

WŁASNOŚĆ INTELEKTUALNA

Podstawowe zagadnienia z zakresu własności intelektualnej dla nauczycieli

Podstawowe
zagadnienia
z zakresu własności
intelektualnej
dla nauczycieli

Podstawowe zagadnienia z zakresu własności intelektualnej dla nauczycieli

Wprowadzenie

Twoja szkoła prosi Cię o przygotowanie projektu na krajowy konkurs edukacyjny. Jesteś zmotywowany(-a). Wpadasz na genialny pomysł. Wkładasz wiele wysiłku w przygotowanie szczegółowego projektu, aby zdobyć nagrodę w imieniu swojej szkoły. Wtedy Twój były współpracownik, któremu ufałeś(-aś) i któremu pokazałeś(-aś) swoją pracę, przedstawia podobny projekt w imieniu swojej szkoły i zdobywa główną nagrodę. Jak się czujesz?

Własność intelektualna chroni wytwory ludzkiego intelektu i umysłu, a prawa własności intelektualnej istnieją właśnie po to, by uchronić Cię przed podobną sytuacją.

Pojęcie własności intelektualnej nie jest niczym nowym. Niektórzy twierdzą, że sięga ono 500 r. p.n.e., kiedy to ludzie zaczęli wytwarzać narzędzia, aby zapewnić sobie przetrwanie i poprawić jakość życia. Pierwsze prawo własności intelektualnej pojawiło się, kiedy starożytne miasto w Wielkiej Grecji – Sybaris – umożliwiło swoim obywatelom uzyskanie patentu na „wszelkie nowe ulepszenia luksusowych wyrobów”.

Chciano w ten sposób nagrodzić tworzenie oryginalnych przepisów i wyrobów kuchennych. Od tamtej pory wynaleziono wiele nowych ulepszeń oraz wprowadzono przepisy w zakresie własności intelektualnej. Cel prawa własności intelektualnej pozostał jednak niezmienny przez wszystkie te lata, a jest nim pobudzanie kreatywności. Aby to osiągnąć, zapewnia się twórcom pewnego rodzaju wyłączone prawo do korzystania z utworu.

W obecnych czasach przedmioty będące integralną częścią naszej codzienności stają się coraz bardziej złożone.

Na przykład smartfon jest chroniony przez tysiące praw własności intelektualnej. Podobnie jest w przypadku większości przedmiotów i usług, bez których nie jesteśmy w stanie funkcjonować w obecnych czasach.



Znaki towarowe są znakiem o charakterze odróżniającym, który służy do odróżniania produktów i usług danego przedsiębiorstwa od produktów i usług jego konkurentów. Za marką kryją się ludzie, którzy pracują, inwestują, prowadzą badania i rozwijają produkty i usługi, które poprawiają różne aspekty naszego życia.

ZNAKI TOWAROWE

- Nazwa telefonu
- Dźwięk odtwarzany przy uruchamianiu
- Logo Instagrama

Czy wiesz, że istnieje więcej niż 250 000 aktywnych patentów mających znaczenie dla współczesnych smartfonów?



Niektórzy ludzie poświęcają lata, a nawet dekady na opracowanie wynalazku, który mógłby zmienić świat. Niektórzy ludzie doznają olśnienia i wpadają na genialny pomysł. U podstaw idei **patentów** leży to, że ci twórcy zasługują na nagrodę za swoją ciężką pracę, jak również wnikliwość. W zamian za dzielenie się swoimi wynalazkami ze światem, właściciele patentów otrzymują wyłączne prawa do wytwarzania i sprzedawania lub innego dystrybuowania swoich wynalazków.

PATENTY

- Metody przetwarzania danych
- System operacyjny
- Działanie interfejsu użytkownika



Wzór przemysłowy obejmuje wygląd dowolnego produktu (lub nawet części produktu) – kształt i kolor, użyte materiały, opakowanie, a więc praktycznie każdy wytworzony przedmiot może zostać zarejestrowany jako wzór. Ale wzór to pojęcie jeszcze szersze! Obejmuje loga, mapy, czcionki i wiele innych. Wzór nie musi być piękny, atrakcyjny czy artystyczny, musi być po prostu inny.

WZORY PRZEMYSŁOWY

- Ogólny kształt telefonu
- Układ i kształt przycisków
- Położenie i kształt ekranu



Prawa autorskie to zbiór zasad, które chronią utwory artystyczne i literackie. Pomysł o filmach, muzyce, wierszach, obrazach, komiksach itd. Jest to w zasadzie prawo do bycia jedyną osobą, która decyduje o tym, kto może korzystać z Twojego utworu. Powiedzmy, na przykład, że piszesz tekst piosenki. Bez Twojego pozwolenia nikt inny nie może tego tekstu skopiować ani powiedzieć, że to jego piosenka. To Twoja piosenka. Oczywiście, jeśli chcesz, możesz dać komuś innemu pozwolenie na jej wykonanie lub nagranie.

PRAWA AUTORSKIE

- Oprogramowanie
- Instrukcje użytkownika
- Dzwonki
- Facebook
- Obrazy



Tajemnica przedsiębiorstwa to poufne informacje handlowe o wartości handlowej lub gospodarczej, które zapewniają przedsiębiorstwu przewagę konkurencyjną ze względu na ich utajnienie. Tajemnice przedsiębiorstwa są chronione bez rejestracji lub formalności. A zatem tajemnica przedsiębiorstwa może być chroniona przez nieograniczony czas. Istnieją pewne warunki, które muszą spełnić poszczególne informacje, aby uzyskać ochronę. Informacje te muszą być tajne, mieć wartość handlową, a uprawniony musi podjąć stosowne kroki, aby utrzymać je w tajemnicy. W zależności od kraju występują jednak pewne różnice. Przykładem może być słynna receptura Coca Coli.

Prawa autorskie

Czym są prawa autorskie?

Prawa autorskie są jednymi z najbardziej znanych praw własności intelektualnej, które mają największy wpływ na nauczycieli. Prawa autorskie chronią wszystkie materialne dzieła twórczości ludzkiej, pod warunkiem że nie stanowią one jedynie pomysłu.

Każdy z nas jest właścicielem praw autorskich: wielcy artyści, mali artyści, uznani autorzy i ci nieznanymi (np. wśród nauczycieli lub uczniów). Prezentacja przygotowana w programie PowerPoint prawdopodobnie jest objęta prawami autorskimi. Niniejsza nota informacyjna bez wątpienia jest objęta prawami autorskimi.

Utwór musi mieć charakter oryginalny, by zostać objęty ochroną w zakresie praw autorskich. Mówiąc prościej, utwór jest oryginalny, jeżeli stanowi odzwierciedlenie osobowości twórcy oraz wyraża jego wolne i kreatywne wybory.

Klasyczny przykład stanowi dwóch malarzy siedzących w tym samym momencie, przed tym samym modelem: mimo że podmiot jest ten sam, wrażenia, jakie wywołają utwory malarzy, będą się od siebie różnić.

Utworami o charakterze oryginalnym są m.in. powieści, sztuki teatralne, poezja, muzyka, piosenki, rysunki, obrazy, rzeźby, zdjęcia, scenariusze filmów, filmy i nagrania wideo, wzory tekstylne, plany architektoniczne, bazy danych i programy komputerowe.



Większości z Was zdarzyło się skopiować z internetu zdjęcie objęte prawami autorskimi na potrzeby zajęć. Każdy z Was pobrał z internetu film lub piosenkę. Takie działania podlegają ustawie o prawie autorskim.

Ustawa o prawie autorskim nadaje twórcy wyłączne prawo określenia, czy i na jakich warunkach jego oryginalny utwór może zostać wykorzystany przez innych. Ustawa ta nadaje właścicielowi dwa rodzaje praw:

Jakie prawa przysługują Ci na mocy ustawy o prawie autorskim?

Autorskie prawa majątkowe

- do korzystania z utworu.

Prawo do kontrolowania, powielania utworu, udostępniania go ogółowi społeczeństwa, tłumaczenia, adaptacji, rozpowszechniania i odsprzedawania. Na mocy tej ustawy utwór twórcy zostaje objęty długoletnią ochroną w ramach nagrody, przy jednoczesnym zapewnieniu rodzinie twórcy możliwości czerpania korzyści gospodarczych z tytułu posiadanego utworu oraz sukcesu, jaki ze sobą niesie.

Autorskie prawa osobiste

- do bycia uznanym za autora swojego oryginalnego utworu.

Autorskie prawa osobiste to między innymi uprawnienia do:

- » oznaczenia utworu nazwiskiem twórcy;
- » opublikowania utworu anonimowo lub pod pseudonimem;
- » nienaruszalności utworu polegającej na zakazie jego modyfikacji, zniekształcania, czy okrajania;
- » decydowania o tym, czy udostępnić utwór i w jakim terminie.

Ponieważ powszechnie uważa się, że kiedy autor udostępnia publicznie swój utwór, ujawnia społeczeństwu pewien aspekt swojej osobowości, powszechnie przyjmuje się, że autorskie prawa osobiste nie są ograniczone w czasie.

Autorskie prawa osobiste są prawami powszechnie uznawanymi w Europie, choć stopień ich ochrony różni się w poszczególnych krajach.

W jaki sposób utwór jest chroniony prawami autorskimi?

Nie istnieje żaden wymóg w zakresie rejestracji w odniesieniu do ochrony w zakresie praw autorskich. Utwór jest objęty ochroną już od momentu jego utworzenia. W niektórych państwach dostępne są opcjonalne procesy rejestracji. Proces rejestracji może okazać się przydatny, aby przedstawić dowody na istnienie utworu w określonym czasie.

Okres ochrony prawa autorskiego jest bardzo długi. W UE okres ochrony obejmuje czas życia twórcy i 70 lat po jego śmierci.

Prawa autorskie mają charakter terytorialny. Innymi słowy ochrona udzielana jest indywidualnie w poszczególnych krajach.

Niemniej w ramach instrumentów międzynarodowych, takich jak konwencje międzynarodowe określające przepisy mające zastosowanie do państw na całym świecie, ustanawia się pewne normy minimalne dotyczące ochrony w zakresie praw autorskich.

Jakie są wyjątki od praw twórcy?

Utwory mogą być wykorzystywane bez zgody autora lub uprawnionego głównie do tych celów, istnieją jednak pewne wyjątki:

powielanie utworu do użytku prywatnego;

wykorzystywanie krótkich cytatów zaczerpniętych z utworu na potrzeby przedstawienia krytyki lub recenzji;

wykorzystywanie fragmentów utworu w charakterze ilustracji w celach dydaktycznych lub badawczych.

Często zadawane pytania (FAQ) [dotyczące praw autorskich dla nauczycieli](#) pomagają znaleźć informacje na temat korzystania z treści chronionych prawem autorskim w kontekście kształcenia i szkolenia, zwłaszcza online.

Często zadawane pytania (FAQ), mające na celu uświadomienie konsumentom, co jest zgodne z prawem, a co nie, jeżeli chodzi o korzystanie z treści objętych ochroną w zakresie praw autorskich i praw pokrewnych w internecie, można znaleźć pod następującym adresem: [FAQ dotyczące praw autorskich EUIPO](#)



Znaki towarowe

Co to jest znak towarowy?

Znak towarowy jest znakiem o charakterze odróżniającym, który identyfikuje towary i usługi jako pochodzące z konkretnego przedsiębiorstwa i odróżnia je od tych należących do jego konkurentów. Może to być słowo, obraz, symbol lub kształt, element graficzny, slogan, kolor, a nawet dźwięk.

Znak towarowy sam w sobie nie jest chroniony. Jest on objęty ochroną w odniesieniu do produktów lub usług. A zatem marka Nike, jako nazwa, nie jest chroniona. Nazwa „Nike” jest jednak chroniona w odniesieniu do odzieży sportowej. Teoretycznie oznacza to, że ktoś mógłby użyć nazwy „Nike”, aby sprzedawać inne, niezwiązane z tą marką produkty, takie jak owoce i warzywa. Wyższy poziom ochrony mogą jednak uzyskać dobrze znane znaki towarowe (takie jak Nike), co oznacza, że niedozwolone jest używanie nazwy „Nike” w odniesieniu do innych towarów i usług niż buty.

Znak towarowy jest prawem własności intelektualnej, które umożliwia przedsiębiorstwom:

- stworzenie relacji między swoimi produktami i usługami a klientami;
- budowanie lojalności klientów i rozpoznawalności marki;
- odróżnienie ich produktów i usług od produktów i usług konkurentów.

Znaki towarowe:

- są istotnym elementem niezbędnym do odniesienia sukcesu w ramach konkurencji przedsiębiorstw;
- reprezentują inwestycje przedsiębiorstwa w jego wizerunek i markę;
- są prawem własności intelektualnej preferowanym przez większość przedsiębiorstw;
- często są najcenniejszym atutem przedsiębiorstwa.

Dobry znak towarowy nie powinien być w żaden sposób powiązany z produktami i usługami, które przedstawia. Ochrona nazwy „buty sportowe” nie jest możliwa, ponieważ uniemożliwiłoby to każdej innej osobie korzystanie z tego wyrażenia, aby sprzedać swoje buty sportowe. Z drugiej strony marka Nike nie jest w żaden bezpośredni i oczywisty sposób powiązana z produktami, których dotyczy, a zatem wszyscy mogą sprzedawać buty sportowe, lecz pod inną nazwą.

Znaki towarowe nie wpływają negatywnie na kreatywność ani innowacyjność przedsiębiorstw. Są one znakami o charakterze odróżniającym, które mogą podlegać ochronie bez ograniczeń czasowych, o ile spełniają następujące wymogi:

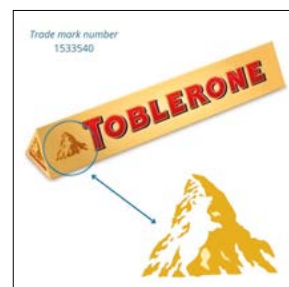
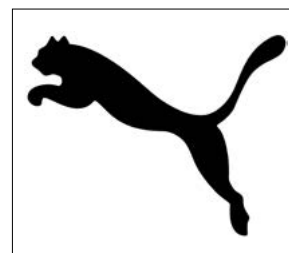
muszą być przedstawione w sposób jasny, precyzyjny, łatwo dostępny i obiektywny;

muszą mieć charakter odróżniający;

nie mogą wprowadzać w błąd ogółu społeczeństwa;

muszą być dostępne;

muszą obejmować wykaz produktów lub usług.



Jak chronić znak towarowy?

Aby znaki towarowe podlegały ochronie, należy je najpierw zarejestrować. W zależności od miejsca, w którym zgłaszający mają zamiar prowadzić działalność handlową, mogą oni dokonać zgłoszenia:

- w poszczególnych państwach za pośrednictwem urzędów ds. własności intelektualnej;
- w przypadku unijnego znaku towarowego – za pośrednictwem [Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej](#) (EUIPO);
- za pośrednictwem [Światowej Organizacji Własności Intelektualnej](#) (WIPO) w celu uzyskania ochrony w wielu różnych krajach w ramach tylko jednego zgłoszenia, które jest potem rozsyłane i rozpatrywane w poszczególnych krajach.

Dzięki rejestracji znak towarowy zostaje objęty ochroną na kilka lat – zazwyczaj jest to 10 lat od daty złożenia wniosku – przy czym może ona być przedłużana dowolną liczbą razy na kolejne dziesięcioletnie okresy.

Jakie są zalety znaków towarowych?

Wartość
gospodarcza

Stanowią one jedno z najpopularniejszych i najcenniejszych aktywów przedsiębiorstwa. Mogą mieć ogromną wartość gospodarczą oraz duże znaczenie dla przedsiębiorstw.

Proces
rejestracji

Proces rejestracji zazwyczaj przebiega szybko i bez zakłóceń. Możliwe jest objęcie znaku towarowego ochroną za ledwie w ciągu kilku tygodni.

Ochrona

Zapewniają szeroki wachlarz środków ochrony prawnej. Właściciel ma prawo do zakazania osobom trzecim używania znaku towarowego w obrocie handlowym. Dotyczy to nie tylko identycznego oznaczenia identycznych towarów i usług, lecz również podobnego oznaczenia podobnych towarów i usług, o ile istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd ogółu społeczeństwa.

Jakie są wady znaków towarowych?

Koszt

Właściciel znaku towarowego musi wnieść opłatę w celu rejestracji i odnowienia ochrony znaków towarowych (opłata ta jest jednak znacznie niższa niż w przypadku patentów).

Obowiązek
stosowania znaku
towarowego

Obowiązek stosowania znaku towarowego w odniesieniu do produktów i usług, dla których został on zarejestrowany – w przypadku braku takiego stosowania po upływie określonego okresu (zwykle 5 lat) znak towarowy może zostać unieważniony.

Korzystanie
z nazwy rodzajowej

Właściciele znaków towarowych muszą upewnić się, że zarejestrowane przez nich oznaczenie nie stanie się nazwą rodzajową, czyli nazwą powszechnie używaną do opisywania danych produktów lub usług.

Wzory przemysłowe

Czym jest wzór przemysłowy?

Wzór przemysłowy jest prawem własności intelektualnej, które obejmuje wygląd produktu. Jego definicja prawna stanowi, że wzór przemysłowy to wygląd zewnętrzny całości lub części produktu, wynikający z jego cech. Takimi cechami mogą być linie, kolory, kształty, faktury, kontury, materiały lub ornamentacje. Ta niezwykle szeroka definicja obejmuje niemalże każdy utwór o wyróżniających się cechach zewnętrznych.

Poniższe elementy mogą podlegać ochronie jako wzory:

- przedmioty lub produkty przemysłowe lub rękodzielnicze;
- opakowanie;
- symbole graficzne;
- części użyte do stworzenia produktu złożonego;
- rysunki i dzieła sztuki.

Produkt nie musi być wytwarzany na skalę przemysłową, czy też mieć wartości artystycznej, aby stać się wzorem przemysłowym.

Powodzenie oraz znaczenie wzoru przemysłowego zależą od jego atrakcyjności dla użytkowników produktu. Użytkownikom często podobają się wysoce kreatywne wzory przemysłowe. Nowe kształty czy kolory mogą mocno pobudzić sprzedaż zwykłych produktów, dlatego wzór przemysłowy produktu może stać się kluczowym elementem starań przedsiębiorstwa na rzecz uatrakcyjnienia swoich produktów dla użytkowników. W związku z tym wzory przemysłowe mogą posiadać znaczną wartość handlową, a producent może zyskać zdecydowaną przewagę na rynku poprzez stworzenie nowego wizerunku swojego produktu.

Aby wygląd produktu kwalifikował się do objęcia ochroną jako wzór przemysłowy w Europie, musi spełniać dwa wymogi:

Nowość: Wzór przemysłowy uważa się za nowy, jeżeli nie udostępniono żadnego identycznego wzoru ogółowi społeczeństwa przed dniem dokonania zgłoszenia.

Charakter indywidualny: Wzór przemysłowy musi wywoływać u „poinformowanego użytkownika” inne całościowe wrażenie niż jakikolwiek udostępniony wcześniej wzór przemysłowy. „Poinformowany użytkownik” jest pośrednikiem, tj. nie jest ani twórcą, ani ekspertem technicznym.

Poniższe produkty są wyłączone z ochrony wzorów przemysłowych:

- programy komputerowe;
- produkty sprzeczne z polityką i moralnością publiczną, na przykład nieprzyzwoite, rasistowskie lub niemoralne zdjęcia lub wiadomości;
- produkty obejmujące chronione oficjalne symbole lub wzory, takie jak flaga narodowa;
- niewidoczne części składowe produktów złożonych;
- cechy wyglądu produktu uzależnione wyłącznie od jego funkcji technicznej.

Jak chronić wzór przemysłowy?

Aby wzór przemysłowy był w pełni objęty ochroną, należy go najpierw zarejestrować. Wzory mogą być rejestrowane:

- w poszczególnych państwach za pośrednictwem urzędów ds. własności intelektualnej;
- na szczeblu unijnym jako wzór wspólnotowy, automatycznie obejmując wszystkie państwa członkowskie w ramach tylko jednej rejestracji za pośrednictwem [Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej](#) (EUIPO);
- za pośrednictwem zgłoszenia międzynarodowego, którym zajmuje się [Światowa Organizacja Własności Intelektualnej](#) (WIPO).

Proces rejestracji przebiega szybko, a wzór wspólnotowy można zarejestrować już w ciągu kilku dni. Ochrona wzoru podlega ograniczeniom czasowym. W Unii Europejskiej wstępny okres ochrony wynosi pięć lat od dnia dokonania zgłoszenia. Okres ten można przedłużać na kolejne pięcioletnie okresy, maksymalnie do 25 lat.

Jakie są zalety zarejestrowanych wzorów przemysłowych?

Ofcjalny tytuł

Wykazanie istnienia i własności wzoru przemysłowego.

Wyłączność

Ochrona zapewniana przez zarejestrowane prawa daje właścicielowi wzoru wyłączne prawo do jego używania.

Ochrona

Właściciel zarejestrowanego wzoru przemysłowego może zakazać osobom trzecim używania wzoru objętego ochroną w różnych formach, w tym: wytwarzania, oferowania w obrocie, wprowadzania do obrotu, przywozu, wywozu lub używania produktu, w którym jest zawarty, oraz składowania takiego produktu w tych celach.

Oznaczenia geograficzne

Czym jest oznaczenie geograficzne?

Oznaczenie geograficzne to oznaczenie umieszczane na produktach o określonym pochodzeniu geograficznym, których jakość lub renoma są przypisywane temu pochodzeniu. Oznaczenia geograficzne są zazwyczaj stosowane w odniesieniu do produktów rolnych, środków spożywczych, win i napojów spirytusowych, przedmiotów rękodzielniczych i produktów przemysłowych, a także w odniesieniu do nazw miejsc. Niemniej nazwy niegeograficzne również mogą podlegać ochronie, jeśli są związane z konkretnym miejscem. Na przykład nazwa sera Feta nie pochodzi od miejsca, lecz od włoskiego słowa „fetta” oznaczającego „plaster”, które zostało wprowadzone do języka greckiego w XVII wieku. Jednak kilka czynników, takich jak fakt, że 85% sera feta w UE w przeliczeniu na mieszkańca i na rok spożywa się w Grecji lub fakt, że feta jest zazwyczaj sprzedawana z etykietami odnoszącymi się do greckich tradycji kulturowych i greckiej cywilizacji, sprawia, że konsumenci w UE postrzegają fetę jako produkt z natury grecki.

- musi ono identyfikować produkt jako pochodzący z danego miejsca (np. Chianti identyfikujące wino, które pochodzi z włoskiego regionu Chianti lub ser roquefort pochodzący z regionu Roquefort-sur-Soulzon we Francji);
- jakość, właściwości lub renoma produktu powinny być związane z miejscem pochodzenia (np. jakość Chianti zawdzięcza się winogronom uprawianym na glebach tego konkretnego regionu Włoch, natomiast jakość sera roquefort zawdzięcza się właściwościom mleka pozyskiwanego od lokalnych ras owiec karmionych zgodnie z tradycją oraz właściwościom jaskiń, w których ten ser dojrzewa).

Aby dane oznaczenie funkcjonowało jako oznaczenie geograficzne:

Ochrona oznaczeń geograficznych w Unii Europejskiej



Chronione Nazwy Pochodzenia (ChNP) określają produkty, które są wytwarzane, przetwarzane i przygotowywane na określonym obszarze geograficznym, z wykorzystaniem uznanej wiedzy fachowej lokalnych producentów i składników pochodzących z danego regionu.

Produkty posiadające chronioną nazwę pochodzenia wymagają zatem, aby wszystkie etapy procesu produkcji żywności odbywały się na danym obszarze. Niektóre przykłady ChNP obejmują ChNP Bordeaux (Francja, wino), ChNP Cava (Hiszpania, wino), ChNP Gorgonzola (Włochy, ser).

Chronione Oznaczenia Geograficzne (ChOG) określają produkty, których jakość lub renoma są związane z miejscem lub regionem, w którym są one produkowane, przetwarzane lub przygotowywane, chociaż użyte składniki nie muszą pochodzić z tego obszaru geograficznego. Produkty opatrzone logo ChOG posiadają cechy szczególne lub renomę kojarzące je z danym miejscem, a przynajmniej jeden etap procesu produkcji musi odbywać się na tym obszarze, podczas gdy surowce użyte do produkcji mogą pochodzić z innego regionu. Niektóre przykłady ChOG obejmują Oktoberfestbier ChOG (Niemcy, piwo), Gouda Holland ChOG (Holandia, ser) lub Jamon Serrano ChOG (Hiszpania, produkty mięsne).



Wyszukaj oznaczenia geograficzne na stronie internetowej <https://www.tmdn.org/giview/> lub odkryj europejskie produkty opatrzone oznaczeniami geograficznymi o najwyższej jakości oraz przepisy na pyszne potrawy: [Oznaczenia geograficzne w przepisach](#)

Tajemnica przedsiębiorstwa

Czym jest tajemnica przedsiębiorstwa?

Pojęcie „tajemnica przedsiębiorstwa” może brzmieć staroświecko. W czasach natychmiastowego wyszukiwania w internecie istnieje bardzo małe prawdopodobieństwo, że czegoś nie wiemy lub nie możemy się dowiedzieć. Tajemnice przedsiębiorstwa nadal mają jednak – i prawdopodobnie zawsze będą miały – istotną rolę do spełnienia, jeżeli chodzi o zapewnienie przedsiębiorstwom przewagi konkurencyjnej. Wraz ze znakami towarowymi tajemnice przedsiębiorstwa stanowią istotny element wielu sieci franczyzowych, takich jak restauracje typu fast food, salony fryzjerskie, sklepy odzieżowe itd.

Tajemnica przedsiębiorstwa, czasami określana mianem know-how, obejmuje poufne informacje handlowe, które zapewniają przedsiębiorstwu przewagę konkurencyjną. Tajemnicę przedsiębiorstwa stanowią informacje nieznanе nikomu poza przedsiębiorstwami posiadającymi te produkty oraz ich pracownikami.

Tajemnice przedsiębiorstwa obejmują tajemnice produkcji/tajemnice przemysłowe oraz tajemnice handlowe. Są to m.in. metody sprzedażowe i dystrybucyjne, profile konsumenckie, strategie reklamowe, wykazy dostawców i klientów, tabele cen i oczywiście procesy produkcyjne.

Mogą to być pozytywne informacje (dobre praktyki), jak również informacje negatywne (błędy, których należy unikać).

Jakie kryteria musi spełniać tajemnica przedsiębiorstwa?

Tajemnica przedsiębiorstwa zachowuje swój status wyłącznie w przypadku, gdy ma charakter poufny. Informacja stanowiąca tajemnicę przedsiębiorstwa:

musi posiadać wartość biznesową, handlową lub ekonomiczną;

nie może być znana;

nie może być łatwa do odkrycia;

należy wykazać uzasadnione starania w celu zachowania poufnego charakteru.



Czy tajemnica przedsiębiorstwa jest prawem własności intelektualnej?

Nie. Tajemnice przedsiębiorstwa same w sobie nie są prawami własności intelektualnej. Właścicielowi tajemnicy przedsiębiorstwa nie przysługuje wyłączne prawo w zakresie tego tworu. Właściciel nie może powstrzymać konkurentów przed odkryciem tajemnicy lub wymyśleniem takich samych rozwiązań.

Tajemnice przedsiębiorstwa mogą funkcjonować niezależnie od patentów lub uzupełniać je. Są one wykorzystywane na dużą skalę w procesie twórczym prowadzącym do wprowadzenia innowacji. Do czasu zgłoszenia wynalazku w celu uzyskania ochrony patentowej wynalazca musi w szczególności zadbać o zachowanie poufności wynalazku w celu spełnienia wymogu w zakresie nowości.

W ramach umowy franczyzy franczyzodawca zapewnia franczyzobiorcy odpowiednią wiedzę ekspercką, która jest systematycznie uzupełniana w celu zachowania przewagi konkurencyjnej w sieci franczyzowej.

Tajemnice przedsiębiorstwa podlegają prawnej ochronie jedynie w przypadkach, gdy ktoś uzyskał dostęp do informacji poufnych w sposób bezprawny (np. poprzez szpiegostwo, kradzież czy wręczanie łapówek).

Patenty

Czym jest patent?

Patent zapewnia wynalazcom ochronę ich wynalazków. Wynalazek to rozwiązanie konkretnego problemu technologicznego w postaci produktu lub procesu, które ułatwia nasze życie lub poprawia jego jakość. Jeżeli nowe rozwiązanie okaże się skuteczne, staje się ono potężnym narzędziem w rękach wynalazcy i zapewnia danemu przedsiębiorstwu istotną przewagę konkurencyjną na rynku.

W związku z tym istnieje duże prawdopodobieństwo, że konkurenci będą chcieli stworzyć podobne lub identyczne produkty. Aby chronić wynalazcę i sprzyjać twórczości, patent pozwala wynalazcy uniemożliwić innym przerabianie, wykorzystywanie, sprzedawanie lub importowanie produktu będącego kopią jego wynalazku.

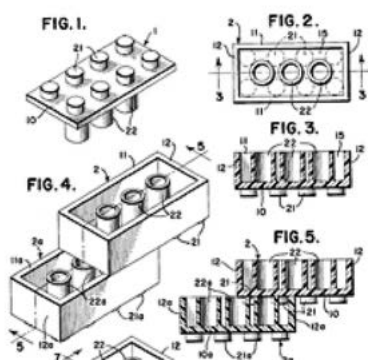
Patent uniemożliwia rozwój konkretnych technologii i wprowadzenie udoskonaleń, dlatego też jego okres ważności jest ograniczony. Maksymalny okres ochrony w przypadku patentu europejskiego wynosi 20 lat od dnia zgłoszenia patentowego.

Wynalazkiem może być tak banalna rzecz, jak zabawka, lub tak złożona, jak broń jądrowa. Sąd Najwyższy Stanów Zjednoczonych swego czasu uznał, że przedmiot patentu obejmuje „wszystko, co zostało stworzone przez człowieka”. W Europie wynalazek musi spełniać następujące trzy kryteria, aby posiadać zdolność patentową:

Nowość: Nie może być wcześniej znany ogółowi społeczeństwa w jakiegokolwiek formie, w jakimkolwiek miejscu lub czasie.

Poziom wynalazczy: Wynalazek musi być o jeden poziom wyżej niż istniejące wynalazki. Nie może być tylko ich „kontynuacją”, czy też „odmianą”.

Zastosowanie przemysłowe: Może być wytwarzany lub wykorzystywany na skalę przemysłową.



WYNALAZCA Godtfred Kirk Christiansen
KONSTRUKCYJNE KLOCKI DO ZABAWY Biilund, Dania.
Zarejestrowane dnia 28 lipca, 1958 r., nr ser. 751,387
Zastrzeżenie pierwszeństwa, zgłoszenie Dania, 28 stycznia 1958 r.

Wynalazek ten odnosi się do elementów konstrukcyjnych do zabawy, a w szczególności do klocków lub bloków konstrukcyjnych do zabawy, przystosowanych do łączenia ze sobą za pomocą wypukłych elementów znajdujących się na górnej części klocka i ułożonych w taki sposób, aby dopasować się do wystających części sąsiadującego elementu, gdy dwa takie elementy są zestawione ze sobą.

Jak zarejestrować patent?

Przedsiębiorstwo lub wynalazca mogą dokonać zgłoszenia patentowego:

- w konkretnym państwie za pośrednictwem krajowego urzędu patentowego;
- w jednym lub kilku państwach europejskich za pośrednictwem [Europejskiego Urzędu Patentowego](#) (EPO);
- na szczeblu międzynarodowym za pośrednictwem [Światowej Organizacji Własności Intelektualnej](#) (WIPO).

Jakie są zalety patentów?

Wyłączność

Patent daje uprawnionemu wyłączone prawo do zarobkowego lub zawodowego korzystania z opatentowanego wynalazku.

Wartość gospodarcza i prestiż

Ochrona wynalazków świadczy o przewadze rynkowej, silnej pozycji na rynku, sukcesie komercyjnym, renomie i innowacyjnym wizerunku przedsiębiorstwa, a także jego wartości rynkowej. Patent może być przedmiotem obrotu umożliwiając np. jego zbycie, ustanowienie zastawu, udzielenie licencji. Patent ma zdolność aportową, czyli może być wniesiony do spółki jako wkład.

Ochrona

Dzięki ochronie patentowej można zakazać podmiotom trzecim bezprawnego korzystania z wynalazku. To mocny środek dowodowy w przypadku naruszenia prawa z patentu w przypadku podjęcia działań przeciwko podmiotom naruszającym nasze prawa do wynalazku.

Jakie są wady patentów?

Czas

Rozpatrywanie zgłoszeń może trwać kilka lat.

Publikacja

Proces zgłaszania obejmuje publikację szczegółów technicznych (zachowanie wynalazku w tajemnicy).

Koszty

Ochronę patentową należy odnawiać co roku. Fakt, że wynalazki często są chronione wieloma patentami, może wiązać się z szybkim wzrostem wydatków.

Uzyskanie patentu nie gwarantuje pomyślności w biznesie. Wynalazca musi upewnić się, że korzyści płynące z posiadania ochrony patentowej przewyższają czas, wysiłek i pieniądze niezbędne do jej uzyskania.

W trakcie rejestracji patentu przedsiębiorstwa muszą szczegółowo opisać swoje wynalazki i ujawnić związane z nimi kwestie poufne. Patent sam w sobie nie chroni produktów, lecz poszczególne poziomy wynalazcze w ramach tzw. zastrzeżeń patentowych. Przygotowanie odpowiednich zastrzeżeń patentowych jest sztuką samą w sobie, dlatego też zajmują się tym rzeczniczy patentowi.

Wiele dużych przedsiębiorstw korzysta z innych praw własności intelektualnej, aby chronić produkty, które mogły być zarejestrowane jako patenty, bez ujawniania poufnych informacji na ich temat. Na przykład Coca Cola nigdy nie opatentowała receptury swoich produktów, wolała zachować je w tajemnicy. Ten strategiczny wybór sprawił, że Coca Cola nadal jest niezwykle znaną marką, lecz spółka nie ryzykuje ujawnienia swojego przepisu.

W tym przypadku decyzja o zarejestrowaniu patentu zależy również od stopnia poufnego charakteru patentu i jego poziomu technicznego. Jeżeli wynalazek z łatwością można poddać inżynierii odwrotnej w drodze rozmontowania, jak na przykład w przypadku silnika, ochrona tajemnicy nie będzie miała zastosowania. W przypadku Coca Coli było to odpowiednie podejście, gdyż przeprowadzenie inżynierii odwrotnej było niezwykle trudnym zadaniem.

Quiz dotyczący własności intelektualnej

1. Własność intelektualna...

- A. istnieje od długiego czasu
- B. składa się z zestawu praw
- C. chroni wytwory
- D. wszystkie powyższe

2. Własność intelektualna może...

- A. chronić wynalazki
- B. chronić utwory pisemne i prezentacje
- C. stanowić wartość dodaną przedsiębiorstwa
- D. wszystkie powyższe

3. Aby posiadać zdolność patentową, wynalazek musi...

- A. stanowić nowość
- B. być na jednym poziomie wynalazczym wyżej niż dotychczas istniejące wynalazki
- C. mieć zastosowanie przemysłowe
- D. spełniać wszystkie powyższe wymogi

4. Znak towarowy...

- A. chroni wynalazki
- B. chroni informacje poufne
- C. umożliwia odróżnienie produktów i usług
- D. chroni wygląd produktów

5. Wzór...

- A. to wygląd zewnętrzny całości lub części produktu
- B. nie musi być zarejestrowany, aby być w pełni chroniony
- C. musi posiadać wartość artystyczną
- D. zazwyczaj nie posiada dużej wartości handlowej

6. Prawa autorskie zaczynają obowiązywać...

- A. po opublikowaniu lub zaprezentowaniu danego utworu
- B. automatycznie przy stworzeniu utworu
- C. po zarejestrowaniu utworu
- D. jeżeli utwór ma znaczną wartość

7. Które z poniższych są chronione prawami autorskimi?

- A. programy komputerowe i bazy danych
- B. zdjęcia i nagrania wideo
- C. zapisy nutowe i teksty piosenek
- D. wszystkie powyższe

8. Jeżeli uczeń ma jakiś fantastyczny, innowacyjny pomysł, powinien...

- A. zachować ostrożność, opowiadając o nim innym
- B. dowiedzieć się, w jaki sposób może objąć go ochroną
- C. opublikować go w mediach społecznościowych, aby dowiedziało się o nim jak najwięcej osób
- D. odpowiedzi A i B są poprawne

9. Przeciętny smartfon jest objęty... patentami.

- A. 250
- B. 2 500
- C. 25 000
- D. 250 000

10. Samochód jest chroniony...

- A. patentami
- B. znakiem towarowym i zarejestrowanym wzorem
- C. prawem autorskim
- D. wszystkie powyższe