесија мора, пре свега, бити сачињена у писаној форми, а исто тако стоји и обавеза њеног уписа код Националног института за индустријску својину и напомена-забележба у националном регистру жигова.

Без обзира што систем слободног преноса жига има одређене предности, ипак му се могу ставити бројне и озбиљне примедбе. Основна и најзначајнија слабост овог система је управо његова полазна основа. Ма колико изгледало да су производња и жиг релативно самосталне категорије, ипак временом

---

<sup>5</sup> Chavane A, Burst J. J.-Droit de la propriété industrielle, Paris, 1990, p. 677.

<sup>6</sup> Куповина жига "Yval" да би се правиле сметње искоришћавању жига "Yoval", од стране конкурента, Париз, 11. феб. 1982. Анали, 1983, стр. 256; или куповина жига "Bowling", некорисћеног, ради супротстављања конкуренту који је већ искоришћавао исти жиг, Grenoble, 15. 12. 1977, JCP 1978.

њихова веза постаје све чвршћа, шта више и тешко раскидива. Слободна цесија жига може створити многе проблеме у пракси и довести до злоупотребе.

Због напред изнетих слабости, многе земље, међу којима су и значајне индустријске силе, као нпр. САД, Немачка, Аустрија, Русија и неке земље европске Уније, имају потуно другачији приступ проблему преноса права на жиг. У наведеним земљама жиг је сам за себе непреносив и он се може цедирати само заједно са предузећем-радњом или њиховим делом, чије производе или услуге обележава. Главни аргумент који се наводи у прилог тези о предности овог система преноса жига је, поред већ поменути правне сигурности, заштита интереса потрошача. Будући да је чврсто везан за робу-услугу, жиг временом постаје за потрошаче симбол одређеног предузећа, односно његове робе-услуге, као гарант одређеног квалитета и стварног порекла робе. Ако би се жиг преносио независно од робе-услуге, потрошачи би могли бити доведени у заблуду о пореклу и битним својствима робе, што је недопустиво, јер жигови "морају увек говорити истину и увек говорити исту истину...", како се то каже у Зборнику америчког права.<sup>7</sup>

У пракси није редак случај да се роба за коју је везан жиг производи по неком тајном поступку, знатом само имаоцу жига (нпр. *Coca-Cola*), па се у таквим случајевима жиг никако не би могао пренети без саопштавања тог поступка стицаоцу жига.

Осим праксе и доктрина је наводила своје разлоге у прилог ситему о самосталној непреносивости жига. У том смислу, познати немачки теоретичар *J. Kohler* каже: "Индивидуална природа права на жиг има за последицу да је жиг у принципу неотуђив. Као дистинктивни знак лица које је произвело робу, као карактеристика персоналитета који покрива робу, жиг припада томе персоналитету и може припадати само њему. Он је за њега везан као његово име и као фирма; то је његова особеност као што је монограм особеност уметника."<sup>8</sup>

Принцип везаности жига за робу, односно предузеће реципиран је и на међународном плану. У том смислу, чл. 6 *quater* Париске конвенције за заштиту индустријске својине, стипулише да када законодавство неке земље чланице Уније, везује цесију жига за симултани пренос предузећа или радње

---

<sup>7</sup> *Corpus iuris secundum, Trade-marks, Etc.*, vol. 87, par. 171 (a), str. 500.

<sup>8</sup> *Kohler J. - Das Recht des Markenschutzes, Wirtsbourg, 1884, str. 229.*

којој жиг припада, за пуноважност цесије довољно је ако се жиг преноси и само са делом предузећа или радње, која се налази на територији те земље, уз услов да се на цесионара преноси и искључиво право израде или продаје производа, односно услуга који се обележавају тим жигом. Међутим, у текст Конвенције унета је посебна резерва, по којој чланице Уније нису дужне признати ваљаност преноса жига с делом предузећа, ако употреба жига од стране новог стицаоца може изазвати заблуду код потрошача, посебно у погледу порекла, квалитета и других битних својстава производа.

Први српски Закон о заштити фабричких и трговачких жигова, од 1884. године, није имао потпуно децидиран став по питању преноса права на жиг. Ипак, тумачењем одредбе чл. 7, према којој је "жиговно право везано за предузеће, ради кога је и стечено; оно престаје с престанком истога, а може се и на другога пренети", може се закључити да је овај Закон нагињао ка систему везаног преноса жига са предузећем.

Први пропис Краљевине Југославије, Закон о заштити индустријске својине, од 1922. године, који је измењен и допуњен 1928. године, у пар. 61 прописивао је да је право жига везано за предузеће и да престаје са њим, а може се преносити само са предузећем. На истом становишту био је и први послератни Закон о жиговима, од 1961. године. Новеле Закона о жиговима, од 1974. године, прописују слободан пренос права на жиг, без предузећа или његовог дела и без других посебних ограничења.

Закон о заштити проналазака, техничких унапређења и знакова разликовања, од 1981. године,<sup>9</sup> по питању цесије жига има потпуно исто решење као и важећи Закон о жиговима, од 1995. године. Тако, према чл. 38 новог Закона, регистровани или пријављени жиг (који још увек није добио правну заштиту), може бити пренет на другога путем уговора о преносу (цесији) права, лиценци, залози, франшизи и сл. За сваки од наведених уговора предвиђена је писана форма *ad solemnitatem*, а на захтев бар једне уговорне стране уписује се у одговарајући регистар. Што се тиче саме цесије, закон је одредио да носилац жига, односно подносилац пријаве, може пренети жиг или право из пријаве, потпуно или делимично, односно за све или само за неку робу-услугу. Уговор о цесији жига, осим што мора имати све битне елементе, мора бити сачињен у писаној форми. При том, колективни жиг и право на његово коришћење не могу се никако цедирати (чл. 39).

---

<sup>9</sup> Закон је објављен у "Сл. листу СФРЈ" бр. 34/81, од 19.6.1981. године



Примећујемо да ни нови Закон, као и претходни, не говори ништа о везаности жига за робу-услугу, односно предузеће из кога потиче. Мишљења смо да се законодавац, у жељи да либерализује и фаворизује промет жигова, приближио француском систему независности и самосталности жига у односу на предузеће чије производе-услуге обележава.

## 2. Лиценца жига

Лиценца представља други вид-начин трансфера жига. За разлику од цесије жига којом се преноси право жига у целини, лиценца жига по свом садржају и дејству има ужи домашај, јер има знатно ужи предмет преноса. Уговором о лиценци жига давалац лиценце се обавезује да стицаоцу (кориснику) лиценце уступи у целини или делимично право искоришћавања жига, а стицалац се обавезује да искоришћава предмет лиценце (жиг), на уговорени начин и време и да за то плати даваоцу уговорену накнаду.

Данас лиценца представља општеприхваћени и опште-присутни вид преноса жига, чак и у оним земљама које цесију жига на различите начине условљавају и везују је за робу, односно предузеће. Код земаља система слободног преноса (цесије) жига, питање допуштености лиценце се уопште и не поставља, јер ако се може слободно преносити цело право, онда се тим пре и утолико лакше може преносити један његов део - овлашћење.

Пошто је у данашње време промет роба на међународном плану предмет разних ограничења (царине, континенти, дозволе за увоз-извоз и сл.), то се светска трговина у све већем обиму, уместо путем класичних уговора о купопродаји робе, одвија, управо, преко промета-трансфера права индустријске својине, у коме уговор о лиценци представља веома значајан инструмент.

Да би лиценца жига била правно ваљана потребно је да се претходно испуне одређени услови. Пре свега, неопходно је да предузеће-давалац лиценце и даље постоји као субјект, као и да и даље користи пренети жиг, како се не би, иначе, преко лиценце провукла цесија жига, што не би било допуштено, посебно код земаља са мање либералним преносом жига.

Други општи предуслов који се захтева, превасходно у доктрини, мада га помињу и извесна национална законодавства, представља захтев да лиценцна роба мора бити тако произведена, односно одабрана, од стране корисника лиценце, као да је наведене радње предузео сам давалац лиценце-ималац жига.

Најзад, везано с претходним јесте питање обавезе контроле-надзора над робом-услугом снабдевену жигом, који је предмет лиценце. Пошто законодавства овом проблему посвећују мало пажње, остављено је уговорним странама да то питање саме уреде. Иначе, став је теорије да је давалац лиценце, у принципу, најпозванији и најзаинтересованији да контролише корисника лиценце, пошто је највише у његовом интересу одржавање вредности и рењема његовог жига.

Што се тиче самог уговора о лиценци жига, за њега важе сва општа правила о лиценци права индустријске својине, *mutatis mutandis* примењена на жиг.

Уговор о лиценци жига закључује се на одређено или неодређено време, које ни у ком случају не може бити дуже од трајања правне заштите жига.

Постоје различите врсте уговора о лиценци жига, с обзиром на различите критеријуме поделе. Тако, према врсти пренетог права, односно овлашћења постоје лиценце за употребу (производњу), лиценце за продају (промет), лиценце за увоз или извоз и др.

Најзначајнија је подела на искључиве (ексклузивне) и неискључиве (просте) лиценце, која има за критеријум обим пренетих права, односно околност да ли давалац лиценце преноси на корисника искључиво право искоришћавања жига или то право-овлашћење може преносити и на друга лица. У пракси су чешће неискључиве (просте) лиценце, а у случају да у уговору није прецизирано о којој се лиценци ради, претпоставка је да је у питању проста лиценца, пошто се искључива мора изричито уговорити.

Да би уговор о лиценци произвео правно дејство, скоро сва национална законодавства траже да је сачињен у писаној форми *ad solemnitatem* и да је уписан код националног завода за индустријску (интелектуалну) својину.

Пошто је уговор о лиценци двострано обавезујући и, по правилу, теретан, то из њега проистичу одређена права и обавезе за обе уговорне стране. Основне обавезе даваоца лиценце су: предаја предмета лиценце, гаранција за техничка својства и правне гаранције у погледу предмета лиценце. Осим побројаних, могуће су у пракси и друге обавезе, као нпр. гаранција за резултат, гаранција за рентабилност и конкурентност, али пошто су ово релативно тешко оствариве обавезе, то их давалац лиценце као јача уговорна страна неће радо прихватити или ако их чак и прихвати он ће настојати да их, кроз накнаду, веома скупо наплати.

Основне обавезе стицаоца (корисника) лиценце жига су : искоришћавање предмета лиценце (жига), на уговорени начин и за уговорено време и плаћање накнаде даваоцу лиценце-имаоцу жига. При том, накнада може бити уговором одређена на било који познати и допуштени начин (паушално, процентуално, по комаду или јединици произведене робе и др.).

Осим наведених општих обавеза, поједина национална законодавства предвиђају и друге посебне обавезе, од којих се нарочито истичу и најчешће срећу две. Пре свега, корисник лиценце је дужан да производима произведеним по лиценци, обезбеди исти квалитет који имају и производи даваоца лиценце. Осим тога, стоји и обавеза корисника лиценце, да производе обележи ознаком о производњи по лиценци и то на јасно видљив начин и без обзира на своје ознаке које се упоредо налазе на производу, како потрошачи не би били доведени у заблуду о правом пореклу робе-услуге (тзв. обавеза двоструког обележавања).<sup>10</sup>

Предмет уговора о лиценци не може бити колективни жиг. Такође, забрањено је уносити у уговор о лиценци тзв. рестриктивне (ограничавајуће) клаузуле којима се корисник лиценце, који је и онако економски знатно слабија уговорна страна, неоправдано доводи у још тежи и зависнији положај у односу на даваоца лиценце (нпр. обавеза куповине сировине од даваоца лиценце и сл.).<sup>11</sup>

Пошто се уговор о лиценци жига закључује с обзиром на посебна својства уговорних страна (*intuitu personae*), да би корисник лиценце могао, евентуално, да уступи право искоришћавања жига трећем лицу, неопходна је, разуме се, сагласност даваоца лиценце.

Југословенско предратно право, не само што није дозвољавало лиценцу жига, већ је, чак, у пар. 11 ст. 2 Закона о сузбијању нелојалне утакмице, од 1930. године, квалификовало и одобрену-овлашћену употребу жига од стране другог као дело нелојалне утакмице.

---

<sup>10</sup> Ова последња обавеза се, не ретко, крши у пракси на различите начине, тако да потрошачи морају да обрате посебну пажњу када купују лицендне производе.

<sup>11</sup> Упркос забранама овакве клаузуле се провлаче у пракси, на најразличитије начине. Пошто је давалац лиценце економски јачи партнер он, не ретко, диктира услове, па чак може се десити и да покушава да уцељује стицаоца лиценце, посебно ако овај последњи нема много могућности да бира уговорног партнера.

Лиценца жига први пут је уведена у југословенско право Законом о робним и услужним жиговима, од 1964. године, да би је даље реципирали сви каснији закони у овој материји.

Закон о заштити проналазака..., од 1981. године, такође је регулисао уговор о лиценци. Осим општих регула, које се тичу лиценце, овај Закон је одредио да је уговор о лиценци правно ваљан само ако се, истовремено са давањем лиценце, уступа и технологија која обезбеђује исти квалитет производа-услуга, или ако стицалац лиценце сам већ поседује такву технологију (чл. 133). Такође, била је прописана и дужност двоструког и видљивог обележавања, жигом даваоца лиценце и знаком корисника лиценце (чл. 134). Оваква обавеза корисника лиценце била је предвиђена, управо у његовом интересу. Јер, протеком рока за који је дата лиценца, корисник се на тржишту појављује само са својом ознаком, чији је реноме подигло везивање за жиг даваоца лиценце.

Важећи Закон о жиговима, од 1995. године, регулише лиценцу жига, али на један општији, стандарднији начин, у односу на претходни закон, посвећујући овом питању само један члан (40). Овим законом је прописано да носилац права на жиг, односно подносилац пријаве, чије право није још увек регистровано, може другом уступити право коришћења жига, односно права из пријаве. Уговор о лиценци жига саставља се у писаној форми *ad solemnitatem* и садржи уобичајене, већ наведене битне елементе. Како сви претходни, тако и овај Закон забрањује пренос колективног жига путем уговора о лиценци.

Чини се, ипак, да је претходни Закон, од 1981. године, био потпунији и прецизнији у регулисању лиценце жига. Законодавац је, вероватно, тако поступио желећи да максимално либерализује и дерегулише лиценцу жига, непостављањем никаквих посебних услова и баријера. Остављајући уговорним странама велику слободу и широк оквир за договарање, законодавац је хтео да што више охрабри и стимулише закључивање уговора о лиценци жига. Овакви уговори ће добро доћи нашој привреди, која је у фази транзиције, да што лакше изађе из тешкоћа у којима се налази и да што пре ухвати корак са технолошким и општецивилизацијским напретком.

## **TRASFERT DU CACHET-MARQUE DES PRODUITS ET SERVICES**

### Résumé

Le cachet-marque des produits et des services, en tant que le droit important de propriété industrielle, peut être transféré entre les sujets économiques. Du point de vu empleur du droit transféré il y a deux formes de transfert du cachet: 1. le transfert du droit au cachet (la cession du cachet), lorsqu'on transmet le droit au cachet de la part du donateur-porteur du cachet au bénéficiaire-usager en totalité et 2. la licence du cachet, par laquelle on ne transmet que le droit-aitorisation dans le but d'exploitation dans le cadre du corpus du cachet en tant que le droit subjectif.

Globalement observé il existe aujourd'hui dans le monde deux systèmes fondamentaux de la cession du cachet: le système du libre transfert du cachet-marque, indépendamment du produit ou service qu'il protège et indépendamment de l'enterprise ou maison a laquelle il appartient et le système du transfert lié du cachet-marque ensemble avec l'enterprise, c'est à dire la mason.

La licence du cachet-marque est une autre façon, beaucoup plus répendue, du transfert du cachet-marque et qui est, partout dans le monde, réglée d'une façon plus universelle.

Le droit yugoslave accept le système liberale du transfer du cachet-marque et qui est, partout dans le monde, reglee d'une facon plus universelle.

Le droit yugoslave accept le systeme liberale du transfert du cachet-marque et règlee la cession et la licence du cachet, mais aussi les autres façons du transfert, comme c'est la franchise, la caution etc.