

# KWARTALNIK

Urzędu Patentowego RP

**EX ORIENTE LUX**

**WALORYZACJA WIEDZY**



# Spis treści

5	Konferencja historyczna z okazji 105. rocznicy powstania Urzędu Patentowego RP	Adam Taukert
10	Urząd Patentowy RP nagrodził autorów prac naukowych i informacji medialnych	Katarzyna Kowalewska
16	Wynalazek na pomoc	Łukasz Mączko
21	Własność intelektualna w Europie: zderzenie świadomości z działaniem – na podstawie badań przeprowadzonych w 2023 roku przez Europejski Urząd ds. Własności Intelektualnej	Przemysław Piotrowski
29	Gdy znaki towarowe wchodzą do gry	Joanna Porębska
37	Ex oriente lux	Piotr Brylski
49	Dowody internetowe w postępowaniu w sprawach dotyczących znaków towarowych zgodnie ze wspólną praktyką CP12	Joanna Psujek
55	Waloryzacja wiedzy	Jagoda Janiak

60	Dizajn buduje nasz świat	Katarzyna Kowalewska
63	Wniosek o unieważnienie w części prawa ochronnego na znak towarowy „adżika”	Piotr Kalinowski Agnieszka Dudek Joanna Dziadosz Karolina Wojciechowska
69	Global Innovation Index 2023 – innowacyjność w czasie globalnych zawirowań	Ewa Lisowska-Bilińska
74	Sztuczna inteligencja odkryła miliony nieznanych ludzkości materiałów	Elżbieta Krupska
76	Feromony – chemiczne związki sygnałowe	Andrzej Jurkiewicz



**1918**

**13 GRUDNIA**

URZĄD PA



RZECZYPOSPOL

OPIS PAT

Nr 1.

Maschinenbau-  
Köln-Ka

Przyrząd do odpy

Zgłoszono: 1 gru

Udzielono: 24 kv

Pierwszeństwo: 1

Wynalazek niniejszy dotyczy przy  
rządu do odpylania drobnego węgla  
Istota wynalazku polega na skojarzeni  
kola wirującego z powierzchnią odbi  
jącą. Rzeczona wirówka ciska  
na ścianę odbijającą, na której  
się oddzielenie węgla od pyłu

Węgiel i pył spadają  
łączone i rozdzielone  
siewającej za pomocą  
z boku i od  
Szybkość r  
stosowni  
kości  
P



**Adam Taukert**

główny specjalista

Departament Innowacyjności i Komunikacji

## Konferencja historyczna z okazji 105. rocznicy powstania Urzędu Patentowego RP

13 grudnia 2023 r. odbyła się w Warszawie konferencja historyczna poświęcona 105. rocznicy powołania Urzędu Patentowego RP i ustanowienia ochrony własności przemysłowej na ziemiach polskich. Dekretem tymczasowym Naczelnika Państwa Józefa Piłsudskiego z 13 grudnia 1918 r. przy Ministerstwie Przemysłu i Handlu utworzony został Urząd Patentowy Republiki Polskiej z siedzibą w Warszawie, którego nazwa została później zmieniona na Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej. Do kompetencji nowego urzędu należało udzielanie patentów na wynalazki oraz wydawanie świadectw ochronnych na prawa własności wzorów rysunkowych i modeli, a także świadectw ochronnych na znaki towarowe.

Uczestnicy konferencji zapoznali się z filmem dokumentalnym obrazującym historię Urzędu Patentowego. Wystąpienie wprowadzające wygłosiła prezes Urzędu Patentowego Edyta Demby-Siwiek. „Choć dzisiaj spotykamy się z okazji 105. rocznicy utworzenia Urzędu Patentowego RP, to w dużej mierze chciałabym powiedzieć o przyszłości. Jeśli chcemy mówić o przyszłości, to myślimy przede wszystkim o młodych ludziach, bowiem to oni będą tworzyć Urząd. Ci młodzi ludzie będą przedsiębiorcami, wynalazcami, projektantami, innowatorami. To oni będą tworzyć innowacje w przyszłości, dlatego przede wszystkim na podnoszeniu świadomości w tej grupie powinniśmy się skupić. Aby pokazać, czym jest ochrona własności intelektualnej, jakie korzyści przynosi nie tylko dla pojedynczej jednostki, ale dla całego społeczeństwa, a przede wszystkim gospodarki. Nowe społeczeństwo i gospodarka będą w przyszłości funkcjonować w oparciu o sztuczną inteligencję, która będzie stanowiła bez wątpienia istotny element rozwoju. Dlatego nie trzeba sztucznej inteligencji się bać – będzie ona pomagać człowiekowi, a nie go zastępować. Jest także ważnym elementem przyszłości dla Urzędu Patentowego, ponieważ będzie wspomagać pracę naszych ekspertów. Unia Europejska zakończyła niedawno pewien etap regulacji unijnych dotyczących tej technologii. Nie dotyczą one jeszcze ochrony własności intelektualnej, ale na pewno prawo własności przemysłowej nie uniknie tej kwestii. Dlatego jeśli chodzi o legislację i przyszłość, to nastąpi zmiana ustawy Prawo własności przemysłowej. Jaki jest cel tej zmiany? Przede wszystkim szybsze, sprawniejsze i uproszczone postępowanie w sprawach własności przemysłowej oraz dostosowanie tej ustawy do szybko zmieniającej się rzeczywistości gospodarczej i procesu globalizacji. Jutro i przyszłość Urzędu Patentowego to nowa ustawa o własności przemysłowej” – podkreśliła prezes.

„Aby Polska mogła się rozwijać, potrzebna jest działalność Urzędu Patentowego RP. Dziękuję Urzędowi za inicjatywy podejmowane wspólnie z Kancelarią Prezydenta RP” – powiedział na uroczystości 105. rocznicy utworzenia UPRP minister Piotr Ćwik, zastępca szefa Kancelarii Prezydenta RP.

Podczas konferencji minister Piotr Ćwik wręczył odznaczenia „Za długoletnią służbę” nadane przez Prezydenta RP zasłużonym pracownikom Urzędu Patentowego.



Emerytowani pracownicy naszej instytucji, którzy wnieśli znaczący wkład w rozwój systemu własności przemysłowej, otrzymali nadane przez Prezesa Rady Ministrów odznaki „Za zasługi dla wynalazczości”. Wyróżniający się pracownicy Urzędu Patentowego RP zostali uhonorowani specjalnymi dyplomami, które wręczyła prezes Edyta Demby-Siwiek.



Podczas konferencji wystąpienia przedstawiające historię Urzędu Patentowego RP, rozwój systemu ochrony własności przemysłowej i jego znaczenie dla rozwoju gospodarki wygłosili: dyrektor generalny Urzędu Marcin Dobruk, Marcin Fidler, Agnieszka Podrazik z Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie oraz Jerzy Kunikowski z Centralnej Biblioteki Wojskowej.

Monograficzne wystąpienia historyków poprzedził interesujący wykład Marcina Dobruka, dyrektora generalnego UPRP, który w syntetyczny sposób ukazał historię naszej instytucji. Dyrektor generalny przypomniał, że w 1918 r. tylko 32 dni minęły od odzyskania niepodległości do wydania Dekretu tymczasowego o utworzeniu Urzędu Patentowego Republiki Polskiej. Omówił także obowiązujące krajowe akty prawne, w tym ustawę Prawo własności przemysłowej. Obecnie planowana jest także zupełnie nowa regulacja w tym obszarze. Jednocześnie Polska jest sygnatariuszem szeregu





umów międzynarodowych, by wymienić tylko najważniejsze jak Konwencja paryska o ochronie własności przemysłowej z 1883 r., Układ o współpracy patentowej sporządzony w Waszyngtonie z 1970 r. czy Porozumienie madryckie o międzynarodowej rejestracji znaków towarowych z 1891 r. Polska przystąpiła w 1975 r. do Światowej Organizacji Własności Intelektualnej, a w 2004 r. do Europejskiej Organizacji Patentowej i Unii Europejskiej, co skutkuje po dziś dzień naszą obecnością w strukturach Urzędu UE ds. Własności Intelektualnej.



Dyrektor Marcin Dobruk przypomniał także historyczne losy naszej instytucji, które wpływały na lokalizację naszych siedzib. Do 1939 r. Urząd Patentowy funkcjonował w trzech lokalizacjach w Warszawie, by po wojnie w 1945 r. otworzyć swoją siedzibę w Krakowie, mieście niezniszczonym przez okupację i reperkusje po Powstaniu Warszawskim. Po krótkim okresie działalności krakowskiej siedziba została przeniesiona na powrót do Warszawy. Okres II Wojny Światowej to czas heroizmu pracowników Urzędu Patentowego, z których wielu uczestniczyło w walkach zbrojnych i obronie cywilnej. Nie brakowało wyzwań w sprawowaniu pieczy nad cenną dokumentacją i zasobami Urzędu, co wymagało ogromnego poświęcenia. Niekiedy najwyższego. Okres 105 lat naszej historii to nieustanna praca. Łącznie przez ponad stulecie wpłynęło do UPRP ponad 1 mln 350 tys. zgłoszeń. Dziś Urząd Patentowy jest profesjonalnym urzędem administracji rządowej, stanowiącym cenny zasób kadrowy państwa polskiego.





**Katarzyna Kowalewska**

naczelnik

Departament Innowacyjności i Komunikacji

## Urząd Patentowy RP nagrodził autorów prac naukowych i informacji medialnych

13 grudnia, dokładnie 105 lat po utworzeniu Urzędu Patentowego dekretem Naczelnika Państwa Józefa Piłsudskiego, gościliśmy w Warszawie nietuzinkowych pasjonatów własności intelektualnej. W kinie Iluzjon przy ulicy Narbutta 50A wręczyliśmy bowiem nagrody laureatom tegorocznej edycji konkursów Urzędu Patentowego RP na najlepszą pracę naukową na temat własności intelektualnej oraz najlepszą informację medialną o tematyce ochrony własności intelektualnej, w tym przemysłowej. Było to święto twórców, którzy skomplikowaną materię prawa własności intelektualnej obrali za przedmiot swojej twórczości.

– Twórczość jest niezwykłym fenomenem, dzięki któremu powstają rzeczy nowe, piękne i użyteczne – powiedziała prezes Urzędu Patentowego RP Edyta Demby-Siwiek, rozpoczynając uroczystość. – Dlatego każde otwarte społeczeństwo powinno wspierać na różnorodnych płaszczyznach działania kreatywnych jednostek i chronić ich dorobek jako własność intelektualną. Urząd Patentowy RP, dostrzegając szczególną rolę twórców, jest przekonany, że właśnie oni mogą najlepiej wyrażać ideę poszanowania własności intelektualnej, gdyż problematyka ta stoi w samym centrum ich działalności, przez co dysponują ugruntowaną wewnętrzną świadomością, czym jest w istocie kreatywny wysiłek prowadzący do stwarzania nowych wartości.

– Naukowcy i dziennikarze różnych pokoleń są co roku zapraszani do uczestnictwa w konkursach Urzędu Patentowego RP, aby wykorzystali część swojego talentu, tworząc prace naukowe oraz publikacje, które przekazują główną myśl polegającą na przekonaniu, że ochrona własności intelektualnej jest konieczna dla pobudzania oraz wzrostu innowacyjności niezbędnej zarówno dla rozwoju gospodarczego, jak i społecznego – dodała prezes Demby-Siwiek.

W pierwszej kolejności prezes Urzędu Patentowego wręczyła nagrody i wyróżnienia ufundowane przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego laureatom XI edycji konkursu na informację medialną o tematyce ochrony własności intelektualnej, w tym przemysłowej. Kandydatów do nagrody było wielu, bowiem w tegorocznej edycji konkursu do Urzędu wpłynęło aż 59 zgłoszeń, w tym 6 cykli tekstów, nadesłanych przez 26 autorów lub współautorów. Nagrody i wyróżnienia przyznane zostały następującym osobom:



### **I nagroda**

#### **Szymon Cydzik**

Artykuły opublikowane na łamach dziennika „Rzeczpospolita” dotyczące prawa własności przemysłowej oraz prawa autorskiego w świecie cyfrowym, w tym sztucznej inteligencji

### **II nagroda**

#### **Michał Markiewicz**

Cykl artykułów opublikowanych na łamach dziennika „Rzeczpospolita” dotyczących zagadnień związanych z prawem własności intelektualnej opisywanych z perspektywy potrzeb przedsiębiorców

### **III nagroda**

#### **Jakub Styczyński**

Artykuł pt. „Najpierw patent, dopiero później publikacja badań. Lekarze-innowatorzy o tym zapominają”, opublikowany na łamach specjalistycznego portalu „Rynek Zdrowia”

### **IV nagroda**

#### **Artur Włodarski**

Artykuł pt. „Wrózenie z patentów, czyli dokąd zmierza motoryzacja”, opublikowany na łamach portalu motoryzacyjno-naukowo-ekonomicznego IQcars.pl

### **Wyróżnienia**

#### **Agata Chwastek i Grażyna Łaciak**

Cykle zatytułowane „nowaTorskie poMYsły z AGH!” oraz „Wynalazczynie z AGH!”, składające się z tekstów opublikowanych na platformie Facebook, na kanale Ośrodka Informacji Patentowej PATLIB AGH



### **Bartosz Fert i Magdalena Gajek**

Seria tekstów edukacyjnych w ramach kampanii #spórostrój, opublikowanych na platformie LinkedIn, dotyczących unieważnienia wniosku o rejestrację stroju Świętego Mikołaja jako wzoru przemysłowego

### **Anna Pluszyńska**

Artykuł pt. „Jak własność intelektualna zmienia sektor muzealny”, opublikowany na portalu zrzeszającym muzealników MuzeOn

### **Jakub Siewiesiuk**

Podcast „Patentowanie programów komputerowych”, wyemitowany w ramach cyklu „Rzeczpospolita – Prawo w firmie”, artykuł pt. „Nareszcie można opatentować program komputerowy”, opublikowany na łamach magazynu „Rzeczpospolitej” oraz artykuł pt. „Jak bez stresu opublikować swój wynalazek”, opublikowany na blogu Kancelarii AOMB Polska

### **Maciej Stodulski**

Podcast dotyczący sztucznej inteligencji wyemitowany w ramach cyklu „Rzeczpospolita – Prawo w firmie”, a także artykuły opublikowane w periodyku „Chemia i Biznes” oraz na platformie LinkedIn dotyczące własności przemysłowej, w tym komercjalizacji i sztucznej inteligencji

### **Dominik Świątkowski**

Cykl artykułów upowszechniających wiedzę w zakresie prawa własności intelektualnej w branży muzycznej, opublikowanych na portalu prawników od muzyki musicodex.pl

### **Michał Ziółkowski**

Artykuły upowszechniające wiedzę w zakresie prawa własności intelektualnej, w szczególności ochrony znaków towarowych i wzorów przemysłowych, opublikowane na łamach dziennika „Rzeczpospolita”

Laureaci i zebrani goście mieli okazję do wystuchania prezentacji influencera i pasjonata nauki Marcina Fidera, zatytułowanej „Jak własność intelektualna podbiła social media”. Marcin Fidler to popularny autor serii o dokonaniach polskich wynalazców. Cykl publikowany jest w mediach społecznościowych pod hasztagiem #WynalazcyPL.

Urząd Patentowy RP uhonorował także młodych i doświadczonych naukowców – autorów prac akademickich poświęconych zagadnieniom ochrony własności intelektualnej. Do Urzędu wpłynęły w tegorocznej edycji 43 prace naukowe, w tym 1 praca habilitacyjna, 6 prac doktorskich, 31 prac magisterskich oraz 5 prac licencjackich.

Członkowie jury pod przewodnictwem prezes Edyty Demby-Siwiek dokonali oceny zgłoszonych prac konkursowych i podjęli decyzję o przyznaniu następujących nagród i wyróżnień ufundowanych przez Ministra Edukacji i Nauki oraz Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.



### Praca doktorska

#### **Ewelina Jarosz-Zgoda** (Instytut Nauk Prawnych PAN)

I nagroda Ministra Edukacji i Nauki za pracę doktorską pt. „Wzór użytkowy – przedmiot ochrony”

#### **Andrzej Hańderek** (Uniwersytet Jagielloński)

II nagroda Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego za pracę doktorską pt. „Wyszukiwarka internetowa w świetle prawa autorskiego”

#### **Tomasz Drab** (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej)

Wyróżnienie Ministra Edukacji i Nauki za pracę doktorską pt. „Niebezpieczeństwo wprowadzenia w błąd jako przestępstwo naruszenia prawa z rejestracji unijnego znaku towarowego”

#### **Marta Sznajder** (Uniwersytet Warszawski)

Wyróżnienie Ministra Edukacji i Nauki za pracę doktorską pt. „Pozycja prawna użytkownika w prawie patentowym”



### Praca magisterska

#### **Maciej Broniarek (Uniwersytet Warszawski)**

I nagroda Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego za pracę magisterską pt. „Modyfikacje gier komputerowych w świetle dozwolonego użytku prywatnego”

#### **Olga Grodecka (Uniwersytet Warszawski)**

II nagroda Ministra Edukacji i Nauki za pracę magisterską pt. „Zakres przedmiotowy zastosowania przepisów o postępowaniu odrębnym w sprawach własności intelektualnej (przypadki wątpliwe)”

#### **Julian Kwiatkowski (Uniwersytet Warszawski)**

III nagroda Ministra Edukacji i Nauki za pracę magisterską pt. „Prześanki ochrony oznaczeń geograficznych produktów rolnych i środków spożywczych w Unii Europejskiej”

#### **Sylwia Kaszuba (Uniwersytet Jagielloński)**

Wyróżnienie Ministra Edukacji i Nauki za pracę magisterską pt. „W poszukiwaniu wspólnego standardu dla pojęcia złej wiary w prawie znaków towarowych: studium porównawcze europejskiego, polskiego i chińskiego prawa znaków towarowych”

#### **Karol Kuterek (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej)**

Wyróżnienie Ministra Edukacji i Nauki za pracę magisterską pt. „Wyjątek Bolara w prawie patentowym”

#### **Patrycja Justyna Nowaczyk (Uczelnia Łazarskiego)**

Wyróżnienie Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego za pracę magisterską pt. „Fan art i fan fiction – analiza prawnoautorska”

#### **Marta Staudt (Uniwersytet Jagielloński)**

Wyróżnienie Ministra Edukacji i Nauki za pracę magisterską pt. „Wyzwania prawne związane z rejestracją znaków towarowych i wzorów przemysłowych związanych z NFT i Metaverse”

## Praca licencjacka

### Kacper Koman (Uniwersytet Jagielloński)

I nagroda Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego za pracę licencjacką pt. „Ghostwriting prac dyplomowych w 2023 roku”

### Zuzanna Musiał (Uniwersytet Wrocławski)

II nagroda Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego za pracę licencjacką pt. „Kolaż plastyczny jako przedmiot prawa autorskiego”

### Izabela Jasion (Uniwersytet Jagielloński)

III nagroda Ministra Edukacji i Nauki za pracę licencjacką pt. „Ocena rozumienia pojęć prawa własności intelektualnej z perspektywy praktyki działalności organów podatkowych na gruncie stosowania regulacji o preferencyjnym opodatkowaniu dochodów IP Box”

Laureaci i goście uroczystości wręczenia nagród mogli zapoznać się z prezentacją projektu zrealizowanego przez utalentowanych młodych naukowców, laureatów m.in. nagrody Urzędu Patentowego RP w ogólnopolskim konkursie E(x)plory. Zaprojektowana przez uczniów Zespołu Szkół Mechaniczno-Elektrycznych w Tarnowie – Jakuba Kuczka, Bartosza Smolenia i Dawida Świątka, pod okiem opiekuna naukowego Łukasza Mączko – karetka wodna ratująca tonących o nazwie Rescue Capsule Slim powstała wskutek obserwacji nieudanej akcji ratunkowej nad wodą. Rescue Capsule Slim ma pomagać szybciej dotrzeć do tonących.

Laureatom konkursów, które organizujemy od ponad dwóch dekad (praca naukowa) i dekady (informacja medialna) należą się najszczerze gratulacje. Trwałym efektem inicjatywy konkursowej są nie tylko jednostkowe dokonania twórcze, ale także kształtowanie postaw kulturowych i wzrost społecznego zainteresowania problematyką ochrony dorobku intelektualnego. Prace naszych laureatów przyczyniają się do zgłębiania i popularyzacji tematyki związanej z własnością przemysłową.





W dniach 18–20 października 2023 r. w Gdyni odbył się Krajowy Finał Konkursu E(x)plory, który obok Festiwalu Nauki i Technologii oraz Konferencji Talentowej był jednym z punktów Gdynia E(x)plory Week 2023. W wydarzeniu brała udział delegacja Urzędu Patentowego RP, której przewodniczył wiceprezes Piotr Zakrzewski, jeden z jurorów konkursu. Spośród 35 finałowych projektów z całej Polski jury i partnerzy Explory wybrali te najlepsze. UPRP przyznał nagrodę specjalną uczniom z Zespołu Szkół Mechaniczno-Elektrycznych w Tarnowie: Dawidowi Świątkowi, Bartoszowi Smoleniowi i Jakubowi Kuczkowi. Ich projekt – Rescue Capsule Slim to zdalnie sterowana kapsuła ratunkowa pomagająca osobom tonącym. Projekt objęty jest patronatem Katedry Informatyki Akademii Tarnowskiej.

## Łukasz Mączko

Opiekun naukowy zespołu Rescue Capsule Slim

# Wynalazek na pomoc

Pomysł na stworzenie kapsuły ratunkowej zrodził się podczas wakacji w 2022 r. Trzej koledzy ze szkoły podczas wypoczynku nad wodą byli świadkami nieszczęśliwego zdarzenia, a mianowicie utonięcia dwóch osób na kąpielisku wodnym w Radłowie. Przebywający w tym czasie na terenie kąpieliska obserwowali nieudaną akcję ratowniczą. Dawid Świątek, który należy do Ochotniczej Straży Pożarnej, wraz z Jakubem Kuczkiem i Bartoszem Smoleniem zaczęli zastanawiać się nad tym, czy można było zapobiec tej tragedii. Wówczas zrodził się pomysł, aby stworzyć urządzenie, które będzie w stanie nieść pomoc szybciej, zanim jeszcze pojawi się straż pożarna czy inny ratownik. Zastanawiali się także nad stworzeniem urządzenia, które zastąpi ratownika wodnego, w sytuacji kiedy nie ma go w pobliżu albo gdy ludzie obecni przy sytuacji zagrażającej życiu nie potrafią pływać. Pomysł rozwijał się w ich głowach.

Okazja do przekucia koncepcji w działanie pojawiła się dość szybko, bo już we wrześniu tego samego roku. W Zespole Szkół Mechaniczno-Elektrycznych, do którego cała trójka uczęszcza, pojawiła się informacja o szkolnym etapie konkursu E(x)plory i możliwości udziału w tym wydarzeniu. Był to sygnał do działania. Chłopcy podziellili się w szkole swoim pomysłem ze mną. Bardzo mi się spodobał. Zostałem ich opiekunem naukowym. Czas od września do grudnia przebiegał na omawianiu szczegółów i przygotowywaniu potrzebnej dokumentacji do startu w konkursie. 15 grudnia 2022 r. to data szczególna dla całego zespołu Rescue Capsule Slim, w skrócie nazywanego RCS. Wówczas odbywał się Finał Szkolnego Festiwalu Nauki E(x)plory, podczas którego projekt Rescue Capsule Slim został nagrodzony nie tylko akredytacją do udziału w regionalnym etapie E(x)plory, ale też nagrodą specjalną Rektora Akademii Nauk Stosowanych w Tarnowie (obecnie Akademii Tarnowskiej). W ramach nagrody Katedra Informatyki i jej kierownik dr inż. Daniel Król zaprasza młodych wynalazców do współpracy i udziału w Kole Naukowym.



Podczas szkolnego etapu konkursu zaprezentowany został jedynie pomysł. Gdyby nie wsparcie Akademii Tarnowskiej to myślę, że projekt nie mógłby powstać w ogóle, zostałby tylko idea. Realizacja projektu odbywała się głównie w Akademii, gdzie chłopcy spędzali średnio 10 godzin tygodniowo nad pracami projektowymi. Pomimo trudności nie poddawali się, pracując wytrwale nad projektem, wynikiem czego było otrzymanie akredytacji na udział w wielkim finale E(x)plory podczas Gdynia E(x)plory Week w październiku 2023 r. Wyjazd do Gdyni był nie tylko okazją do zaprezentowania gotowego już projektu, ale i okazał się sukcesem. Wynalazek został wyróżniony nagrodami specjalnymi od Urzędu Patentowego RP i Rektora Uniwersytetu Morskiego w Gdyni.

Projekt Rescue Capsule Slim ma na celu ratowanie osób zagrożonych utonięciem lub znalezionych w niebezpiecznych sytuacjach w wodzie. Przypomina wyglądem dwie beczki napędzane silnikami elektrycznymi. Obecnie konstrukcja jest sterowana przez aplikację na urządzenia z systemem iOS. Z pomocą RCS można dostarczyć koło ratunkowe lub tonący może złapać się jej, nie narażając przy tym zdrowia i życia człowieka, który miałby podjąć się akcji ratunkowej. Kapsuła wyposażona została w zaawansowane czujniki bezpieczeństwa (w tym kamerę termowizyjną), które zapewniają pełen wgląd w sytuację ratowniczą. Co więcej, dzięki modelowi sztucznej inteligencji oraz systemowi sterowania RC, kapsuła jest zdalnie sterowana i kontrolowana przez operatora, co umożliwi sterowanie nią zarówno w dzień, jak i w nocy. Jest ona również wyposażona w lidar oraz liny ratownicze. Pierwszy prototyp „Rescue Capsule Slim” jest ukończony. Zespół pracuje już nad kolejną wersją – „Rescue Capsule Nova”, która będzie zawierać nowe rozwiązania i ulepszenia. Zaawansowane prace trwają nad wykorzystaniem sztucznej inteligencji, która ma czuwać, aby kapsuła sama podpływała i działała tak, żeby pomóc osobie tonącej.

Kapsuła ratunkowa ma szerokie spektrum zastosowań. Może przydać się na przykład na statkach wycieczkowych, gdzie niebezpieczeństwo wypadnięcia za burtę jest realne. Dodatkowo, dla służb ratowniczych, takich jak straż pożarna, kapsuła stanowi alternatywę dla tradycyjnych łodzi ratunkowych, umożliwiając błyskawiczne dotarcie do osób poszkodowanych. Może służyć także innym służbom ratowniczym, które

potrzebowałyby naszej kapsuły. Projekt Rescue Capsule Slim jest innowacyjnym rozwiązaniem, które może znacząco poprawić skuteczność operacji ratunkowych na wodach morskich i akwenach i przyczynić się do szybszego i bezpieczniejszego reagowania w sytuacjach kryzysowych.




Rescue Capsule Slim reprezentuje rewolucyjne podejście do ratownictwa wodnego – zapewnia szybką i skuteczną interwencję w sytuacjach tonięcia lub innego zagrożenia. Wspomnianej klasy urządzenia obecnie nie istnieją na rynku, a dostępne prototypy nie zostały wprowadzone do powszechnego użytku.



Dawid Świątek i Bartosz Smoleń koncentrują się na pracach technicznych i wyglądzie kapsuły. Ponadto ich rola obejmuje także obsługę mediów społecznościowych oraz prowadzenie strony internetowej projektu. Czasem, jeśli trzeba, zajmują się też programowaniem. Jakub Kuczek z kolei skupia się głównie na kwestiach związanych z kodowaniem oraz elektroniką, co jest kluczowe dla rozwoju technicznego aspektu Rescue Capsule Nova. Jego praca obejmuje intensywne zaangażowanie w prace techniczne, z naciskiem na rozwój oprogramowania i elektronicznych systemów kapsuły ratunkowej.







**Własność intelektualna w Europie:**  
zderzenie świadomości  
z działaniem – na podstawie badań  
przeprowadzonych w 2023 roku  
przez Europejski Urząd ds. Własności  
Intelektualnej

## Przemysław Piotrowski

### Deployed Network Support for SMEs

W erze globalizacji, gdy innowacyjność i kreatywność wytyczają ścieżki rozwoju, kluczowego znaczenia nabiera zrozumienie i szanowanie praw własności intelektualnej. Polska jako istotny uczestnik europejskiej sceny gospodarczej, nie jest wolna od wyzwań związanych z ochroną tychże praw. Najnowsze badanie przeprowadzone przez Europejski Urząd ds. Własności Intelektualnej (EUIPO) w 2023 r., noszące tytuł „Obywatele europejscy a własność intelektualna: postrzeganie, świadomość i zachowania”, dostarcza bezcennych informacji, które przedstawiają zarys obecnej sytuacji na kontynencie europejskim.

Chociaż własność intelektualna może być czasami postrzegana jako abstrakcyjny termin, rzeczywistość ukazuje jej centralne miejsce w strukturze współczesnej gospodarki. Wyniki badania EUIPO z 2023 r. są nie do przecenienia – aż 83% Europejczyków deklaruje, że dobrze lub bardzo dobrze rozumie znaczenie własności intelektualnej. Co więcej 93% respondentów popiera ochronę praw twórców i artystów oraz należnego za to wynagrodzenia.

Jednakże, mimo rozległej świadomości, zaledwie niewielki odsetek ankietowanych (8%) jest przekonany, że to konsumenci czerpią główne korzyści z ochrony własności intelektualnej. Zamiast tego dominuje przekonanie, że to artyści i twórcy treści są głównymi beneficjentami tejże ochrony.

Zestawiając te dane, uwydatnia się wyraźny rozdźwięk między poziomem świadomości a realnym działaniem. Świadomość znaczenia własności intelektualnej nie przekłada się na konkretne korzyści dla





wszystkich jej uczestników, co wskazuje na konieczność kontynuowania edukacji i rozwoju mechanizmów ochrony praw własności intelektualnej w Europie.

To rozważanie jest nie tylko analizą obecnego stanu, ale również drogowskazem dla przyszłych działań mających na celu wzmocnienie zarówno poziomu zrozumienia, jak i skuteczności ochrony praw własności intelektualnej na europejskim gruncie.

### **Problem podróbek: dogłębna analiza wpływu na gospodarkę i środowisko**

Jednym z najbardziej palących wyzwań dla współczesnej gospodarki staje się problem podróbek. Raport EUIPO ukazuje istotne dane wskazujące, że młodsze pokolenia okazują się bardziej skłonne do zakupu podróbek, przede wszystkim z powodów finansowych. Niemniej



jednak, pomimo tej skłonności, ogromna większość Europejczyków jest świadoma, że podróbki finansują organizacje przestępcze, dezintegrują renomowane firmy i eliminują miejsca pracy. Co więcej, 66% respondentów przyznaje, że podróbki stanowią poważne zagrożenie nie tylko dla zdrowia i bezpieczeństwa ludzi, ale także dla środowiska naturalnego. Zaskakiwać może, że to młode pokolenie (osoby w wieku od 15 do 24 lat), najbardziej skłonne do zakupu podróbek, najintensywniej rozważa ich negatywne konsekwencje środowiskowe.

Polska nie odstaje od tego europejskiego trendu. Można rozsądnie przypuszczać, że młodzież polska, coraz bardziej zaznajomiona z globalnymi wyzwaniami, takimi jak zmiany klimatu czy pogarszający się stan środowiska naturalnego, podziela te obawy.

Mimo rosnącej świadomości istnieją pewne argumenty, które w oczach konsumentów mogą przeważać szalę na korzyść podróbek. Znaczna część badanych – aż jedna trzecia – jest skłonna zaakceptować zakup towarów podrabianych, jeżeli cena oryginalnego produktu jest postrzegana jako nadmiernie wygórowana. Zwłaszcza młodszy konsumenci, w przedziale wiekowym od 15 do 24 lat, okazują się bardziej otwarci na zakup podróbek, szczególnie jeśli chodzi o produkty luksusowe. Wśród nich 50% jest zdania, że zakup podróbek jest dopuszczalny, jeśli cena oryginalnego produktu jest niezrozumiale wysoka, a 41% uznaje, że zasadniczo zakup podróbek produktów luksusowych jest akceptowalny.

Jednak nie tylko cena jest determinantą w decyzji o zakupie podróbki. Znacząca liczba respondentów wskazuje, że mimo atrakcyjnej ceny, to ryzyko związane z zakupem podróbek, takie jak zła jakość produktu, potencjalne zagrożenie dla zdrowia czy możliwość nałożenia kary, odgrywa kluczową rolę w powstrzymaniu ich przed zakupem takich produktów. Dla wielu, niedecydujących się na zakup podróbek, wsparcie dla organizacji przestępczych jest głównym powodem unikania takich transakcji.

Te wyniki badania wskazują, że mimo rosnącej świadomości problemu podróbek, istnieje jeszcze wiele do zrobienia w kwestii edukacji konsumentów oraz wzmocnienia mechanizmów egzekwowania praw własności intelektualnej, aby skutecznie zahamować ten rosnący problem na terenie Polski i całej Europy.

## **Piractwo internetowe: rosnąca świadomość i niebezpieczne trendy**

Piractwo internetowe wyłania się jako kolejny niepokojący obszar na temat, którego rośnie świadomość społeczna. Mimo generalnego europejskiego sprzeciwu wobec korzystania z nielegalnych treści on-line aż 34% badanych uznaje takie działanie za dopuszczalne, jeżeli ma służyć wyłącznie własnemu użytkowi. Młodsze pokolenia (15–24 lata) wykazują większą skłonność do akceptacji takiego zachowania, zwłaszcza gdy chodzi o dostęp do treści, które są poza zasięgiem ich subskrypcji lub gdy uznają cenę oryginalnego produktu za nadmiernie wysoką. Wśród najczęściej pobieranych nielegalnie dóbr cyfrowych dominują filmy, muzyka, seriale telewizyjne oraz książki.

W Polsce obserwuje się pozytywny trend zwiększenia dostępności płatnych treści on-line. Polska dołączyła do elitarnego grona państw, gdzie ponad połowa populacji (59%) w ciągu ostatniego roku zapłaciła za legalny dostęp do materiałów cyfrowych, co stanowi najwyższy



wynik w Unii Europejskiej. Te dane są świadectwem rosnącej świadomości społeczeństwa polskiego odnośnie do wartości autentycznych produktów i treści, a także zrozumienia korzyści płynących z korzystania z legalnych źródeł, takich jak choćby wygoda użytkowania.

Jednakże, pomimo tych pozytywnych zmian, problem piractwa cyfrowego pozostaje nierozwiązany. Badanie ujawnia, że 11% Polaków przyznaje się do nielegalnego uzyskiwania dostępu do treści, zwłaszcza w kontekście oglądania transmisji sportowych. W skali całej Europy 14% respondentów przyznało się do celowego uzyskiwania dostępu do treści za pośrednictwem nielegalnych źródeł w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Ten odsetek alarmująco wzrasta do 33% wśród młodzieży w wieku od 15 do 24 lat.

W obliczu nieustannego postępu technologicznego i globalizacji Polska powinna kontynuować aktywne działania na rzecz kształtowania europejskiego krajobrazu własności intelektualnej. Teraz, bardziej niż kiedykolwiek, jest to szansa dla Polski, aby zbudować silną, zrównoważoną i innowacyjną gospodarkę, która z szacunkiem podchodzi do praw własności intelektualnej, jednocześnie promując twórczość oraz innowacje na wszystkich płaszczyznach gospodarczych.

### **Niepewność i dylematy konsumenckie: kierunek edukacji i wzmocnienia świadomości**

Niezaprzeczalnie, badanie rzuciło światło na rozmiar niepewności i dylematów, z jakimi borykają się konsumenci w całej Europie. Aż 39%

Europejczyków zastanawiało się nad autentycznością zakupionego produktu, co jest symptomem braku przejrzystości i dostępu do niezbędnych informacji na temat pochodzenia produktów. W Polsce sytuacja jest jeszcze bardziej napięta – 50% konsumentów wyraziło obawy co do autentyczności zakupionych produktów, a 14% świadomie zdecydowało się na zakup podróbki. Te dane dowodzą, że niepewność wśród konsumentów jest znacząca, co podkreśla potrzebę poprawienia dostępu do informacji i narzędzi, które pomogą w dokonywaniu świadomych i odpowiedzialnych decyzji zakupowych.

Wobec takich wyzwań istnieje pilna potrzeba wzmocnienia działań edukacyjnych i informacyjnych skierowanych do konsumentów na temat znaczenia i zasad ochrony praw własności intelektualnej. Te działania są niezwykle ważne dla kształtowania świadomości społeczeństwa, zwłaszcza młodzieży, która jest coraz bardziej zaangażowana w globalne kwestie, takie jak zmiany klimatu czy zrównoważony rozwój.

Edukacja może odgrywać decydującą rolę w budowaniu świadomości i odpowiedzialności wśród młodych ludzi w zakresie praw własności intelektualnej, pomagając im poznać zarówno prawa, jak i obowiązki wynikające z korzystania z ochrony prawnej. Możliwe jest również wdrożenie programów szkoleniowych i warsztatów dla konsumentów wszystkich grup wiekowych, aby lepiej zrozumieli zasadność i korzyści płynące z poszanowania praw własności intelektualnej oraz zagrożenia związane z ich naruszeniem.

Równocześnie podmioty odpowiedzialne za ochronę praw własności intelektualnej powinny wzmocnić swoje działania, zwłaszcza w obszarze identyfikacji i zwalczania podróbek, aby zapewnić konsumentom większe bezpieczeństwo i pewność podczas dokonywania zakupów. Wdrożenie nowoczesnych technologii, takich jak blockchain czy zaawansowane systemy śledzenia i identyfikacji produktów, może znacząco przyczynić się do poprawy sytuacji i umożliwić konsumentom dokonywanie bardziej świadomych i bezpiecznych wyborów zakupowych.

W obliczu tych wyzwań i możliwości Polska, podobnie jak inne kraje europejskie, stoi przed szansą przyczynienia się do budowania silniejszego i bardziej zrównoważonego systemu ochrony praw własności intelektualnej, który będzie służył zarówno twórcom, jak i konsumentom, a jednocześnie promował innowacyjność i zrównoważony rozwój na całym kontynencie.

## **Ku świadomej i zrównoważonej przyszłości**

W Polsce, kraju dynamicznie się rozwijającym i podążającym ścieżką globalnych trendów, istotne jest, aby edukacja na temat praw własności intelektualnej była uznawana za priorytet. Młode pokolenie, będące na czele zmian społecznych i technologicznych, musi być wyposażone w odpowiednią wiedzę i narzędzia, które pozwolą im dokonywać świadomych i odpowiedzialnych decyzji, a także zrozumieć znaczenie i wartość praw intelektualnych.

Jednak to zadanie nie tylko dla młodego pokolenia. Wszystkie części społeczeństwa powinny być zaangażowane w ten proces, aby móc skutecznie zwalczać problemy związane z naruszeniem praw własności intelektualnej i promować wartość oryginalnych i autentycznych produktów i treści. Równie istotne jest zapewnienie, że instytucje publiczne, organizacje pozarządowe i przedsiębiorstwa pracują razem,

tworząc spójny i skuteczny system ochrony i promocji praw własności intelektualnej.

Polska, stając przed szansą wzmocnienia swojej pozycji jako lidera w obszarze ochrony praw własności intelektualnej, powinna przyjąć zintegrowane podejście, łączące edukację, zwiększanie świadomości, rozwijanie innowacji i współpracę, aby osiągnąć ten cel. To wielowymiarowe podejście może nie tylko skutkować ochroną praw twórców i innowatorów, ale także przyczynić się do budowy silnej, zrównoważonej i konkurencyjnej gospodarki, która będzie dobrze prosperować w erze globalizacji i cyfryzacji, gwarantując jednocześnie ochronę i szacunek dla praw własności intelektualnej w każdym aspekcie życia społecznego i gospodarczego.

Przed Polską stoi zadanie, ale też szansa – szansa, aby być przykładem dla innych: pokazywać, jak z powodzeniem balansować między ochroną praw własności intelektualnej a promowaniem innowacji i twórczości i budować tym samym lepszą przyszłość dla wszystkich swoich obywateli.







Gdy znaki towarowe  
wchodzą do gry

## Joanna Porębska

asesor

Departament Znaków Towarowych UPRP

Według najnowszego zestawienia popularnego serwisu Transfermarkt łączna wartość rynkowa wszystkich klubów PKO Ekstraklasy, czyli klubów z najwyższej klasy rozgrywkowej piłki nożnej w Polsce, wynosi 279,25 mln euro. Na czele prestiżowego rankingu znajduje się Legia Warszawa, której wartość rynkowa jest wyceniana na 39,35 mln euro<sup>1</sup>. Rynek sportowy niewątpliwie urasta do rangi jednego z wiodących rynków branżowych. Ważną część majątków klubów i organizacji sportowych stanowią prawa ochronne na znaki towarowe i udzielane na nie licencje. Obok umów sponsorskich i zysków z praw do transmisji telewizyjnych są one głównym źródłem ich dochodów i mogą być eksploatowane na wiele sposobów. Stanowią też ważny instrument gospodarczego wykorzystania sportu oraz towarzyszących mu emocji. Dla uczestników sportowych wydarzeń znaczą zaś dużo więcej, niż wskazuje ich ustawowa definicja.



Na poziomie krajowym problematykę znaków towarowych reguluje ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej (dalej zwana: „pwp”), a prawo ochronne można uzyskać przez rejestrację znaku towarowego w Urzędzie Patentowym RP. Zasady udzielania takiej ochrony oraz realizacja praw z niej wynikających są równe dla wszystkich. Przykładowymi podmiotami prowadzącymi działalność sportową, które mogą ubiegać się o uzyskanie praw ochronnych, są związki sportowe, federacje, ligi i kluby sportowe, komitety organizacyjne imprez sportowych, indywidualni zawodnicy lub zarządcy obiektów sportowych.

<sup>1</sup> Dane na dzień 6 listopada 2023 r. opublikowane na stronie [www.transfermarkt.pl](http://www.transfermarkt.pl).



Z prawnej definicji znaku towarowego wynika, że może nim być każde oznaczenie umożliwiające odróżnienie towarów jednego przedsiębiorstwa od towarów innego przedsiębiorstwa oraz możliwe do przedstawienia w rejestrze znaków towarowych w sposób pozwalający na ustalenie jednoznacznego i dokładnego przedmiotu udzielonej ochrony. Katalog oznaczeń, które mogą pełnić funkcję znaku towarowego, jest bardzo szeroki i otwarty. Znakiem towarowym może być w szczególności wyraz, włącznie z nazwiskiem, rysunek, litera, cyfra, kolor, forma przestrzenna, w tym kształt towaru lub opakowania, a także dźwięk. Do tego wachlarza, w kontekście sportu, warto dodać znaki ruchome, multimedialne i hologramy. Jednocześnie ustawa Prawo własności przemysłowej wskazuje przesłanki nieudzielenia prawa ochronnego na znak towarowy.

Przeгляд zgłoszeń znaków towarowych i rejestru udzielonych przez Urząd Patentowy praw ochronnych dostarcza licznych przykładów oznaczeń sportowych. Do najpopularniejszych należą nazwy klubów sportowych rejestrowane jako znaki słowne: Legia, Cracovia, WKS Śląsk, Lech Poznań czy Zawisza Bydgoszcz oraz słowno-graficzne: Irena Szewińska, Widzew RTS, Polska Siatkówka czy ePuchar Polski. Popularne są też znaki graficzne w postaci herbów klubowych, np. Gdańskiego Klubu Sportowego Wybrzeże. W charakterze znaków towarowych rejestrowane są także przyciągające frazy: #OSTROpoSWOJE czy PZPN łączy nas piłka. Zarejestrowane zostały nazwy federacji: PZPN, nazwy rozgrywek: PlusLiga oraz imprez sportowych: 1 LIGA PZPN czy Ekstraklasa. Prawem ochronnym objęte są także nazwy aren sportowych, choć w przypadku Stadionu Narodowego w Warszawie reprezentowany przez Ministra Sportu i Turystyki Skarb Państwa zdecydował o rejestracji



znaku unijnego w Urzędzie Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO). Także indywidualni sportowcy decydują się na rejestrację znaków towarowych związanych ze swoim wizerunkiem. Na rzecz napastnika polskiej reprezentacji Krzysztofa Piątka dokonano rejestracji znaku graficznego przedstawiającego jego sylwetkę podczas wykonywania znanego gestu radości, a także znaków nazywanych „cieszykami”, czyli ruchomego: 23 i multimedialnego: pio pio 23 – oba przedstawiają piłkarza na tle bramki wykonującego słynne „rewolwery”. Z kolei kapitan reprezentacji Polski Robert Lewandowski zarejestrował w EUIPO znak RL9, odnoszący się do jego inicjałów i numeru, z którym występuje na koszulce. Tego typu rejestracje są przykładem tzw. personalisty merchandisingu polegającego na wykorzystaniu cech charakterystycznych danej osoby w celach komercyjnych. W świecie sportu najczęściej rejestrowane są podobizny, nazwiska, autografy i numery koszulek zawodników.

Wymienione powyżej kategorie oznaczeń wykorzystywanych w sporcie mają bardzo silny potencjał budowania marki, której fundamentem są stałe i ścisłe więzi z ich odbiorcami. Te mocne relacje odróżniają sportowe znaki towarowe od innych znaków towarowych, których wartość zdobywana jest latami za pomocą tradycyjnych metod marketingu. Nie bez znaczenia pozostaje fakt ich popularności i powszechnego odbioru. Ta grupa znaków zdobywa swoją wartość dzięki wykorzystaniu emocji, potrzeby przynależności i lojalności konkretnej grupy odbiorców, nierzadko też wielopokoleniowego przywiązania do barw klubowych.

Z analizy baz Urzędu Patentowego wynika, że znakami sportowymi opatrywane są głównie towary ujęte w klasach 9, 16, 25 i 28 klasyfikacji nicejskiej, czyli wszelkiego rodzaju akcesoria kibicowskie, pamiątki, sprzęt sportowy i odzież, w tym koszulki i szaliki. Wśród usług dominują ujęte w klasie 41 zajęcia sportowe, szkolenia, instruktaże, treningi personalne, usługi najmu sprzętu sportowego i obiektów sportowych, organizacja imprez sportowych, ponadto programy lojalnościowe, działalność reklamowa i sponsorska oraz transmisje medialne. Usługi te oferowane są także przez Internet, zaś sportowe znaki towarowe



występują też w Metaverse, z którym związana jest prężnie działająca w Polsce branża e-sportu. Z tego powodu istotne jest dostosowanie wykazu towarów i usług do działania także w świecie wirtualnym, aby zapewnić jak najszerszą ochronę sportowych znaków towarowych.

Niewątpliwie sport, zwłaszcza profesjonalny lub wyczynowy, rozwija się dzięki respektowaniu zasad rynkowych. Z przepisów Prawa własności przemysłowej wynika, że przez uzyskanie prawa ochronnego uprawniony nabywa prawo wyłącznego używania znaku towarowego w sposób zarobkowy lub zawodowy na całym obszarze Rzeczypospolitej Polskiej. Używanie oznacza nie tylko sygnowanie swoich produktów i oferowanych usług znakiem towarowym, z ustawy wprost wynika możliwość udzielania licencji na znak towarowy, co na rynku usług sportowych znajduje szerokie zastosowanie. W środowisku kibiców znak towarowy sam w sobie jest produktem. Istotnym zagadnieniem jest też potrzeba posiadania produktów zakupionych z pewnego, legalnego źródła kanałami sprzedaży merchandise, od oficjalnego dystrybutora. Dlatego na rynku sportowym produkty opatrywane znakiem towarowym często oznaczane są w specjalny sposób, aby wskazać na udzielenie licencji przez uprawniony podmiot. W środowisku sportowym zwraca się uwagę, że dla licencjobiorcy wykorzystanie sportu stanowi oryginalny element wyróżniający w strategii marketingowej firmy, wpływający dodatkowo na jego wizerunek i wyniki sprzedażowe. Licencjodawcy zaś stawiają na pogłębianie więzi emocjonalnych z oddanymi fanami i liczą na ekspansję rynkową. Udzielenie licencji na znak towarowy jest przedmiotem wpisu dokonywanego na wniosek osoby zainteresowanej w rejestrze znaków towarowych.

W świetle opisanego zjawiska gospodarczego wykorzystania sportu prawdziwym wyzwaniem na tym rynku jest zarządzanie prawami ochronnymi, które stanowi istotny element biznesowego aspektu sportu. Towary z oznaczeniami drużyn są najbardziej pożądane wśród wiernych kibiców, co stwarza ryzyko nielegalnego obrotu produktami z takim znakiem towarowym. Kilka lat temu media opisywały przypadek nieautoryzowanej sprzedaży koszulek z napisem „Widzew. Duma Łodzi” i oficjalnym herbem klubu w sklepie kibiców Fanatyk, mieszczącym się naprzeciw stadionu Widzewa. Władze Widzewa, które komunikowały kibicom, że herb jest kluczowym elementem tożsamości klubu, skierowały wniosek do organów ścigania o bezprawne wykorzystywanie znaku towarowego. W podobnych okolicznościach zapadło przełomowe orzeczenie z zakresu merchandisingu sportowego (wyrok TSUE z dnia 12 listopada 2002 r. w sprawie Arsenal Football Club plc vs Matthew Reed C-206/01), w którym Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej orzekł, że właściciel znaku towarowego jest uprawniony do zakazania każdego używania, które nawet potencjalnie może wpływać na funkcje pełnione przez znak towarowy, w szczególności na gwarancję pochodzenia. Ponadto Trybunał uznał, że fakt używania znaku towarowego jako wyraz poparcia i lojalności nie ma znaczenia w przypadku naruszenia funkcji znaku towarowego.

Niektóre oznaczenia stosowane w sporcie charakteryzują się specjalną ochroną, gwarantowaną przez odrębne akty prawne, także umowy międzynarodowe. Za przykład może posłużyć Traktat z Nairobi z dnia 26 września 1981 r. w sprawie ochrony symbolu olimpijskiego. Urząd Patentowy RP zobowiązany jest respektować postanowienia wynikające z przynależności Polski do tego traktatu, i odmówić rejestracji lub unieważnić rejestrację jako znaku jakiegokolwiek oznaczenia składającego się z symbolu olimpijskiego lub zawierającego symbol olimpijski określony w Kartce Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego (MKOI),

z wyjątkiem przypadków, gdy MKOl udzielił na to upoważnienia. Urząd odmówił rejestracji m.in. znaków towarowych OLYMPIC oraz Olympic Sport. Również sam MKOl z siedzibą w Lozannie czuwa nad zgłoszeniami i wszczyna postępowania w przypadku zgłoszenia w Urzędzie Patentowym RP oznaczeń mogących naruszać prawa ochronne symbolu olimpijskiego. W szczególności dotyczy to krajów gospodarzy lub krajów aspirujących do bycia organizatorem igrzysk olimpijskich, gdzie ryzyko naruszeń jest szczególnie wysokie. Polski Komitet Olimpijski (PKOl) uzyskał prawa ochronne na znaki graficzne, zarejestrował też slogany: Silni Razem Team Polska oraz Jesteśmy jedną drużyną. I choć domeną działania MKOl i PKOl nie jest działalność komercyjna, to jednak udzielanie licencji i umowy sponsorskie umożliwiające korzystanie z symbolu olimpijskiego, poza celem popularyzowania ruchu olimpijskiego, generują wielomilionowe dochody.

Ciekawym przykładem jest też znak UEFA należący do Unii Europejskich Związków Piłkarskich (UEFA). Organizacja ta posiada kilka rejestracji na prawa wyłączne w Polsce, co związane było z organizowanymi w naszym kraju Mistrzostwami Europy w Piłce Nożnej UEFA Euro 2012. Strona polska podpisała dokument „Bid Guarantee nr 12” zawierający zobowiązania wobec UEFA w zakresie ochrony praw własności przemysłowej w związku z mistrzostwami. Prezes Urzędu Patentowego powołał zespół do spraw rozpatrywania zgłoszeń własności przemysłowej związanych z Euro 2012, który zajmował się wszystkimi postępowaniami rejestracyjnymi związanymi z turniejem finałowym mistrzostw Europy w piłce nożnej oraz imprezami towarzyszącymi. Ponadto zespół monitorował wszelkie zgłoszenia, aby szybko zidentyfikować te, które pozostają w kolizji ze zgłoszeniami lub rejestracjami UEFA. Polityka UEFA i wprowadzenie dodatkowych form zabezpieczenia w stosunku do znaków towarowych miały być gwarancją opłacalności mistrzostw dla sponsorów i licencjobiorców, zaś dla państw organizatorów była warunkiem determinującym organizację imprez w tych krajach.

Wskazane tu uregulowania mają na celu dodatkową ochronę znaków towarowych przed nieuczciwymi praktykami w formie tzw. marketingu podstępnego (ang. *ambush marketing*). Dotyczy on wykorzystywania przez nieuprawnione podmioty renomy wydarzeń sportowych wielkiego formatu, jednak bez ponoszenia kosztów sponsoringu, wymaganych zgód i licencji. W środowisku kibiców takie działania są od razu zauważane i piętnowane.

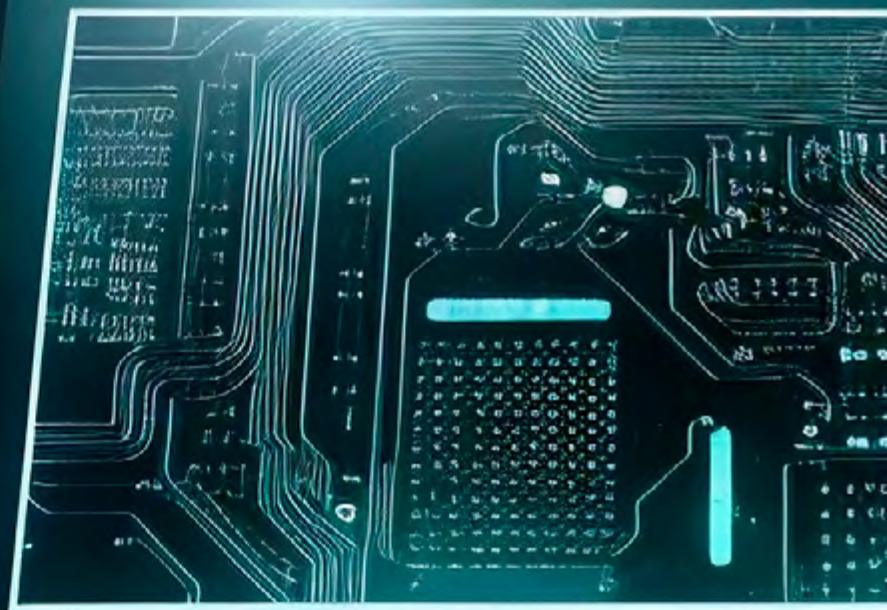
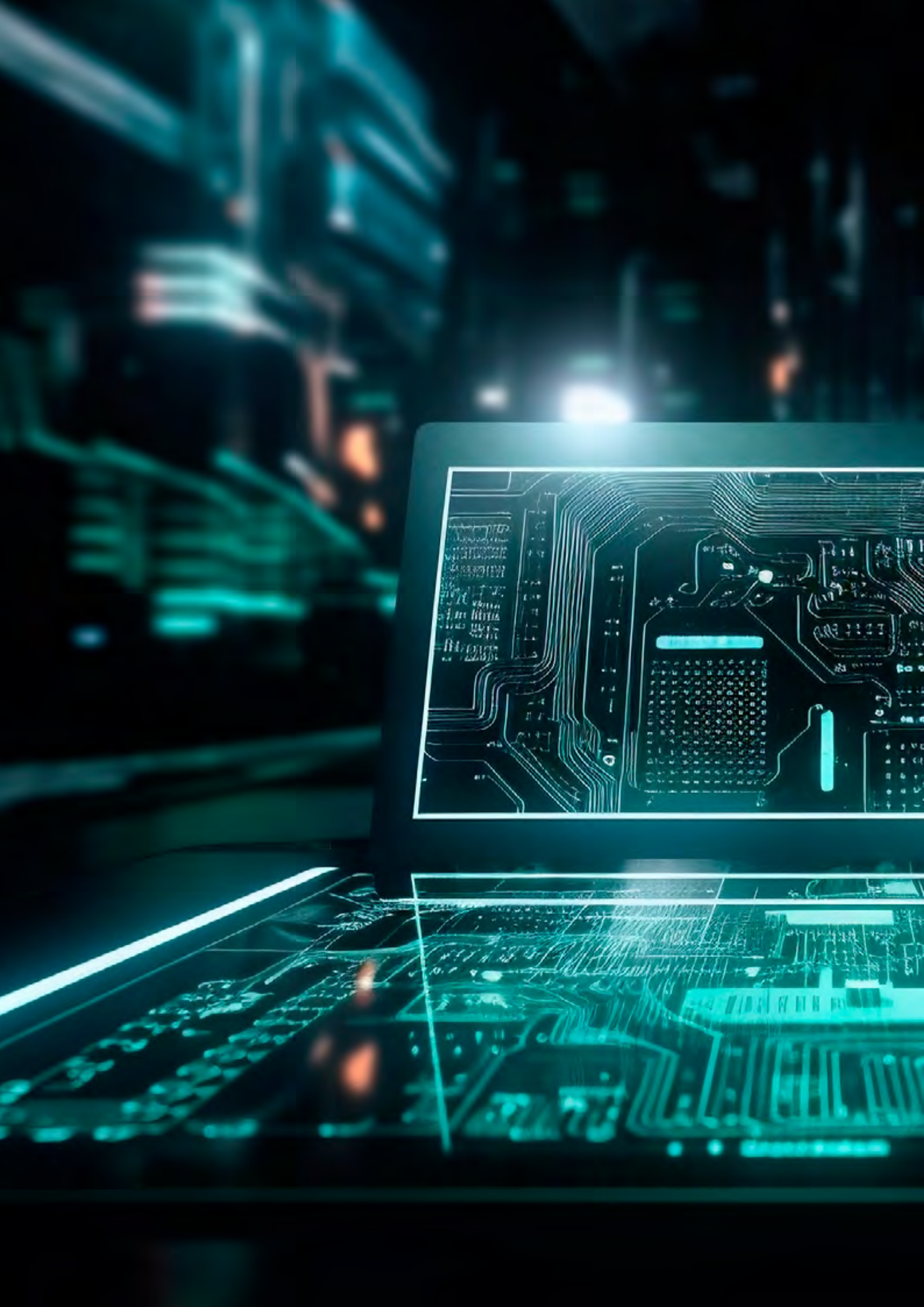
Innym przykładem naruszeń prawa wyłącznego jest użycie znaku towarowego w nazwie domeny internetowej. Zjawisko to nazywane jest cybersquattingiem, czyli piractwem domenowym i polega na zarejestrowaniu domeny, która jest identyczna lub podobna do znaku towarowego innego przedsiębiorcy. W przypadku sportowych znaków towarowych działanie takie może polegać na rejestracji domeny w formie nazwy klubu lub związku sportowego w celu jej późniejszej odsprzedaży z zyskiem lub w celu przyciągnięcia kibiców, którzy pod wpływem błędu będą utożsamiać domenę z faworyzowaną marką klubową. Dlatego warto pamiętać, że domeny internetowe również mogą zostać zarejestrowane jako znaki towarowe, co może ułatwić dochodzenie roszczeń w przypadku tego typu naruszeń.

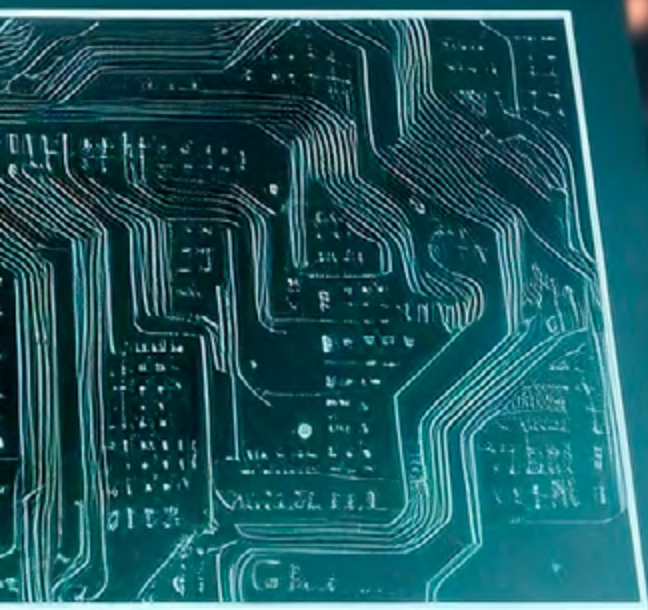
Na koniec trzeba odnotować, że wiele polskich klubów piłkarskich i związków sportowych w ogóle nie posiada zarejestrowanych znaków towarowych, niektóre uprawnione są do pojedynczych oznaczeń, a w wielu przypadkach prawo wyłączne nie zostało odnowione i wygasło. Prowadzi to do znacznego zawężenia ochrony marki klubu sportowego przed próbami jej nielicencjonowanego wykorzystania przez

osoby trzecie. Taka bezczynność jest okazją dla czuwającej konkurencji, gotowej zgłosić niezarejestrowane dotąd oznaczenie sportowe lub znaki wygaste na swoją korzyść i czerpać z tego tytułu profity. Postępowania sprzeciwowe lub mające na celu unieważnienie rejestracji trwają wiele miesięcy, wiążą się z ponoszeniem kosztów i mogą też negatywnie odbić się na wizerunku organizacji sportowej, która niewłaściwie zarządziła swoimi prawami wyłącznymi.

Niewątpliwie istnieje potrzeba większego zainteresowania się problemem zarządzania znakami towarowymi przez polskie organizacje sportowe. W dłuższej perspektywie zaniedbania w tej dziedzinie odbiją się negatywnie na finansowej sferze działalności klubu czy też związku sportowego. Utracone korzyści będą spowodowane brakiem osiągnięcia wpływów, które umożliwiła rejestracja znaku towarowego i jego dalsza eksploatacja na szeroko rozumianym rynku sportowym. Sepp Blatter, przewodniczący Międzynarodowej Federacji Piłki Nożnej (FIFA), doskonale to rozumiał i ujął trafnymi słowami: „Sport jest produktem w samej swej istocie i wiele jest do ugrania – nie tylko na boisku, ale także poza nim”.







Ex oriente lux

## Piotr Brylski

radca

Departament Innowacyjności i Komunikacji

**Według najnowszych danych, które ukazały się w końcu 2023 r., kontynent azjatycki pogłębia dominację w zakresie ochrony własności intelektualnej nad resztą świata. Już ok. 70% wszystkich zgłoszeń wynalazków, znaków towarowych czy wzorów przemysłowych na świecie dokonywanych jest w azjatyckich krajowych urzędach patentowych. Azjaci zyskali także zdecydowaną przewagę w liczbie zgłoszeń w trybach międzynarodowych. W 2023 r. zgłoszeń było dużo więcej dzięki dwóm liderom: Chinom i Indiom. *Ex oriente lux*, czyli światło przychodzi ze wschodu. W tym także z Japonii, Korei Południowej, Singapuru czy Indonezji. To również wskazówka dla inwestora publicznego (państwa) i prywatnego.**

Światowa Organizacja Własności Intelektualnej (WIPO) podała w końcu 2023 r. dane dotyczące aktywności zgłaszających w urzędach patentowych na całym świecie oraz w trybach międzynarodowych, administrowanych przez tę największą wyspecjalizowaną agencję Organizacji Narodów Zjednoczonych. Są one rzeczywistą miarą innowacyjnej rywalizacji pomiędzy krajami i postępu technologicznego na naszym globie.

Pogłębiająca się dominacja krajów azjatyckich nad resztą świata stanowi zarówno szansę, jak i wyzwania dla Polski. Powoduje to, że nasz kraj, w tym nasi przedsiębiorcy i naukowcy, powinni zacząć dogłębnie analizować, nad jakimi innowacjami, markami czy designem pracują na sąsiednim kontynencie. Przedmioty ochrony własności przemysłowej, w postaci patentów na wynalazki, praw ochronnych na znaki towarowe czy praw z rejestracji wzorów przemysłowych, są często przedmiotem ekspansji firm azjatyckich na rynek europejski, w tym coraz częściej na polski.

Drugim aspektem jest szukanie konkurencyjności w analizie azjatyckich praw własności intelektualnej. Mogą być one wielką inspiracją dla polskich innowatorów czy naukowców. Często ze znacznym opóźnieniem dowiadujemy się w Polsce o chińskich czy japońskich technologiach i to wtedy, gdy już dotrą w postaci gotowego produktu do sklepów nad Wisłą. Przykładowo analiza patentowa zasobów azjatyckich urzędów patentowych pozwoli dowiedzieć się więcej o kierunkach i zamierzeniach tamtejszych twórców; notabene tworzących na swój rodzimy, największy obecnie rynek świata, jak i dla całego globu.



Gdyby jednak polski naukowiec lub przedsiębiorca czy też ich pełnomocnik (zwłaszcza) rzecznik patentowy chcieli takie regularne analizy rozpocząć, to zderzą się oni z podstawowym problem, jakim jest język dokumentów patentowych czy też innych praw na przedmioty własności przemysłowej. Azjaci w swoich krajowych urzędach patentowych dokonują zgłoszeń w językach narodowych, takich jak chiński, japoński czy koreański. Dlatego Światowa Organizacja Własności Intelektualnej czy Europejski Urząd Patentowy (EPO) rozpoczęły prace (obecnie niezbyt jeszcze zaawansowane) nad aplikacjami wykorzystującymi tłumaczenia maszynowe dla wybranych języków azjatyckich. Z punktu widzenia polskiej gospodarki możliwość pokonywania bariery językowej na drodze do tych najcenniejszych zasobów wiedzy konkurencyjnej jest w każdej formie bezcenna. Warto wspierać i rozwijać różnego rodzaju instrumenty cyfrowe – i nie tylko takie – które pomagają rozwiązać ten problem.

Jest jeszcze jedna korzyść z przybliżania w Polsce zasobów azjatyckiej własności intelektualnej. To rozwinięcie i pogłębienie biznesowych kontaktów z tamtejszymi firmami, centrami badawczo-rozwojowymi oraz sektorem naukowym. Warto zabiegać o zwiększanie zaangażowania inwestorów azjatyckich w naszym kraju, a także o zwiększanie nakładów kapitałowych lokowanych nad Wisłą. Oczywiście sprzyjać to będzie także większym możliwościom dla naszego kapitału na rynkach orientalnych.

Kapitał azjatycki, zwłaszcza kapitał wysokiego ryzyka, inwestowany w polskie innowacje, technologie, start-upy czy publiczne badania naukowe to cenny wiatr, którego potrzebujemy do oddychania. Patrząc na liczne analizy zagraniczne, jak i rzadsze nasze krajowe, wyraźnie widać, że wzrost innowacyjności naszej gospodarki możliwy będzie dzięki zwiększeniu kapitałów wysokiego ryzyka, w tym tych zagranicznych. Nasz polski kapitał jest bowiem sukcesywnie, lecz pomatu budowany i jest często niewystarczający do tak potrzebnego nam umiędzynarodowienia i globalizacji polskich innowacji.

Dodajmy, że na jesieni 2023 r. poznaliśmy szczegóły pierwszego, cennego i europejskiego badania rynku finansowania patentów na wynalazki, znaków towarowych i start-upów<sup>1</sup>. Przeprowadzili je analitycy Europejskiego Urzędu Patentowego i Urzędu UE ds. Własności Intelektualnej (EUIPO). Jednym z czołowych wniosków zamieszczonych w raporcie jest stwierdzenie, że Europa ma wysokiej klasy innowacje, lecz nie są one rozwijane do formy konkurencyjnych produktów rynkowych z powodu braku ich finansowania. Eksperci stwierdzają w nim wprost, że UE przegrywa zdecydowanie ze Stanami Zjednoczonymi walkę o wdrażanie wynalazków na rynek i finansowanie innowacji. Nawet świeżo wybrany dyrektor wykonawczy EUIPO João Negrão,

<sup>1</sup> Europejski Urząd Patentowy, Urząd UE ds. Własności Intelektualnej, *Patents, trade marks and startup finance. Funding and exit performance of European startups, 2023*. Dostępny w Internecie pod adresem: <<https://www.euipo.europa.eu/en/publications/2023-startup-finance>>.



oficjalnie komentując raport, zauważył, że według badań w ostatniej dekadzie miało miejsce zjawisko masowych wyjazdów uzdolnionych europejskich innowatorów do Stanów Zjednoczonych i Kanady oraz częstego przenoszenia tam europejskich start-upów – w tym często przez wykup inwestorów wysokiego ryzyka zza Atlantyku – na bardziej zaawansowanych etapach inkubacji. Dyrektor Negrão stwierdził, że Europa musi zacząć odwracać ten trend i robić wszystko, żeby Europejczycy u siebie na kontynencie rozwijali do końca swoje innowacje.



Dodajmy na marginesie raportu EPO i EUIPO, że ostatnio opublikowano analizy ekonomistów niemieckich, rozważających, dlaczego gospodarka europejska jest dużo mniej innowacyjna od amerykańskiej. Wskazano w nich, że w Europie zazwyczaj trzymają oszczędności na lokatach bankowych, na nieduży, ale stały procent, w Stanach Zjednoczonych zaś kapitał ma pracować i jest przekazywany często do funduszy wysokiego ryzyka celem ciągłego inwestowania w innowacyjne, ryzykowane przedsięwzięcia, które umożliwiają potencjalnie bardzo wysokie zyski.

Dlatego, patrząc na wyzwania unijnego rynku, a także na nie aż tak wysokie zainteresowanie obcego kapitału polskimi innowacjami, rozwijanie w Polsce rynku opartego na prawach własności intelektualnej i otwartego na kapitał azjatycki może przynieść wiele korzyści. Polskich wynalazców, innowatorów czy przedsiębiorców powinny zainteresować niezwykle ciekawe profile chińskich funduszy wysokiego ryzyka, podobnie jak stale rozwijający się kapitał hinduski. W okresie polskiego kapitalizmu mamy już spory bagaż doświadczeń z kapitałem japońskim i koreańskim, do którego stara się dołączać także singapurski. Wielu polskich eksporterów powie dobre słowo o przyjaznym nam rynku wietnamskim i rosnących w siłę rynkach filipińskim i indonezyjskim.

Przez ponad sto lat działalność innowacyjna na świecie znacznie wzrosła. Napędzane szeregiem przełomów technologicznych – od silnika spalinowego po technologie informacyjno-komunikacyjne – innowacje stały się jednymi z najpotężniejszych narzędzi do poprawy ogólnego dobrobytu ekonomicznego i społecznego, którymi dysponujemy.

Obecnie rozpoczął się nowy, obiecujący rozdział w historii globalnych innowacji. Technologie cyfrowe, takie jak sztuczna inteligencja, duże zbiory danych, przetwarzanie w chmurze i Internet rzeczy, przeżywają rozkwit. Te szybko rozwijające się technologie mają potencjał, aby przekształcić duże obszary globalnej gospodarki, stworzyć nowe możliwości rozwoju dla start-upów i przedsiębiorstw oraz wzmocnić pozycję ludzi i społeczności we wszystkich regionach świata.

Jednak choć pozytywny wpływ nowych pomysłów, produktów i usług jest dobrze poznany, szersze środowisko decyzyjne stojące za innowacjami jest przedmiotem znacznie bardziej ograniczonych analiz. W dużej mierze jest to odzwierciedleniem różnorodnych czynników. Decyzje dotyczące innowacji są często złożone i angażują przekrój różnych interesariuszy i interesów. Na przykład, choć nowe możliwości naukowe i technologiczne są nieograniczone, zasoby – zarówno ludzkie, jak i finansowe – nie są. Podobnie nowe technologie należy porównać ze sobą i istniejącymi modelami, zanim zostaną podjęte decyzje inwestycyjne. Do tego dochodzą zmienne, których nie można przewidzieć, szoki, sytuacje awaryjne i inne wydarzenia, które w mgnieniu oka mogą zmienić zapotrzebowanie społeczeństwa na innowacje.

Krótkoterminowy kierunek innowacji i jego konsekwencje są stosunkowo łatwe do przewidzenia i skoordynowania. Na przykład, aby stawić czoła pandemii COVID-19, rządy i firmy z powodzeniem przekierowały inwestycje w innowacje, aby badać, zatwierdzać i uruchomić masową produkcję szczepionek, osiągając cel w rekordowym czasie. Szczepionki drastycznie zmniejszyły liczbę zgonów i pomogły światowej gospodarce wyjść z kryzysu wywołanego pandemią w 2020 r.

Długoterminowy wpływ kierunku innowacji – zarówno pod względem zysków lub strat dla przedsiębiorstw, jak i korzyści lub ich braku dla społeczeństwa – jest mniej przewidywalny. Trudno na przykład przewidzieć, która z innowacji technologicznych ograniczających zmiany klimatyczne okaże się najsukuteczniejsza. Dlatego, choć innowacyjność wzrosła wykładniczo w ciągu ostatnich 100 lat, to stało się to dzięki bardzo różnym katalizatorom technologicznym.

W ciągu ostatniego stulecia decyzje dotyczące innowacji skumulowały się w zmieniających się trajektoriach technologicznych. Technologie związane z silnikami spalinowymi, transportem i innymi maszynami mechanicznymi zdominowały krajobraz innowacji w pierwszych dekadach ubiegłego stulecia. Technologie biofarmaceutyczne rozkwiły dzięki farmaceutykom w latach 30. XX w. i biotechnologiom od lat 90. W ostatnich dekadach XX w. nastąpił duży zwrot w kierunku technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) i półprzewodników, co stanowiło jedną czwartą wszystkich patentów udzielonych w ciągu 30 lat między 1990 a 2010 r. Ten wzrost udziału patentów w ICT odbywał się głównie kosztem „tradycyjnych” technologii maszyn mechanicznych.





Obecnie nie wiemy, jaki będzie kierunek innowacji, zdaje się, że znajduje się na rozdrożu, ale jest obiecujący, a nowe technologie przeżywają rozkwit. Dlatego tak istotnym stają się zasoby urzędów patentowych, do których kierowana jest kwintesencja i dokumentacja innowacji. Wkraczając w trzecią dekadę XXI w., nowe, potężne siły wyznaczają kierunek innowacji w takich dziedzinach, jak nauka, technologia i medycyna. Sama cyfryzacja zmienia świat. Fala cyfrowych technologii ogólnego przeznaczenia obejmuje sztuczną inteligencję (AI), technologie predykcyjne, wysoce zaawansowaną automatyzację i duże zbiory danych. Cyfrowe technologie ogólnego przeznaczenia przekształcają branże, wprowadzając nowych innowatorów, struktury, praktyki i wartości. Technologie te dają początek nowym gałęziom przemysłu, takim jak Internet rzeczy.

Cyfryzacja może pobudzić wzrost gospodarczy, wiąże się jednak z ryzykiem pogłębienia nierówności. Sztuczna inteligencja, automatyzacja i inne cyfrowe technologie ogólnego przeznaczenia mogą przyczynić się do zwiększania gospodarek, jeśli generują innowacje, które uzupełniają i zwiększają ludzką produktywność. Ryzykują jednak pogłębienie nierówności ekonomicznych, gdy innowacja po prostu zastępuje ludzi. Sprawią, że niektóre zawody staną się przestarzałe i spowodują powstanie nowych, które wymagają innego zestawu umiejętności. Choć mogą one stworzyć ogromne możliwości dla niektórych mniej rozwiniętych gospodarek, inne mogą je przegapić ze względu na brak dużych inwestycji kapitałowych i wysoko wykwalifikowanej siły roboczej niezbędnej do rozwoju tych technologii. Dlatego tak ważne są relacje polskich naukowców, przedsiębiorców i innowatorów z rynkiem międzynarodowym, jak i z globalnym kapitałem wysokiego ryzyka. Patentowanie innowacji związanych z technologią cyfrową wzrosło o 172% – to szybciej niż wszystkie inne patenty w ciągu ostatnich pięciu lat.

Sukces szczepionki przeciwko COVID-19 to model innowacji, na którym można bazować. Pandemia wygenerowała, a częściowo przyspieszyła zapotrzebowanie na nowe technologie umożliwiające jej zwalczanie. Kryzys związany z COVID-19 wymagał pilnej reakcji i rozwiązań od wszystkich podmiotów zaangażowanych w innowację (ekosystem: rządy, sektor prywatny, instytucje badawcze i uczelnie, społeczności międzynarodowe, organizacje pozarządowe, w tym fundacje filantropijne).

Kierunek innowacji stale się zmienia. Wpływ na nią mają wybory i interakcje interesariuszy publicznych i prywatnych pragnących czerpać korzyści z innowacji. To właśnie ten ekosystem innowacji wyznacza kierunek. Ciekawość prowadzi badaczy do odkrywania nowych dziedzin nauki, a inżynierów do eksperymentowania z nowymi technologiami. Firmy, przedsiębiorcy i rządy identyfikują możliwości w zakresie innowacji na podstawie potencjalnych zysków prywatnych i społecznych.

Prywatne zainteresowane strony szybciej wykorzystują możliwości związane z innowacjami, gdy oczekiwane zyski są zarówno przewidywalne, jak i łatwe do określenia w kategoriach pieniężnych. Przyciągają ich także krótkoterminowe projekty innowacyjne, w przypadku których ryzyko niepowodzenia jest mniejsze. Jednak długoterminowe, bardziej ryzykowne przedsięwzięcia często niosą ze sobą największy potencjał pozytywnych zysków społecznych.

Rządy muszą promować zarówno społeczne, jak i prywatne korzyści płynące z innowacji. Często robią to poprzez centralizację działań i zasobów na rzecz innowacji, które wpływają na dobro publiczne – towary lub usługi ogólnodostępne dla wszystkich, takie jak obrona narodowa czy zapobieganie pandemii. Mogą być także głównym źródłem popytu na innowacyjne technologie. Rządy opracowują politykę mającą na celu wywarcie wpływu na dostarczanie dóbr publicznych związanych ze zdrowiem, bezpieczeństwem lub edukacją.

W dużej mierze kierunki innowacji wyznaczone są przez wiedzę zdobytą przez branżę dzięki doświadczeniu operacyjnemu lub łańcuchom dostaw. Wiedza i innowacje wynikające z różnych dziedzin i branż zapewniają naukowcom, inżynierom i przedsiębiorcom silną motywację do przechodzenia do nowych dziedzin i branż, stosowania technologii, które już opanowali, zmiany alokacji zasobów i ostatecznie wpływania na kierunek innowacji.

Społeczne i prywatne zyski z technologii kierują innowacjami. Innowacje mogą mieć transformacyjny wpływ – pozytywny lub negatywny – na środowisko, zdrowie publiczne, społeczności lokalne lub na określone grupy demograficzne, żeby wymienić tylko kilka przykładów. Jeśli technologia jest przyjazna dla środowiska, przyniesie korzyści społeczno-ekonomiczne szerszej społeczności; i odwrotnie: tańsza, ale bardziej zanieczyszczająca nowa technologia może mieć negatywny wpływ społeczno-gospodarczy.

Społeczne zyski z innowacji mogą znacznie różnić się od prywatnych zysków osiągniętych przez innowatorów nastawionych komercyjnie, czego przykładem jest opracowanie szczepionek przeciwko COVID-19. Z badań wynika, że korzyści społeczne wynikające z innowacji dotyczących szczepień w ujęciu finansowym wynoszą 70,5 biliona dolarów na całym świecie, co stanowi 887-krotność zysków prywatnych. Ten duży pożytek społeczny odzwierciedla wartość ocalonego życia, uniknięcia uszczerbku na zdrowiu oraz zniesienia środków izolacji, co znacznie przewyższa przychody generowane przez patenty należące do producentów szczepionek.



Zdolność gospodarek rozwijających się do generowania nowych rozwiązań technologicznych lub absorpcji istniejących rozwiązań w celu zaspokojenia ich konkretnych potrzeb społeczno-gospodarczych zależy od ich lokalnych ekosystemów innowacji oraz od stopnia ich połączenia z globalnymi sieciami innowacji. W niektórych przypadkach, zwykle w gospodarkach o średnim dochodzie, ekosystemy innowacji mogą odblokować bezprecedensowe zdolności innowacyjne dzięki wykorzystaniu potencjału naukowego, kapitału technologicznego i wykwalifikowanej siły roboczej do zmniejszenia luki technologicznej między nimi a najbardziej zaawansowanymi gospodarkami. To przykład i szansa Polski.

W przypadku branży IT niektórym państwom Azji Wschodniej, na przykład Japonii, Korei Południowej i Chinom, udało się w pełni zintegrować z gospodarką światową, co więcej są głównymi i aktywnymi uczestnikami międzynarodowych łańcuchów wartości. Odpowiednia polityka przemysłowa ułatwiła im przejście do pracy nad najnowocześniejszym IT w ciągu zaledwie kilku dekad. W latach 80. XX w. mieszkańcy Azji Wschodniej wkroczyli na rynki komputerów osobistych, magnetowidów, odtwarzaczy kaset audio i sprzętu telekomunikacyjnego. W latach 90. pojawiły się chipy pamięci i bezprzewodowe telefony komórkowe, a rok 2000 przyniósł różne produkty cyfrowe, w tym telewizory cyfrowe, systemy telekomunikacji bezprzewodowej i smartfony.

Rozwój wszystkich gospodarek Azji Wschodniej ma wspólne elementy. Należą do nich nadrobienie zaległości gospodarczych, szybki postęp technologiczny i gałęzi przemysłu oraz polityka rządu mająca na celu zmniejszenie ryzyka związanego z podejmowaniem przez firmy nowych wyzwań technologicznych i zajmowaniem się nowymi rodzajami innowacji.

Pogłębianie zaangażowania na rzecz zrównoważonego rozwoju na poziomie publicznym, prywatnym, a nawet konsumenckim zmienia sposób, w jaki przedsiębiorstwa prowadzą działalność. Przykładem jest zmiana źródeł energii na odnawialne lub wdrażanie technologii łagodzących zmiany klimatu w celu zmniejszenia śladu węglowego. Wprowadzanie dotacji, regulacji i standardów promujących technologie środowiskowe przez rządy pomaga zmniejszyć ryzyko i niepewność związane z inwestowaniem w nowe, stosunkowo niesprawdzone alternatywne technologie energetyczne.

Innowacyjność w technologiach niskoemisyjnych, szczególnie w sektorze energetycznym, zwiększyła się w pierwszych dwóch dekadach XXI w. i nastąpiła wraz z gwałtownym wzrostem liczby patentów z tym związanych. Dotyczy to również technologii



prorozwojowych, takich jak baterie, wodór i inteligentne sieci. Jednak technologie na wczesnych etapach rozwoju – etapach badań podstawowych lub stosowanych – są zwykle bardziej ryzykowne, w związku z czym wymagają finansowania publicznego. Na przykład technologie usuwania dwutlenku węgla są drogie w budowie i utrzymaniu. Ponadto postrzeganie zagrożeń związanych z globalnym ociepleniem zmienia się stopniowo. Zachęta dla prywatnych zainteresowanych stron do inwestowania w rozwój czystych technologii opiera się na przewidywanym wysokim popycie.

Z powyższych powodów państwa i społeczeństwa mogą kształtować kierunek innowacji na kilka sposobów:

- polityki stymulujące odkrycia naukowe i technologiczne są najbardziej potrzebne, gdy niepewność i ryzyko innowacji są największe, np. rządy regularnie korzystają z zakupów bezpośrednich, aby wspierać rozwój technologii obronnych i lotniczych;
- polityka ograniczania ryzyka będzie prawdopodobnie najskuteczniejsza we wczesnych fazach rozwoju, po wstępnym odkryciu; dotacje na badania i rozwój, pożyczki uprzywilejowane i zachęty podatkowe na badania i rozwój to typowe instrumenty polityki ograniczającej ryzyko;
- polityka wczesnego wdrożenia ma na celu nie tylko zmniejszenie ryzyka innowacji, ale także zwiększenie liczby firm korzystających z danej technologii; rządy mogą interweniować, aby zwiększyć produkcję danej technologii i w ten sposób zapewnić osiągnięcie wystarczającej skali, aby była ona opłacalna.

Oczywiście decyzje decydentów publicznych (państwa) czy też prywatnych powinny opierać się na analizie zasobów urzędów patentowych i praw własności intelektualnej. Kto zatem dokonuje zgłoszeń? Oczywiście czynią to podmioty na całym świecie, dominują jednak dwa bloki. Pierwszy to Ameryka Północna z Europą, drugim zaś jest Azja. Kontynenty takie jak Ameryka Południowa, Afryka i Australia mają niewielki udział. Natomiast, jak wspomnieliśmy na wstępie, kontynent azjatycki odpowiada za ponad dwie trzecie wszystkich zgłoszeń do urzędów patentowych na świecie. Dodatkowo Azja jest w tendencji wznoszącej, a więc można zakładać, że ta dysproporcja będzie się jeszcze pogłębiać. Świadczą o tym chociażby najświeższe dane zaprezentowane przez Światową Organizację Własności Intelektualnej w badaniu „World Intellectual Property Indicators 2023”.

Dane pokazują także wyraźną dominację w prawach własności intelektualnej Chin nad resztą świata. Dzisiaj co drugi wynalazek zgłaszany do opatentowania, co drugi znak towarowy, co drugi wzór przemysłowy i co druga nowa odmiana roślin na świecie jest chińska i jest zgłaszana w trybie krajowym do chińskiego urzędu patentowego, czyli do Narodowej Administracji Własności Intelektualnej ChRL (CNIPA). Jeśli zaś chodzi o wzory użytkowe, to udział Chin w „torcie” światowym wynosi aż 98%!

Według najnowszych danych WIPO z listopada 2023 r. na świecie w 2022 r. do ochrony w urzędach patentowych zgłoszono 3 457 400 wynalazków, z tego 1 619 268 pochodzi z Chin (udział globalny 46,8%), a 591 473 ze Stanów Zjednoczonych (17,2%). Do japońskiego urzędu zgłoszono 289 530 wynalazków, do koreańskiego – 237 633, do Europejskiego Urzędu Patentowego zaś 193 610. Udział Azji w zgłoszeniach patentowych wynosi obecnie aż 67,9%, Ameryki Północnej – tylko 18,3%, a Europy – 10,3%. Dodajmy, że w Azji obecnie obserwujemy także zwiększenie aktywności indyjskiego urzędu patentowego, który razem z Chinami napędza wzrost. W Indiach w 2022 r. nastąpiło zwiększenie liczby zgłoszeń wynalazków aż o 25,2%, w Indonezji zaś o 13,3%. Tajlandia i Wietnam zgłosiły do ochrony dwukrotnie więcej wynalazków niż Polska – odpowiednio 8607 i 8707.

Do urzędów zlokalizowanych w Azji wpłynęło w 2022 r. około 2,35 mln wniosków, co stanowi 67,9% ogółu wniosków na świecie. Można było się tego spodziewać, biorąc pod uwagę, że trzy z pięciu największych urzędów, które otrzymały najwięcej zgłoszeń patentowych w 2022 r., znajdują się w Azji. W ciągu dekady udział Azji w całkowitej liczbie wniosków złożonych na całym świecie wzrósł z 56,1% w 2012 r. do 67,9% w 2022 r. Było to głównie spowodowane silnym wzrostem liczby zgłoszeń w Chinach, które stanowiły 68,9% wszystkich wniosków złożonych w Azji w 2022 r. Zarówno w Europie, jak i Ameryce Północnej odnotowano znaczny spadek ich udziałów w ciągu ostatniej dekady. Udział

Ameryki Północnej spadł z 24,5% w 2012 r. do 18,3% w 2022 r., podczas gdy udział Europy spadł w tym samym okresie o 4,4% – do 10,3%. Łączny udział Afryki, Ameryki Łacińskiej i Karaibów oraz Oceanii wyniósł 3,5% w 2022 r., o 1,2% proc. mniej niż w roku 2012.

Jeśli chodzi o wzory użytkowe, to w 2022 r. na świecie zgłoszono ich 3 010 510. Jednakże aż 2 950 653 z nich były chińskie. Udział tego kraju w skali globu wynosi aż 98%, podczas gdy pozostałe 82 urzędy, które umożliwiają ochronę takiego przedmiotu własności przemysłowej, łącznie odpowiadały za pozostałe 2% zgłoszeń. Z Japonii pochodzi tylko 4513 zgłoszeń, Indonezja zaś zaliczyła wzrost o 25,8%. Liczba zgłoszeń dokonywana w koreańskim urzędzie spadła z 12 424 w 2012 r. do 3084 w 2022 r. (-75,2%), podczas gdy liczba wniosków złożonych w urzędzie w Japonii spadła w tym samym okresie z 8112 do 4513 (-44,4%).

Raporty Światowej Organizacji Własności Intelektualnej i urzędów patentowych dostarczają wielu ciekawych danych. Weźmy za przykład technologie dotyczące zielonej energii. W sektorze fotowoltaiki 51,6% zgłoszeń patentowych należy do Chin, 11,5% – do Korei Południowej, 11,2% – do USA i 9,1% – do Japonii. Wynalazki związane z ogniwami paliwowymi najczęściej zgłaszane były w Japonii (37,2%), Chinach (27,2%), USA (10,9%) i Korei Południowej (9,9%). W zakresie energetyki wiatrowej 38,9% wniosków zgłoszono w Chinach, 14,3% – w Danii, 10,6% – w USA i 4,1% w Korei Płd. W przypadku energii geotermalnej również przodują Chiny z 50,7% zgłoszeń, 9,5% wniosków pochodzi z Korei Płd., 8,9% – z USA, 6,6% – z Japonii. Podobnie w technologiach energii wodnej prym wiodą Chińczycy (37,1% zgłoszeń), Rosjanie (25,9%), Amerykanie (6,6%), Japończycy (5,1%) i Koreańczycy (5,1%).

Podobne dysproporcje kontynentalne dotyczą tworzenia i ochrony prawnej marek. W ubiegłym bowiem roku na świecie dokonano 15 543 300 zgłoszeń znaków towarowych. Chiny zgłosiły 7 513 504, co daje im udział w wysokości 48,3%. Drugie miejsce zajmują Stany Zjednoczone z liczbą niemal 10-krotnie niższą – 899 499 zgłoszeń (4,9% globalnego udziału). Za tymi dwoma czołowymi graczami plasują się urzędy indyjski (500 305), turecki (485 779) i EUIPO (448 807). Łącznie na te pięć instytucji przypadało prawie 63% zgłoszeń światowych znaków towarowych na podstawie klas zgłoszeń. Daje to znaczny wzrost – o 20 punktów proc. – bowiem dziesięć lat wcześniej, w 2012 r., do pięciu najważniejszych urzędów trafiło 42% wszystkich zgłoszeń. Obecnie udział Azji w globalnych zgłoszeniach znaków towarowych wynosi 67,8%, Europy – 16,2%, Ameryki Północnej zaś 5,9%.

W przeciwieństwie do większości praw własności intelektualnej, które są udzielane na określony czas, znaki towarowe można zachować na czas nieokreślony poprzez uiszczanie opłat za przedłużenie ochrony w określonych odstępach czasu. Szacuje się, że w 2022 r. na całym świecie było 82,5 mln aktywnych rejestracji znaków towarowych w 152 urzędach ds. własności intelektualnej, co stanowi wzrost o 9,4% w porównaniu z 2021 r. Na rynkach stale powiększana jest zatem liczba zarejestrowanych znaków towarowych, które rodzą określone skutki prawne także dla polskich przedsiębiorców, w tym eksporterów.

Kolejnym istotnym polem walki konkurencyjnej jest wzornictwo przemysłowe, które często toruje drogę produktom i usługom wprost do klientów. W 2022 r. na świecie zgłoszono 1 482 600 wzorów przemysłowych. Wśród nich 798 112 było chińskich (53,8% udziału globalnego), a 109 132 unijnych, zgłoszonych do Urzędu UE ds. Własności Intelektualnej (7,4%). Kolejnymi krajami z największą liczbą zgłoszeń są: Turcja (84 111), Wielka Brytania (69 004) i Korea Południowa (61 136). Choć inwestycje w świetnie zaprojektowane produkty i usługi stanowią o przewadze konkurencyjnej, to 94,6% globalnej aktywności odbywało się w tylko 20 urzędach patentowych, które ulokowane są w Azji, Europie i Ameryce Północnej. Obecnie szacuje się, że w mocy na świecie pozostaje 5,8 mln zarejestrowanych wzorów przemysłowych, których ochrona gwarantowana jest przez 136 krajowych urzędów patentowych. Warty uwagi jest także praca EUIPO, które w ostatnim roku rozpatrzyło pozytywnie 96,7% wszystkich zgłoszeń.

Podobnie rzecz się ma z ostatnim opisywanym przedmiotem własności intelektualnej, czyli nowymi odmianami roślin (WIPO nie poddaje analizie topografii układów

scalonych i tylko jednostkowo opisuje oznaczenia geograficzne). W 2022 r. na świecie dokonano 27 260 zgłoszeń nowych odmian roślin. Do odpowiedniego urzędu w Chinach zgłoszono 13 027, co daje 47,8% globalnego udziału. Na drugim miejscu jest Wspólnotowy Urząd Ochrony Odmian Roślin (CPVO), a więc organ unijny, do którego zgłoszono 3193 nowe odmiany (11,7% udziału w skali światowej). Kolejnymi krajami są: Wielka Brytania (1702), USA (1375) oraz Rosja (865). Obecnie Azja posiada 54,6% udziału w zgłoszeniach na świecie, Europa – 29,4%, a Ameryka Północna – 6,5%.

Notabene wpływ nowych technologii na zgłoszenia dotyczące praw własności intelektualnej utrzymuje się jako długoterminowy trend. Nawet w 2021 r., kiedy kraje na całym świecie walczyły z pandemią, liczba zgłoszeń patentowych w dziedzinie technologii komputerowej wzrosła o 11%. To prawie trzykrotnie więcej niż 10 lat temu, a informatyka rozwija się szybciej niż jakakolwiek inna ważna dziedzina technologii. Co ciekawe, stwierdzono, że najpopularniejszą klasą zgłaszanych znaków towarowych za granicą są badania i technologia. Podsumowując, zgłoszenia dotyczące własności intelektualnej związane z technologią cyfrową w dalszym ciągu zyskują na popularności pomimo globalnej niepewności.



Przedstawione liczby i statystyki jeszcze dobitniej pokazują potrzebę dostępu do zasobów azjatyckich urzędów patentowych oraz do tamtejszej literatury patentowej. Jednym z rozwijanych obecnie narzędzi jest WIPO Pearl, stworzone przez Światową Organizację Własności Intelektualnej. Umożliwia ono dostęp do terminów naukowych i technicznych pochodzących z dokumentów patentowych. Pomaga promować dokładne i spójne użycie terminów w różnych językach oraz ułatwia wyszukiwanie i dzielenie się wiedzą naukową i techniczną. Z języków azjatyckich narzędzie obecnie oferuje arabski, chiński, japoński i koreański. Baza danych WIPO Pearl zawiera już ponad 245 000 terminów; wszystkie zatwierdzone przez ekspertów językowych WIPO-PCT.

Innym narzędziem WIPO jest ASPI – Specialized Patent Information. Jest to partnerstwo publiczno-prywatne zarządzane przez WIPO i możliwe dzięki współpracy z głównymi dostawcami informacji patentowych. Dzięki programowi ASPI kwalifikujące się urzędy patentowe oraz instytucje akademickie i badawcze mogą uzyskać bezpłatny lub tani dostęp do zaawansowanych narzędzi i usług służących do wyszukiwania i analizowania danych patentowych.

Kolejnym jest cyfrowe narzędzie WIPO do analityki patentowej. Patent analytics wykorzystuje informacje patentowe do odkrywania spostrzeżeń i wzorców innowacji w określonym obszarze lub dziedzinie technologii. Narzędzie dostarcza informacji opartych na danych i dowodach, które umożliwiają organizacjom podejmowanie lepszych decyzji strategicznych w obszarach badań i rozwoju, polityki innowacji,



komercjalizacji i licencjonowania własności intelektualnej, współpracy badawczej i wielu innych.

Wreszcie warto wspomnieć o rozwijaniu nowego programu WIPO wykorzystującego sztuczną inteligencję do tłumaczeń maszynowych. WIPO Translate to zaawansowane narzędzie do tłumaczenia maszynowego opracowane przez zespół Centrum Zastosowań Zaawansowanych Technologii (ATAC) przy Światowej Organizacji Własności Intelektualnej. Dzięki sztucznej inteligencji umożliwia ono automatyczne tłumaczenie dokumentów patentowych, artykułów naukowych i różnych treści technicznych. WIPO Translate nie daje jeszcze możliwości pracy w języku polskim, ale dostępny jest język angielski. Z języków azjatyckich dostępne są: arabski, chiński, japoński i koreański.

Dostęp do azjatyckich dokumentów patentowych stara się także ułatwić Europejski Urząd Patentowy (EPO). Umożliwia on profesjonalne wyszukiwanie stanu techniki i regularne monitorowanie patentów przy użyciu oryginalnych języków azjatyckich. EPO oferuje profesjonalne przeszukiwanie chińskich, koreańskich i japońskich dokumentów patentowych i wzorów użytkowych przy użyciu baz danych w językach oryginalnych. Współpracuje z wyspecjalizowanymi instytucjami wyszukiwania w Azji, takimi jak Wydawnictwo Własności Intelektualnej (IPPH) i Koreańskie Centrum Promocji Informacji Patentowej (PIPC).

Jak wspomnieliśmy, narastająca dominacja zgłoszeń wynalazków, wzorów użytkowych, znaków towarowych czy wzorów przemysłowych pochodzenia azjatyckiego wymaga uwagi i współpracy z krajowymi urzędami patentowymi tego kontynentu. Obopólna kooperacja może także przyczynić się do wzrostu zgłoszeń w Europie.

Interesujący projekt w tym zakresie uruchomił Urząd UE ds. Własności Intelektualnej. Mianowicie stworzył on model do prognozowania trendów w dokonywaniu zgłoszeń. EUIPO opublikowało także raport przedstawiający model usprawniający prognozowanie zgłoszeń unijnych znaków towarowych i wzorów przemysłowych<sup>2</sup>.

Model bazuje na fakcie, że zgłoszenia mogą służyć jako wskaźniki zaufania do rynku wewnętrznego i wykorzystuje m.in. dane z wiosennych i jesiennych prognoz Komisji Europejskiej dotyczących konsumpcji, inwestycji i transakcji kapitałowych netto. Od 2020 r. liczba zgłoszeń dotyczących praw własności intelektualnej charakteryzuje się dużą zmiennością i wpływa na nie niepewność polityczna i gospodarcza. Model prognostyczny EUIPO stanowi krok naprzód w stosunku do poprzednich modeli prognostycznych opartych na danych historycznych i uwzględnia inne wskaźniki, takie jak zaufanie przedsiębiorstw i konsumentów, co pozwala lepiej przewidywać tendencje w szybko zmieniającym się otoczeniu.

W projekcie wykorzystano modele autoregresyjne, wektorowe lub VAR oraz techniki prognozowania stosowane przez większość instytucji gospodarczych i decyzyjnych. Badają one dynamiczne relacje istniejące pomiędzy zmiennymi, które wchodzą ze sobą w interakcję. Model VAR w EUIPO wykorzystuje kwartalne dane dotyczące zgłoszeń unijnych znaków towarowych i wzorów, uzupełnione sześcioma wskaźnikami ekonomicznymi: jednym dotyczącym inwestycji, jednym dotyczącym prywatnej konsumpcji, jednym dotyczącym transakcji kapitałowych netto – w tym dotacji z Instrumentu na rzecz Odbudowy i Zwiększania Odporności (RRF) z Planu naprawy UE – oraz trzy wskaźniki zaufania z sektora przemysłu i usług oraz wskaźnik zaufania konsumentów.

Pierwsze wyniki zastosowania tej metody umożliwiły dokładne prognozowanie na 2022 r. 173 500 zgłoszeń znaków towarowych UE w porównaniu z rzeczywistą liczbą otrzymanych 174 100 zgłoszeń. Wyniki prognoz EUIPO są monitorowane co kwartał i aktualizowane dwa razy w roku, z uwzględnieniem przewidywanych scenariuszy Komisji Europejskiej.

Czy jeśli Unia Europejska posiada instrument skutecznego przewidywania liczby i jakości zgłoszeń wspólnotowych znaków towarowych i wzorów przemysłowych, to warto pokusić się o analizy dokąd zmierza azjatycka innowacyjność?

<sup>2</sup> Urząd UE ds. Własności Intelektualnej, *Modeling and forecasting European trade mark and design filings*, 2023. Dostępny w Internecie pod adresem: <<https://www.euiipo.europa.eu/pl/publications/modeling-and-forecasting-european-trade-mark-and-design-filings>>.

Dowody internetowe  
w postępowaniu  
w sprawach dotyczących  
znaków towarowych zgodnie  
ze wspólną praktyką CP12



## Joanna Psujek

asesor

Departament Znaków Towarowych

Dynamiczny postęp technologiczny umożliwił również prężny rozwój handlu, który odbywa się głównie bądź wyłącznie w sieci. Obecnie blisko 80% Polaków robi zakupy przez Internet<sup>1</sup>. Naturalnym następstwem tego zjawiska jest przeniesienie do świata wirtualnego zarówno używania znaków towarowych, jak i związanych z tym naruszeń. Aktualnie znaczna część konsumentów ma styczność ze znakami towarowymi głównie w Internecie. Powyższe spowodowało zmiany w postępowaniu dowodowym w sprawach znaków towarowych.

Tematyka postępowania dowodowego w sprawach dotyczących znaków towarowych została kompleksowo omówiona w dokumencie wspólnej praktyki CP12, pt. „Dowody w postępowaniu odwoławczym w sprawach dotyczących znaków towarowych”, obowiązującym w Polsce od 30 czerwca 2021 r. dla postępowań wszczętych po tym dniu. Głównym założeniem publikacji jest określenie prawa i zapewnienie jego jasności i pewności oraz przedstawienie ogólnych wytycznych, w tym kwestii technicznych, dotyczących dowodów przedkładanych przed urzędami ds. własności intelektualnej. Dokument CP12 zawiera liczne zalecenia odnośnie do rodzajów dowodów, ich dopuszczalności i poufności oraz źródeł i sposobów przedstawiania poszczególnych dowodów.

<sup>1</sup> Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, *Polski rynek e-commerce – czy zastąpi tradycyjny handel?*. Dostępny w Internecie pod adresem: <<https://www.parp.gov.pl/component/content/article/82823:polski-rynek-e-commerce-czy-zastapi-tradycyjny-handel>> (dostęp 10.12.2023 r.).





Dowody pochodzące z Internetu są uznane za pełnoprawne środki dowodowe już od ponad dekady<sup>2</sup>. Szczególnie często wykorzystywanymi dowodami są strony internetowe: platformy sprzedaży, media społecznościowe czy wyniki wyszukiwania w wyszukiwarkach internetowych. Nieodłącznym elementem korzystania z tych stron internetowych jest używanie hipertączy (linków), które umożliwiają poruszanie się pomiędzy dwoma dokumentami lub stronami internetowymi.

Z pomocą w poruszaniu się w internetowym gąszczu przychodzą wtyczne zawarte w CP12, które w syntetyczny sposób przedstawiają, jak wykorzystywać zasoby Internetu w celu przedłożenia wiarygodnych dowodów w postępowaniach w sprawach znaków towarowych.

W kwestii stron internetowych, których zawartość może być edytowana przez użytkowników (przykładowo: Wikipedia, słownik SJP.PL), wspólna praktyka zaleca, aby popierać dowody pochodzące z takich stron internetowych dodatkowymi materiałami<sup>3</sup>. Wynika to z faktu, że edytowalność strony internetowej może nie gwarantować wiarygodności informacji, które się na niej znajdują<sup>4</sup>. Możliwość dowodzenia pewnych faktów za pomocą edytowanych stron www nie jest wykluczona, należy jednak w toku postępowania dostatecznie udowodnić, że materiał znajdujący się na takiej stronie można uznać za wiarygodny. Problem ten nie występuje w przypadku powoływania się na nieedytowalne strony internetowe, co do których jedynym wymaganiem jest, aby posiadały wskazanie na dane istotne z punktu widzenia postępowania, takie jak daty czy miejsca wprowadzenia towaru do obrotu (przykładowo zawarte w materiałach promocyjnych).

Podobny problem, co edytowalnych stron www, dotyczy mediów społecznościowych, które w znacznej mierze stanowią platformy z modyfikowalnymi treściami tworzonymi i publikowanymi przez użytkowników Internetu. Jednocześnie, na co zwrócono uwagę we wspólnej praktyce, profile użytkowników i strony tworzone w ramach mediów społecznościowych (takie jak fanpage na platformie Facebook) zawierają również wiele nieedytowalnych danych, na które użytkownik

<sup>2</sup> Wyrok Sądu z dnia 6 października 2011 r. w sprawie T-508/08, *Przedstawienie głośnika*, pkt 75.

<sup>3</sup> Wyrok Sądu z dnia 25 września 2018 r. w sprawie T-180/17, *EM*, pkt 78.

<sup>4</sup> Wyrok Sądu z dnia 29 listopada 2018 r. w sprawie T-373/17, *LV BET ZAKŁADY BUKMACHERSKIE*, pkt 98.

nie ma wpływu. Należą do nich: data założenia konta lub strony czy informacje o zmianie nazwy konta lub strony. Dokument CP12 wskazuje, że tego rodzaju nieedytowalne dane można uznać za pochodzące od osoby trzeciej, jeśli zostaną odpowiednio udokumentowane, i można traktować je jako niezależne źródła<sup>5</sup>. Jednakże informacje dotyczące liczby „polubień”, liczby osób obserwujących konto lub stronę czy odston konta lub strony nie są same w sobie wystarczające i należy je popierać dodatkowym materiałem dowodowym, w postaci np. danych dotyczących sprzedaży produktów oznaczonych znakiem towarowym na określonym, relewantnym terytorium. We wspólnej praktyce wskazano przy tym, że obecnie różne platformy mediów społecznościowych pozwalają na generowanie raportów odston w odniesieniu do innych danych statystycznych, takich jak płeć, wiek czy terytorium, i że mogą być to dane istotne z punktu widzenia postępowania.

Najbardziej problematycznym aspektem dowodów stanowiących hipertąca jest możliwość modyfikowania treści znajdujących się na stronie internetowej, do której odsyła link. Różne sposoby linkowania – czyli powoływania się na strony internetowe – takie jak embedowanie, polegające na korzystaniu z cudzej strony internetowej bez opuszczania witryny, na której umieszczono link<sup>6</sup>, czy głębokie linkowanie (ang. *deep linking*), dzięki któremu użytkownik jest przenoszony za pomocą danego hipertąca na konkretną podstronę, z pominięciem strony głównej<sup>7</sup>, utrudniają ustalenie pochodzenia przedstawianego dowodu czy liczby użytkowników, którzy mogli zapoznać się z przedkładaną stroną internetową. Choć więc korzystanie z dowodów internetowych może być uznawane za ekonomiczne z punktu widzenia strony postępowania, ponieważ jest proste i niezasochłonne, to jednak wiąże się z tym ryzyko przedstawienia dowodów, które mogą nie spełniać wymogów przewidzianych dla dowodów przedkładanych w postępowaniach w sprawie znaków towarowych.

Powszechnie uważa się, że hipertąca same w sobie nie mogą stanowić wystarczającego dowodu. Wynika to z możliwości edytowania zarówno treści znajdującej się pod wskazanym linkiem, jak i jego samego. Dodatkowo całe adresy stron internetowych mogą z czasem zmieniać właściciela, jako że domeny podlegają obrotowi gospodarczemu, a ich właściciele mogą je nabywać i zbywać. Co najistotniejsze, samo wskazanie na hipertąca nie dostarcza danych istotnych z punktu widzenia postępowania, takich jak data, miejsca czy zawartość strony internetowej, na którą chce się powołać strona postępowania. Z tego względu CP12 zaleca przedkładanie, poza adresem hipertąca, wydruków zrzutu ekranu, z widoczną datą i innymi istotnymi informacjami w sprawie. Jako akceptowalne wskazano wyłącznie wykorzystanie bezpośredniego hipertąca do oficjalnej bazy jednego z urzędów ds. własności intelektualnej w państwach członkowskich lub baz danych prowadzonych przez instytucje i organy Unii Europejskiej lub organizacje międzynarodowe, o ile strona wyraźnie zadeklaruje chęć wykorzystania tego rodzaju dowodu.

Przydatne w celu ustalenia wprowadzenia na rynek danego towaru oznaczonego znakiem towarowym mogą być wydruki zrzutów ekranu z platformy handlu elektronicznego. Wspólna praktyka wskazuje, że strony internetowe oferujące sprzedaż towarów często zawierają informacje o dacie wprowadzenia produktu na rynek, a także jego unikatowy kod bądź nazwę, które go identyfikują, co warto wziąć pod uwagę podczas przedkładania materiału dowodowego. Dokument CP12 zaleca ponadto uzupełnienie wydruków zrzutów ekranu

<sup>5</sup> Wyrok Sądu z dnia 24 października 2017 r. w sprawie T-202/16, *coffee inn*, pkt 51.

<sup>6</sup> K. Moruń, *Odpowiedzialność prawna za odesłania w internecie*, „Przeгляд Prawa Handlowego” 2007, nr 13; M. Jankowska, *Autor i prawo do autorstwa*, Warszawa 2011, rozdz. VII, uw. 2.6.1.

<sup>7</sup> J. Barta, R. Markiewicz, *Prawo autorskie*, Warszawa 2016, rozdz. VII, uw. 5.5.2.4.

z platform handlu elektronicznego z widocznym produktem, znakiem towarowym, datą wprowadzenia do obrotu itp. poprzez dołączanie wydruków zrzutów ekranu przedstawiających komentarze i opinie kupujących, gdyż te niemal zawsze posiadają wskazanie daty publikacji opinii, co również pozwala na dokładniejsze ustalenie momentu wejścia na rynek danego towaru oznaczonego znakiem towarowym.



W dokumencie podkreślono, że wytyczne mogą mieć zastosowanie nie tylko do wprost wymienionych rodzajów stron internetowych, ale również do wszelkich innych rodzajów stron www. Mając zatem na względzie powyższe, wspólna praktyka CP12 zaleca każdorazowo branie pod uwagę następujących czynników istotnych przy ocenie materiału dowodowego pochodzącego z sieci: pochodzenie dowodu (w szczególności osobę, od której on pochodzi), okoliczności jego przygotowania, adresata oraz czy treść zawarta w takim dowodzie jest rozsądna, sensowna i wiarygodna<sup>8</sup>. Wątpliwości mogą budzić elementy, o które uzupełniono już istniejące dowody, takie jak odręcznie dopisana data na wydrukowanym dokumencie. Istotnym jest zatem, aby podczas gromadzenia materiału dowodowego zwrócić uwagę na obecność daty i innych danych, na które pragnie powołać się strona, na wykonanym zrzucie ekranu. Ponadto organy są zobowiązane badać materiał dowodowy w całości, a więc również sprawdzić, czy przedłożony materiał dowodowy nie jest wewnętrznie sprzeczny czy niespójny.

<sup>8</sup> Wyroki Sądu: z dnia 15 grudnia 2005 r. w sprawie T-262/04, *Trójwymiarowy znak towarowy w kształcie zapalniczki*, pkt 78; oraz z dnia 25 kwietnia 2018 r. w sprawie T-312/16, *CHATKA*, pkt 50.





Waloryzacja wiedzy



## Jagoda Janiak

naczelnik

Departament Współpracy Międzynarodowej

**Waloryzacja wiedzy to przekształcanie wyników badań w zrównoważone produkty i rozwiązania służące dobru publicznemu. Nie chodzi zatem wyłącznie o korzyści gospodarcze, ale przede wszystkim o korzyści dla społeczeństwa, takie jak postęp społeczny, ochrona środowiska czy ulepszona polityka zdrowotna. Komisja Europejska dzielenie się wiedzą i zwiększenie wykorzystania wyników badań naukowych i innowacji przez społeczeństwo uznaje za kluczowy element europejskiej przestrzeni badawczej (ang. *European Research Area, ERA*). „Waloryzacja wiedzy to proces tworzenia wartości społecznej i ekonomicznej z wiedzy poprzez łączenie różnych obszarów i sektorów oraz przekształcanie danych, know-how i wyników badań w zrównoważone produkty, usługi, rozwiązania i polityki oparte na wiedzy, które przynioszą korzyści społeczeństwu”<sup>1</sup>.**

Zarówno pandemia COVID-19, jak i sama złożoność ekosystemów badań i innowacji uwiaryściła silną potrzebę wykorzystania i waloryzacji wiedzy w zakresie badań naukowych i innowacji wytworzonej w Unii Europejskiej. W dobie trwającej transformacji ekologicznej i cyfrowej, gdy Europa stoi przed wieloma wyzwaniami, obywatele oczekują, że nauka, zwłaszcza ta finansowana z europejskich funduszy (np. z programu Horyzont Europa), dostarczy realnych korzyści i będzie odpowiedzią na ich bieżące potrzeby. Polityka waloryzacji wiedzy UE zachęca do udziału w tym systemie wszystkie podmioty ekosystemu badań i innowacji: zarówno badacze, studentów, przedsiębiorców, beneficjentów funduszy, jak i specjalistów w dziedzinie zarządzania, a także stowarzyszenia społeczeństwa obywatelskiego i obywateli, administrację lokalną, regionalną oraz decydentów.

2 grudnia 2022 r. Rada Europejska przyjęła Zalecenie Rady w sprawie zasad przewodnich w odniesieniu do waloryzacji wiedzy w celu zwiększenia wartości społecznej i ekonomicznej wiedzy oraz przekształcania danych i wyników badań w zrównoważone produkty i rozwiązania (ang. *Guiding principles for knowledge valorisation*). Zastąpiły one tym samym wydane w 2008 r. Zalecenie w sprawie zarządzania własnością intelektualną w ramach działań związanych z transferem wiedzy oraz Kodeks postępowania dla uczelni wyższych i innych publicznych instytucji badawczych.

Zasady przewodnie zostały poparte przyjętymi 1 marca 2023 r. dwoma kodeksami: Kodeksem postępowania dotyczącego zarządzania aktywami intelektualnymi w celu waloryzacji (ang. *Code of practice on the management of intellectual assets for knowledge valorisation in the European Research Area – (UE) 2023/499*) oraz Kodeksem postępowania w zakresie normalizacji w europejskiej przestrzeni badawczej (ang. *Code of practice on standardisation in the European Research Area – (UE) 2023/498*).

Kodeks postępowania dotyczącego zarządzania aktywami intelektualnymi służyć ma zwiększeniu wpływu wyników badań naukowych i innowacyjnych technologii oraz przyspieszeniu wykorzystania wiedzy.

<sup>1</sup> Rada Unii Europejskiej, *Zalecenie Rady w sprawie zasad przewodnich w odniesieniu do waloryzacji wiedzy*, 2022. Dostępny w Internecie pod adresem: <<https://www.consilium.europa.eu/pl/meetings/compet/2022/12/02/>>.



Kodeks zawiera wytyczne dotyczące strategicznego zarządzania aktywami intelektualnymi. Są one szczególnie potrzebne na uczelniach będących inkubatorami innowacji, gdzie nierzadko brakuje praktycznego podejścia pozwalającego na przejście z poziomu pomysłu do realnego produktu czy rozwiązania służącego społeczeństwu.

Z kolei Kodeks postępowania dotyczącego normalizacji pomaga w pomyślnej integracji działań badawczo-innowacyjnych z normalizacją. Wskazuje dobre praktyki w odnoszeniu do działań badawczo-innowacyjnych bez względu na obszar technologiczny i dostarcza wskazówek podmiotom zajmującym się badaniami naukowymi niezależnie od ich poziomów gotowości technologicznej.

Nie mogłoby być mowy o skutecznej waloryzacji wiedzy bez współpracy i mobilności pracowników pomiędzy środowiskiem akademickim a przemysłem. Przyczyniać się do tego może tworzenie spółek typu spin-off i start-up, dzielenie się doświadczeniem praktyków zajmujących się transferem wiedzy, zaangażowanie obywateli i społeczności lokalnych, zarządzanie aktywami intelektualnymi, standaryzacja. W odpowiedzi na tę potrzebę Komisja Europejska opracowała dwa dodatkowe Kodeksy postępowania: Kodeks postępowania w zakresie współpracy między sektorem przemysłu a środowiskiem akademickim oraz Kodeks postępowania dotyczący zaangażowania obywateli na rzecz waloryzacji wiedzy (ang. *Code of practice on industry-academia co-creation for knowledge valorisation* oraz *Code of practice on citizens' engagement for knowledge valorisation*). Przewiduje się, że te Kodeksy postępowania zostaną przyjęte jako Zalecenia Komisji w pierwszym kwartale 2024 r. Przyczynią się do realizacji działania 7 w ramach ERA mającego na celu „Uaktualnienie wytycznych UE w celu lepszej waloryzacji wiedzy” i będą uzupełnieniem dwóch poprzednich Kodeksów przyjętych w 2023 r.

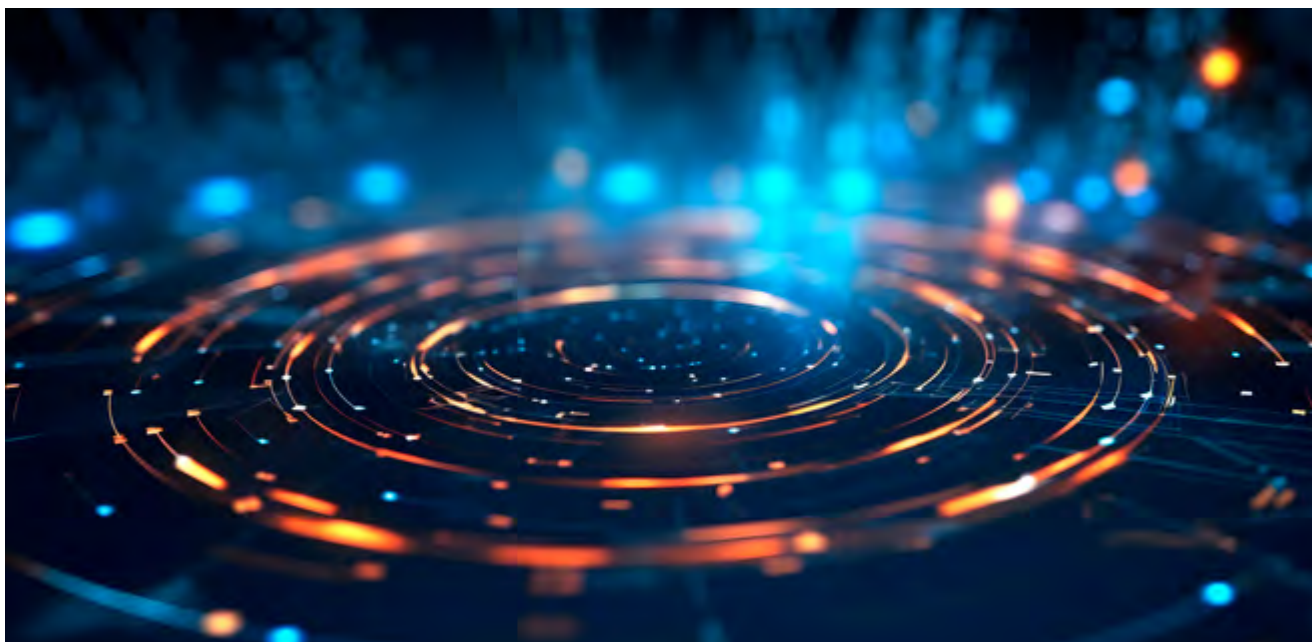
Od marca 2023 r. Dyrekcja Generalna ds. Badań Naukowych i Innowacji Komisji Europejskiej (DG RTD) organizuje kampanie podnoszące

świadomość na temat waloryzacji wiedzy oraz wspierające przyjęcie Zasad przewodnich oraz Kodeksów postępowania. Takie pierwsze krajowe wydarzenie odbyło się w kwietniu 2023 r. w Pradze, a następnie w Belgii, Austrii, Portugalii i Grecji. Kampania składa się z wydarzeń krajowych w ramach *Tour of capital cities* i dni szkoleniowych, które są otwarte dla wszystkich zainteresowanych podmiotów zajmujących się badaniami i innowacjami. Każdego roku jest również organizowany Europejski Tydzień Waloryzacji Wiedzy. Jest on okazją do wymiany doświadczeń i zaprezentowania nowatorskiego podejścia do tworzenia wartości dla społeczeństwa dzięki badaniom naukowym i wynalazkom.

W kontekście dialogu politycznego na temat waloryzacji wiedzy wykorzystuje się instrument „Wzajemnego uczenia” (ang. *Mutual Learning Exercise, MLE*). Uczestniczy w nim obecnie 18 państw członkowskich, w tym Polska. MLE jest inicjatywą, dzięki której możliwa jest wymiana krajowych strategii i doświadczeń dotyczących waloryzacji wiedzy. W 2024 r. planowane jest rozszerzenie zakresu MLE tak, aby uwzględnić rosnące znaczenie współpracy międzynarodowej w waloryzacji wiedzy. Specjalna sesja poświęcona będzie skutecznym mechanizmom współpracy transgranicznej w zakresie badań i innowacji. Dzięki analizowaniu studiów przypadków i historii sukcesów państw członkowskich mających duże doświadczenie we współpracy międzynarodowej kraje uczestniczące zidentyfikują kluczowe czynniki, które przyczyniają się do pomyślnej globalnej wymiany wiedzy. Inicjatywa ta wpisuje się w szerszy program europejskiej przestrzeni badawczej, którego celem jest wzmocnienie powiązań międzynarodowych i pozycjonowanie Europy jako światowego centrum badań i innowacji.


\*\*\*

Najnowsze informacje dotyczące waloryzacji wiedzy i wydarzeń promujących oraz studia przypadków z poszczególnych krajów członkowskich są na bieżąco publikowane na platformie cyfrowej Komisji Europejskiej w całości poświęconej waloryzacji wiedzy. Pozwala ona na wymianę doświadczeń i najlepszych praktyk między krajami członkowskimi. Serdecznie zapraszam do jej odwiedzenia.




Platforma Waloryzacji Wiedzy dostępna jest pod adresem: [https://research-and-innovation.ec.europa.eu/research-area/industrial-research-and-innovation/eu-valorisation-policy/knowledge-valorisation-platform\\_en](https://research-and-innovation.ec.europa.eu/research-area/industrial-research-and-innovation/eu-valorisation-policy/knowledge-valorisation-platform_en).

Zasady przewodnie opublikowano na stronie: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022H2415&qid=1670573108748>.



European Commission



## Knowledge Valorisation

### R&I sector under the Horizon Policy Support Facility

#HorizonEU

POLICY SUPPORT FACILITY (PSF) CHALLENGE – MUTUAL LEARNING EXERCISE (MLE)

Increasing knowledge valorisation is essential to deliver solutions to the new opportunities and challenges faced by the EU, most notably the twin climate and digital transition. The MLE aims to help Member States and Associated Countries to improve their policies and public support for knowledge uptake and deployment, putting the focus on skills, intersectoral cooperation and incentive systems. It contributes to implement priorities of the European Research Area, in particular the recent Council Recommendation on the [guiding principles for knowledge valorisation](#). The MLE should provide all ERA countries with a toolbox of good practices, measures and programmes that support the translation of research results and knowledge into value for society and the economy and support interoperability and diversification of research and innovation careers.

The following topics of interest have been identified for the MLE:

- Topic 1: Introduction and ERA Priority Actions 7 (upgrade EU guidance for better knowledge valorisation) and 4 (promoting attractive research careers)
- Topic 2: Incentives and skills
  - a) Policy and legal context, governance and funding
  - b) Research talent
- Topic 3: Intermediaries
- Topic 4: Networks and Processes

Visit the website for more information:  
<https://ec.europa.eu/research-and-innovation/en/statistics/policy-support-facility>

#### Independent Experts

**Philippe Vanrie** (Chair, Expert on Topic 3)

**Hana Kosova** (Rapporteur, Expert on cross-cutting Topic Intellectual Assets Management)

**Katuska Cruz** (Expert on Topic 2a)

**Mostafa Moonir Shawrav** (Expert on Topic 2b)

**Ellen Enkel** (Expert on Topic 4)

#### DG R&I Policy Officers

**Stefanie Kalf-Lena**  
[Stefanie.Kalf-Lena@ec.europa.eu](mailto:Stefanie.Kalf-Lena@ec.europa.eu)

**Stijn Delaure**  
[Stijn.DELAURE@ec.europa.eu](mailto:Stijn.DELAURE@ec.europa.eu)

**Annamaria Zonno**  
[Annamaria.ZONNO@ec.europa.eu](mailto:Annamaria.ZONNO@ec.europa.eu)

**Participating countries**

Austria 
Belgium 
Bulgaria 
Croatia 
Estonia 
Finland 
Greece 
Hungary 
Ireland

Latvia 
Malta 
Moldova 
Norway 
Poland 
Romania 
Slovenia 
Sweden 
Spain

**Scheduled meetings**

Kick-off and Topic 1 meeting

Topic 2a meeting

Topic 2b meeting

Topic 3 meeting

Topic 4 meeting

Final meeting

Dissemination event

Publications Office of the European Union | © European Union, 2023 | Reuse of this document is allowed, provided appropriate credit is given and any changes are indicated (Creative Commons Attribution 4.0 International license). For any use or reproduction of elements that are not owned by the EU, permission may need to be sought directly from the respective right holders. | All images © European Union, unless otherwise stated. | Image sources: © ivector #235536634, #249868181, #251163013, #266009682, #273480523, #362422833, #241215668, #244690530, #245719946, #251163053, #252508849, © Oksana #224383683, 2020. Source: Stock.Adobe.com – all rights reserved.

Research and Innovation

ISSN 978-92-68-01249-9, doi: 10.2777/048918\_KI-AX-23-01-1-EN-N

## Katarzyna Kowalewska

naczelnik

Departament Innowacyjności i Komunikacji

# Dizajn buduje nasz świat

Nakładem wydawnictwa Znak Koncept ukazała się publikacja zatytułowana „Teraz polski dizajn”. Autorką tej pięknie wydanej książki jest Aleksandra Koperda – animatorka kultury, historyczka sztuki, dziennikarka, kuratorka, autorka innych publikacji na temat dizajnu, blogerka pisząca o inspirujących ludziach i wnętrzach.

„Teraz polski dizajn” to książka, w której autorka skupia się na przedmiotach codziennego użytku, a zwłaszcza na ich projektantach. Na trzystu stronach publikacji Koperda rozmawia z twórcami, którzy są na różnych etapach kariery, tworzą w różnych czasach, nurtach i pracują z różnymi materiałami.

W zamieszczonych w publikacji wypowiedziach twórców można znaleźć wiele punktów stycznych, jak choćby stawianie na prostotę i funkcjonalność, ale także dbanie o środowisko naturalne. Krystian Kowalski – projektant mebli – podkreśla znaczenie budowania czegoś nowego, ale nie epatowania formą, która się nie sprawdzi. W swojej pracy stara się poszukiwać ekologicznych rozwiązań i nowych materiałów, które pozwolą ograniczyć ślad węglowy. Szymon Hanczar – architekt wnętrz – stawia na funkcjonalność, prostotę i szczerłość, na ograniczanie decyzji zakupowych. W pracy wykorzystuje nowe technologie, nowe materiały, na przykład odpady. Unika stylizacji i mód. Przewiduje, że w najbliższej przyszłości rozwinie się rynek mebli dla użytkowników 60 plus.

Przeipytywany przez Koperdę architekt Piotr Kuchciński preferuje produkty o wysokim potencjale adaptacyjnym, funkcjonalne, pozwalające na znalezienie swojego miejsca w skrajnie różnych wnętrzach. Artystka i projektantka Magda Jurek docenia wysoką funkcjonalność, a wręcz neutralność projektowanych

przedmiotów. Arkadiusz Szwed – projektant prowadzący pracownię ceramiczną na Wydziale Projektowania Uniwersytetu SWPS (School of Form) – w projektowaniu ceni sobie wprowadzanie innowacji w dobrze znanym procesie technologicznym. Działa na pograniczu projektowania, dizajnu krytycznego i sztuki. Architektka wnętrz i edukatorka Jo Jurga, ucząc projektowania, powtarza, że trzeba wykorzystywać to, co już jest. Projektanci powinni tworzyć obiekty, z których będzie się korzystało przez lata, ale muszą też myśleć o tym, co się z nimi stanie, gdy przestaną być używane. Według kuratorki i krytyczki dizajnu Agnieszki Jacobson-Cieleckiej w dizajnie ważne jest dziś naprawianie, odzyskiwanie, upcyklowanie. Trwałość musi wynikać z jakości, odporności na działanie czasu i mody. Dobry projekt musi być wpisany w rzeczywistość, dla której się go tworzy.

Aleksandra Koperda przedstawiła także sylwetki i najbardziej rozpoznawalne dokonania innych twórców, takich jak Franco Albini i jego krzesła Margherita i Gala stanowiące eksponaty muzeum sztuki nowoczesnej w Nowym Jorku (MoMA), Ron Arad i jego krzesło Rover – również eksponat w kolekcji MoMA czy też Eileen Gray – pionierka modernizmu w architekturze, dama dizajnu, ikona nowoczesnego projektowania.

„Teraz polski dizajn” prezentuje najbardziej ikoniczne zjawiska związane z polskim dizajnem i takie, które na niego wpłynęły. Jest to chociażby dekalog dobrego dizajnu według twórcy w XX w. projektanta niemieckiego Dietera Ramsa. Zgodnie ze sformułowanymi przez niego podstawowymi zasadami dobry dizajn jest m.in. innowacyjny, estetyczny, dyskretny, ponadczasowy, przyjazny środowisku i czyni produkt użytecznym.

Trzystustronicowa publikacja Koperdy przypomina czytelnikom o Cepelii, czyli Centrali Przemysłu Ludowego i Artystycznego (1949), o Międzynarodowej Wystawie Sztuki Dekoracyjnej i Nowoczesnego Przemysłu, która odbyła się w Paryżu w 1925 r. i dała nazwę nowemu stylowi art déco, o powstaniu w 1950 r. Instytutu Wzornictwa Przemysłowego z inicjatywy Wandy Telakowskiej czy o szkole projektowania Bauhaus (1919–1925), propagującej funkcjonalność, innowacyjność, oszczędność formy, dostępność, inspirującej przyszłe pokolenia twórców.

Dzięki opracowaniu poznajemy także historię projektu, który wszedł do historii wzornictwa. Mowa o fotelu wykonanym z laminatu poliestrowo-szklanego (1958) autorstwa Romana Modzelewskiego, który nie doznał się od razu produkcji fabrycznej. Jak czytamy u Koperdy, twórca opatentował swój projekt w 1961 r., ale dopiero w 2012 r. przyszedł czas na renesans mebla. Michał Woch i Jakub Sobiepanek wprowadzili fotel do seryjnej produkcji pod nazwą RM58 (inicjaty

twórcy i rok wykonania prototypu), tym samym inicjując działalność marki Vzor.

Przeglądając książkę, zapoznając się z sylwetkami twórców, ich historiami, ulubionymi stylami i materiałami, tworzonymi przez nich przedmiotami ukazanymi na licznych fotografiach, nie sposób nie zwrócić uwagi na warstwę graficzną publikacji. Można śmiało powiedzieć, że ta książka o dizajnie sama jest produktem designerskim. Twarda matowa oprawa, gramatura papieru, różnorodna kolorystyka stron oraz fontu, zróżnicowana wielkość czcionki – to wszystko sprawia, że książki doświadczą się nie tylko zmysłem wzroku, ale i dotyku, a nawet węchu. Tak jak w dobrym dizajnie, estetyka połączona jest ponadczasowością i funkcjonalnym charakterem związanym z warstwą informacyjną.

„Teraz polski dizajn” Aleksandry Koperdy, dzięki formie rozmów z twórcami, to wiedza podana w sposób fascynujący, wciągający i intymny. Ta książka to morze inspiracji i doskonały prezent dla prawdziwych estetów.







Wniosek o unieważnienie  
w części prawa  
ochronnego na znak  
towarowy „adżika”



W dniu 23 maja 2022 r. do Urzędu Patentowego RP wpłynął wniosek G. sp. z o.o. z siedzibą w K. o unieważnienie w części prawa ochronnego na znak towarowy „adżika” udzielonego na rzecz T. Sp. z o.o. z siedzibą w W., przeznaczonego do oznaczania towarów i usług w klasach 29, 30 i 43.

Wnioskodawca zażądał unieważnienia spornego prawa w części dotyczącej towarów z klas 29 i 30, do których należą: wyroby garmażeryjne mięsne i drobiowe, mięso, ryby, drób, dziczyzna, ekstrakty mięsne, konserwowane, mrożone, suszone i gotowane owoce i warzywa, kiełbasy, grzyby konserwowane, bekon, flaki, kaszanka, kawior, konserwy mięsne, konserwy rybne, korniszony, krokiety, pasztety, mięso konserwowane, mięso solone, pasztet z wątróbki, rosół, smalec, szynka, wędliny, zupy, wieprzowina, tłuszcz jadalny, koncentraty na bulionie, filety rybne, kiełbaski w cieście, krewetki, łosoś, małże, żywność produkowana z ryb, sosy, mięsne sosy, przyprawy, majonezy, sosy z pomidorów, sosy do sałatek, sosy do polewania deserów, sosy sałatkowe, sosy pomidorowe, sosy warzywne, keczup (sos), sos sojowy, relish – sos przyprawowy na bazie owoców lub warzyw.

Jako podstawę prawną swojego żądania wnioskodawca wskazał art. 164 ust. 1 w zw. z art. 129<sup>1</sup> ust. 1 pkt 2, 3, 4 i 6 w zw. z art. 120 ust. 1 w zw. z art. 255 ust. 1 pkt 1 ustawy Prawo własności przemysłowej (dalej zwanej „pwp”).

Wnioskodawca wskazał, że znak towarowy „adżika” nie spełnia warunków wymaganych dla udzielenia prawa ochronnego, gdyż składa się wyłącznie z elementów mogących służyć w obrocie do wskazania rodzaju towaru. Nazwa „adżika”, zapisywana również jako „adżyka”, jest nazwą zwyczajową, powszechnie przyjętą w społeczeństwie do określenia rodzaju pikantnego sosu wywodzącego się z kuchni kaukaskiej, a popularnego w Gruzji, Armenii, Turcji oraz Rosji. Wnioskodawca podniósł, że adżika to pasta z czerwonej papryki z dodatkiem soli, czosnku, ziół oraz orzechów włoskich. Sos ma zazwyczaj czerwony kolor, choć może mieć również barwę zieloną oraz brązową, w zależności od ilości użytych dodatków w postaci zielonej papryki, jabłka, pomidorów lub marchewki.

Wnioskodawca wskazał, że jest producentem sosów adżika dystrybuowanych na terytorium Polski, natomiast uprawniony od 2022 r. podejmuje starania, aby doprowadzić do wycofania ze sprzedaży produktów wnioskodawcy, powołując się na ochronę przysługującą mu na podstawie spornego prawa ochronnego.

Uprawniony nie zajął stanowiska w sprawie.



Na rozprawie w dniu 21 grudnia 2022 r. wnioskodawca jako podstawę prawną wniosku wskazał art. 129 ust. 2 pkt 1, 2 i 3 ustawy pwp w brzmieniu obowiązującym w dacie zgłoszenia spornego znaku. Podtrzymał argumentację jak dotychczas.

Kolegium Orzekające zważyło, co następuje:

Zgodnie z art. 255 ust. 1 pkt 1 pwp Urząd Patentowy rozstrzyga sprawy o unieważnienie prawa ochronnego na znak towarowy w trybie postępowania spornego.

W myśl art. 315 ust. 3 pwp ustawowe warunki wymagane do uzyskania prawa ochronnego ocenia się według przepisów obowiązujących w dniu zgłoszenia znaku towarowego w Urzędzie Patentowym. Sporny znak został zgłoszony 27 lutego 2012 r. W dacie tej obowiązywała ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej (t.j.: Dz. U. z 2003 r., nr 119, poz. 1117 ze zm.).

Wnioskodawca zarzucił, że sporne prawo ochronne zostało udzielone z naruszeniem przepisów art. 129 ust. 2 pkt 1, 2 i 3 pwp (w brzmieniu obowiązującym w dniu zgłoszenia spornego znaku towarowego). Wnioskodawca zażądał unieważnienia spornego prawa w części dotyczącej towarów z klas 29 i 30.

W odniesieniu do towarów z klasy 30 należy stwierdzić, że Urząd Patentowy działający w trybie postępowania spornego decyzją z 21 grudnia 2022 r. w sprawie z wniosku M. SA z siedzibą w B. unieważnił sporne prawo ochronne na znak towarowy „adżika”. Tym samym zgłoszone w niniejszej sprawie żądanie wnioskodawcy dotyczy prawa ochronnego, które w tym zakresie zostało już unieważnione w innym postępowaniu toczącym się przed Urzędem, zaś wydana decyzja jest ostateczna w administracyjnym toku instancji od chwili jej wydania. Z uwagi więc na fakt, że przedmiot sporu w tej części nie istnieje, powstały przesłanki do umorzenia postępowania na podstawie art. 105 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego (dalej zwanego „k.p.a.”) jako bezprzedmiotowego. W świetle bowiem art. 256 ust. 1 pwp do postępowania spornego przed Urzędem Patentowym w sprawach nieuregulowanych w ustawie Prawo własności przemysłowej stosuje się odpowiednio przepisy Kodeksu postępowania administracyjnego. Zgodnie zaś z art. 105 § 1 k.p.a., gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe, organ administracji publicznej obowiązany jest wydać decyzję o umorzeniu postępowania. Bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego, o której stanowi art. 105 § 1 k.p.a., oznacza, że brak jest któregoś z elementów materialnego stosunku prawnego, a wobec tego nie można wydać decyzji rozwiązującej sprawę przez rozstrzygnięcie jej co do istoty. Taka sytuacja zaistniała w niniejszej sprawie, bowiem prawo ochronne obejmujące towary z klasy 30 nie istniało w dacie orzekania.

Wobec powyższego uznać należy, że merytorycznej ocenie podlega zasadność zarzutów wnioskodawcy w zakresie towarów zawartych w klasie 29, tj.: wyrobów garmażeryjnych mięsnych i drobiowych, mięsa, ryb, drobiu, dziczyzny, ekstraktów mięsnych, konserwowanych, mrożonych, suszonych i gotowanych owoców i warzyw, kiełbas, grzybów konserwowanych, bekonu, flaków, kaszanki, kawioru, konserw mięsnych, konserw rybnych, korniszonów, krokietów, pasztetów, mięsa konserwowanego, mięsa solonego, pasztetu z wątróbki, rosółu, smalcu, szynki, wędlin, zup, wieprzowiny, tłuszczów jadalnych, koncentratów na bulionie, fileatów rybnych, kiełbasek w cieście, krewetek, łososia, małży, żywności produkowanej z ryb.

Dokonywanie ustaleń, czy sporne prawo zostało udzielone z naruszeniem wskazanych przepisów odbywa się w postępowaniu spornym zgodnie z zasadami kontradyktoryjności, na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego przedstawionego przez strony postępowania. Organ nie jest bowiem uprawniony do poszukiwania nowych dowodów mogących mieć wpływ na przedmiotowe rozstrzygnięcie w sprawie (patrz wyrok WSA z 7 stycznia 2005 r., sygn. akt 6 II SA 2427/03).

Ponadto na gruncie ustawy Prawo własności przemysłowej dla oceny zgodności udzielenia prawa ochronnego na znak towarowy z przepisami prawa międzynarodowego jest dzień zgłoszenia znaku towarowego do ochrony w Urzędzie Patentowym.

Art. 129 ust. 1 pkt 2 pwp wyłącza możliwość udzielenia praw ochronnych na oznaczenia, które nie mają dostatecznych znamion odróżniających. Są to oznaczenia, które oceniane w całości nie nadają się do odróżniania towarów (usług), dla których zostały przeznaczone, gdyż struktura znaku nie wykazuje wobec nich znamion odróżniających. Potwierdzeniem powyższego rozumienia zdolności odróżniającej znaku towarowego jest art. 129 ust. 2 pwp wskazujący trzy grupy znaków, które nie mają dostatecznych znamion odróżniających. Zgodnie z art. 129 ust. 2 nie mają dostatecznych znamion odróżniających oznaczenia, które nie nadają się do odróżniania w obrocie towarów, dla których zostały zgłoszone (pkt 1); składają się wyłącznie z elementów mogących służyć w obrocie do wskazania w szczególności rodzaju towaru, jego pochodzenia, jakości, ilości, wartości, przeznaczenia, sposobu wytwarzania, składu, funkcji lub przydatności (pkt 2); weszły do języka potocznego lub są zwyczajowo używane w uczciwych i utrwalonych praktykach handlowych (pkt 3).

Poszczególne wyżej wymienione przesłanki należy oceniać oddzielnie. Niemniej „pomiędzy hipotezami norm wyrażonych w art. 129 ust. 2 pkt 1–3 Prawa własności przemysłowej nie zachodzi stosunek wykluczenia. Oznacza to zatem, że w stosunku do jednego oznaczenia możliwa będzie więcej niż jedna kwalifikacja jako oznaczenia pozbawionego znamion odróżniających” (por. Łukasz Żelechowski, *Zdolność odróżniająca znaku towarowego – przegląd orzecznictwa Sądu Najwyższego i Naczelnego Sądu Administracyjnego z lat 2000–2004* [w:] „Glosa. Prawo gospodarcze w orzeczeniach i komentarzach” 2005, nr 3).

Wnioskodawca wskazał, że znak towarowy „adżika” nie spełnia warunków wymaganych do udzielenia prawa ochronnego, gdyż składa się wyłącznie z elementów mogących służyć w obrocie do wskazania rodzaju towaru. Wnioskodawca podniósł, że nazwa „adżika”, zapisywana również jako „adżyka”, jest nazwą zwyczajową, powszechnie przyjętą w społeczeństwie do określenia rodzaju pikantnego sosu wywodzącego się z kuchni kaukaskiej, a popularnego w Gruzji, Armenii, Turcji oraz Rosji. Wnioskodawca wskazał, że adżika to pasta z czerwonej papryki z dodatkiem soli, czosnku, ziół oraz orzechów włoskich.

Na poparcie swoich twierdzeń wnioskodawca przedłożył wydruk etykiety towaru wprowadzanego przez niego do obrotu, wydruki ze stron internetowych oraz fotografie przedstawiające towary obecne na rynku.

W ocenie Kolegium Orzekającego przedłożony przez wnioskodawcę materiał dowodowy nie daje podstaw do przyjęcia, że oznaczenie „adżika” będzie rozumiane przez znaczną część polskich odbiorców towarów i usług, do oznaczania których przeznaczony jest sporny znak towarowy, jako nazwa rodzajowa towarów takich jak: wyroby garmazeryjne mięsne i drobiowe, mięso, ryby, drób, dziczyzna, ekstrakty mięsne, konserwowane, mrożone, suszone i gotowane owoce i warzywa, kiełbasy, grzyby konserwowane, bekon, flaki, kaszanka, kawior, konserwy mięsne, konserwy rybne, korniszony, kromki, pasztety, mięso konserwowane, mięso solone, pasztet z wątróbki, rosół, smalec, szynka, wędliny, zupy, wieprzowina, tłuszcze jadalne, koncentraty na bulionie, filety rybne, kiełbaski w cieście, krewetki, łosoś, małże, żywność produkowana z ryb. Przedłożone przez wnioskodawcę wydruki ze stron internetowych takich jak: wikipedia.org, kwestiasmaku.com, obzarcuuch.pl, dziendobry.tvn.pl, i ekologia.pl wskazują na pikantną pastę lub sos stosowany jako dodatek do dań. Nie dowodzą natomiast, że wobec jakiegokolwiek towaru z klasy 29 było używane oznaczenie „adżika” w charakterze nazwy rodzajowej.

Wskazać więc należy, że wnioskodawca nie przedstawił żadnych dowodów na okoliczność używania spornego oznaczenia w obrocie jako nazwy rodzajowej wobec towarów z klasy 29 w okresie poprzedzającym zgłoszenie znaku towarowego. W rozpatrywanej sprawie wnioskodawca nie wykazał zatem, aby stanowiące sporny znak towarowy słowo „adżika” miało charakter opisowy w odniesieniu do towarów, do oznaczania których przeznaczony jest sporny znak towarowy.

Ustalenie, że sporny znak towarowy nie wskazuje wprost na jakiegokolwiek cechy towarów z klasy 29, do oznaczenia których przeznaczony jest sporny znak towarowy,

determinuje w niniejszej sprawie rozstrzygnięcie w zakresie zarzutu naruszenia art. 129 ust. 2 pkt 1 pwp. Przepis ten wskazuje bezwzględną przeszkodę udzielania praw ochronnych na znaki towarowe ze względu na to, że nie nadają się do odróżniania w obrocie towarów i usług, dla których zostały zgłoszone. „Znaki nie nadające się do odróżnienia to takie, których struktura nie wykazuje jakichkolwiek cech charakterystycznych, a więc znak jako całość jest pozbawiony dostatecznych znamion odróżniających i nie nadaje się do identyfikacji towaru, a zatem nie jest zdolny do jego odróżniania ze względu na pochodzenie. Jest to więc kategoria wyodrębniona ze względu na cechy strukturalne znaku.” (por. U. Promińska [w:] „Prawo własności przemysłowej”, Warszawa 2005). W ocenie Kolegium Orzekającego sporny znak towarowy, pod względem strukturalnym, nadaje się do odróżniania w obrocie towarów objętych ochroną spornego znaku towarowego zawartych w klasie 29. Zgodnie bowiem z definicją znaku towarowego zawartą w art. 120 pwp znakiem towarowym może być każde oznaczenie, które można przedstawić w sposób graficzny, jeżeli oznaczenie takie nadaje się do odróżniania towarów jednego przedsiębiorstwa od towarów innego przedsiębiorstwa. W szczególności znakiem towarowym może być wyraz. W niniejszym przypadku jest to słowo „adżika”, które jak wyżej wykazano nie stanowi nazwy rodzajowej wobec towarów z klasy 29.



Charakter odróżniający znaku należy analizować w odniesieniu do towarów i usług, dla których jest on przeznaczony, oraz postrzegania go przez odbiorców na rynku. Towary, do oznaczania których przeznaczony jest sporny znak towarowy, to produkty spożywcze. Odbiorcą tego typu towarów jest każdy, bowiem wszyscy bez względu na preferencje dietetyczne z mniejszą lub większą częstotliwością dokonują zakupów artykułów spożywczych. Przeciętny odbiorca jest osobą należycie poinformowaną, dostatecznie uważną i rozsądną.

Wobec powyższego, w ocenie Kolegium Orzekającego, w rozpatrywanej sprawie nie zasługiwały na uwzględnienie zarzuty udzielenia prawa ochronnego na sporny znak towarowy z naruszeniem art. 129 ust. 2 pkt 1 i pkt 2 pwp.

Kolegium Orzekające nie stwierdziło również naruszenia art. 129 ust. 2 pkt 3 pwp. Także w przypadku powyższego zarzutu nie przedstawiono żadnego materiału dowodowego potwierdzającego, że na dzień zgłoszenia do Urzędu Patentowego spornego znaku towarowego oznaczenie to weszło do języka potocznego lub było zwyczajowo używane w uczciwych i utrwalonych praktykach handlowych jako nazwa towarów objętych zakresem ochrony spornego znaku towarowego w klasie 29.

Konkludując, należy stwierdzić, że zgromadzony materiał dowodowy nie jest wystarczający do uznania, że w rozpatrywanym okresie przedmiotowe oznaczenie było

postrzegane przez właściwy, abstrakcyjnie określony krąg odbiorców wyłącznie jako informacja o którymkolwiek towarze ujętym w klasie 29. Okoliczność ta musi być obiektywnie udowodniona, a nie jedynie domniemana.

Stwierdzić zatem należy, że słowo „adżika” w odniesieniu do towarów zawartych w zakresie ochrony spornego znaku towarowego z klasy 29 nie spełnia przesłanek do unieważnienia prawa ochronnego zawartych w przepisach art. 129 ust. 2 pkt 1, 2 i 3 ustawy pwp.

Niezależnie od powyższego wskazać należy, że znaki o słabej zdolności odróżniającej muszą tolerować tak zwane znaki bliskie. Mimo nieudowodnienia, że sporny znak jako całość pozbawiony jest zdolności odróżniającej, okoliczność ta nie uprawnia właściciela znaku do zakazywania innym podmiotom gospodarczym przekazywania informacji o oferowanych towarach oraz świadczonych usługach. Istotą ochrony znaku towarowego nie jest bowiem ograniczanie swobody postępowania się w obrocie handlowym określeniami należącymi do domeny publicznej, lecz wskazywanie pochodzenia określonych towarów lub usług z konkretnego źródła.

Biorąc powyższe pod uwagę, Kolegium Orzekające umorzyło postępowanie w części dotyczącej towarów z klasy 30, a w pozostałym zakresie wnioski oddaliło.

**Piotr Kalinowski** – Przewodniczący Kolegium Orzekającego

**Agnieszka Dudek** – ekspert

**Joanna Dziadosz** – ekspert

Opracowanie treści decyzji na potrzeby „Kwartalnika UPRP”:

**Karolina Wojciechowska**





**Global Innovation Index 2023**  
– innowacyjność w czasie  
globalnych zawirowań

## Ewa Lisowska-Bilińska

główny specjalista

Departament Współpracy Międzynarodowej

Jak ma się innowacyjność w czasach globalnych turbulencji spowodowanych zwiększoną inflacją, rosnącymi stopami procentowymi i konfliktem geopolitycznym pojawiającymi się tuż po pandemii COVID-19? **Globalny Indeks Innowacyjności (GII 2023) opracowany przez Światową Organizację Własności Intelektualnej (WIPO)** już po raz 16. przekonuje, że jest wszechstronnym i wyczerpującym źródłem informacji na temat światowej innowacyjności.

Jak wynika z raportu GI 2023, oceniającego innowacyjne osiągnięcia 132 gospodarek na świecie, nowatorskie przełomowe technologie nadal dostarczają nam nowych możliwości, jednak oddziaływanie innowacji na społeczeństwo pozostaje na niskim poziomie.

Szwajcaria już po raz 13. z rzędu pozostaje najbardziej innowacyjnym państwem na świecie, na drugie miejsce – po rocznej przerwie – powraca Szwecja, która wymieniła się ze Stanami Zjednoczonymi – w tym roku na trzeciej pozycji. Miejsce czwarte należy od kilku lat do Zjednoczonego Królestwa, a na piątą pozycję po raz pierwszy dostaje się Singapur. Do czołowej dziesiątki wchodzi także: Finlandia (miejsce szóste), po niej Holandia, Niemcy (ósmą pozycją), za nimi Dania, a grupę zamyka Korea Południowa.



Azja Południowo-Wschodnia i Wschodnia oraz Oceania konsekwentnie zmniejszają innowacyjny dystans do Europy, natomiast Azja Środkowa i Południowa zbliżają swoje innowacyjne osiągnięcia do poziomu krajów Ameryki Łacińskiej i Karaibów.

### Innowacje w regionach świata

Najbardziej innowacyjnym regionem świata pozostaje Ameryka Północna. Stany Zjednoczone aż w 13 spośród wszystkich 80 wskaźników GI 2023 zapewniły sobie pierwszą lokatę. Są numerem jeden na świecie, jeśli chodzi o wskaźniki obejmujące globalnych korporacyjnych inwestorów w sektorze badań i rozwoju, poziom otrzymanych funduszy venture capital, jakość uniwersytetów, łączną wycenę spółek jednoróżców pochodzących z tego kraju, wydatki na oprogramowanie, wartość korporacyjnych aktywów niematerialnych i prawnych. Z kolei Kanada (15 miejsce) przoduje

we wskaźnikach dotyczących zaawansowania rynku, kapitału ludzkiego i badań, odbiorców venture capital czy znaczenia publikacji naukowych.

Europa to niezmiennie innowacyjny hub z największą liczbą innowacyjnych liderów – aż 16 z pierwszych 25 państw rankingu to kraje europejskie. Szwajcaria jest absolutnym liderem, jeśli chodzi o dorobek oparty na wiedzy naukowej i technologii czy dorobek twórczy. Szwecja przoduje w zaawansowaniu biznesu, poziomie infrastruktury, kapitale ludzkim i badaniach, a także w poziomie zatrudnienia osób wysoko wykwalifikowanych. Z 39 gospodarek europejskich aż 19 poprawiło swoje miejsce w rankingu. Na uwagę zasługują także postępy wszystkich ośmiu krajów z grupy państw nordyckich i bałtyckich, a szczególnie Litwy i Łotwy (awans na odpowiednio 34 i 37 miejsce).

Chiny, pomimo niewielkiego przesunięcia w dół (z 11 na 12 miejsce) nadal pozostają jedyną gospodarką o średnim poziomie dochodów, która dostała się do pierwszej trzydziestki rankingu, utrzymując 3 miejsce w regionie SEAO (Azja Wsch. i Płd.-Wsch. i Oceania) za Singapurem i Koreą Południową. Chiny to oczywiście numer jeden pod względem wzrostu produktywności pracy, rozmiaru rynku wewnętrznego, ale także liczby krajowych znaków towarowych i wzorów użytkowych czy wyników badania PISA (czytanie, rozumienie, rozumowanie). Poza Chinami w pierwszej czterdziestce rankingu są jeszcze tylko cztery gospodarki o średnim poziomie dochodów, tj. Malezja, Bułgaria, Turcja i Indie. Wśród krajów Azji Środkowej i Południowej liderami są Indie, Iran i Kazachstan. Indie utrzymały swoje 40 miejsce i przodują w następujących dziedzinach: kapitał ludzki i badania, zaawansowanie biznesu, dorobek oparty na wiedzy naukowej i technologii, eksport usług ICT (technologii informacyjnych i komunikacyjnych), otrzymane fundusze venture capital czy liczba absolwentów kierunków inżynierskich i nauk ścisłych.

Wśród krajów wiodących w Azji Zachodniej i Afryce Północnej znalazły się: Izrael, Zjednoczone Emiraty Arabskie i Turcja. Izrael (miejsce 14) zwraca uwagę w kilku obszarach, np. zaawansowania rynku i biznesu czy dorobku opartego na wiedzy i technologii. Ponadto wyróżnia się poziomem wydatków na badania i rozwój (ponad 5% PKB, co stanowi najwyższą wartość na świecie).

Republika Południowej Afryki, Botswana i Senegal to liderzy Afryki Subsaharyjskiej. RPA przewodzi w regionie dzięki dorobkowi opartemu na wiedzy i technologii, nakładom na oprogramowanie, liczbie patentów krajowych i PCT, a także dzięki wartości swoich dwóch spółek jednorozczów.

W regionie Ameryki Łacińskiej i Karaibów czołowe miejsca należą do: Brazylii, Chile i Meksyku. Brazylia awansuje na 49 miejsce i tym samym dostaje się do pierwszej pięćdziesiątki rankingu. Swoją sukces zawdzięcza m.in. wartości spółek jednorozczów, liczbie krajowych znaków towarowych czy globalnej wartości swoich marek.







## Nowy wskaźnik GII 2023 – kto prowadzi wśród jednoroźców?

Jednoroźce to prywatne firmy innowacyjne, typu start-up, których wartość wyceniana jest na ponad jeden miliard dolarów amerykańskich. Cechuje je szybki wzrost, a dzięki innowacyjnym produktom, usługom czy modelom biznesowym potrafią dokonać transformacji całych sektorów. Tegoroczny ranking GII wprowadził całkowicie nowy wskaźnik pokazujący łączną wartość spółek jednoroźców z danego kraju. Według danych z kwietnia 2023 r. na całym świecie działa 1206 spółek jednoroźców rozlokowanych w 50 krajach. Z analizy danych wynika, że w pięciu krajach – USA, Chinach, Indiach, Wielkiej Brytanii i Niemczech – znajdują się siedziby 80% wszystkich jednoroźców. Jednak jeśli chodzi o najwyższe wyceniane jednoroźce i ich pochodzenie, na pierwsze miejsce wysuwają się Chiny (numer jeden: ByteDance – sztuczna inteligencja), za nimi USA, Australia i Indonezja.

Wskaźnik GII 2023 podaje wartość jednoroźców zskalowaną według PKB danego kraju. I tak na pierwszym miejscu plasuje się Estonia (firma Bolt – mobilność, transport), na drugim Izrael (Wiz – cyberbezpieczeństwo), dalej Litwa (Vinted – handel elektroniczny), Senegal (Wave – Fintech) i USA (m.in. SpaceX – przestrzeń kosmiczna i telekomunikacja, Stripe – fintech, Epic games – gry wideo). W pierwszej dziesiątce wartości wskaźnika są ponadto: Hongkong (Chiny), Wielka Brytania, Singapur, Indie, Finlandia.

## Miejsce Polski w światowym rankingu innowacyjności

Nasz kraj od szeregu lat utrzymuje się pomiędzy 36 a 40 miejscem w rankingu. W tym roku, z 41 lokatą, nie udało nam się jednak zmieścić w pierwszej czterdziestce. Czym zdecydowanie możemy się pochwalić? Z pewnością naszą mocną stroną niezmiennie są dorobek twórczy, dorobek oparty na wiedzy naukowej i technologii, a także kapitał ludzki i badania. Wysokie wartości osiągnęliśmy we wskaźnikach dotyczących wzrostu produktywności pracy, liczby krajowych patentów oraz wzorów przemysłowych, liczby cytowań naszych publikacji naukowych, wartości eksportu produktów kreatywnych, wartości aktywów niematerialnych firm, dywersyfikacji krajowego przemysłu, rozmiaru rynku krajowego, poziomu zatrudnienia kobiet (w tym kobiet wysoko wykwalifikowanych), a także wyników osiągniętych w badaniach PISA (czytanie, rozumienie, rozumowanie).

Analizując z kolei nasze niedoskonałości, można stwierdzić, że najstabilniej wypadamy w obszarze instytucji, a szczególnie w tworzeniu środowiska sprzyjającego powstawaniu firm. Nie jest też najlepiej z zaawansowaniem naszego rynku, zbyt niski jest udział inwestorów i poziom inwestycji z funduszy venture capital. Nie mamy także dobrych notowań, jeśli chodzi o nakłady na badania i rozwój największych krajowych firm o zasięgu globalnym. Ponadto – co wymaga bacznej uwagi – konieczna wydaje się poprawa współpracy między szkołami wyższymi i przemysłem w obszarze badań i rozwoju. Ten wskaźnik od lat pozostaje jednym z najniższych w Europie.

Niestety, dotychczas nie jesteśmy także obecni w rankingu spółek jednoroźców, choć coraz częściej na naszym rynku wymienia się pretendentów do tego prestiżowego zestawienia.

**Table 5 Heatmap: GII 2023 rankings overall and by innovation pillar, 2023**

Country/economy	Overall GII	Institutions	Human capital and research	Infrastructure	Market sophistication	Business sophistication	Knowledge and technology outputs	Creative outputs
Switzerland	1	2	6	4	7	5	1	1
Sweden	2	18	3	2	10	1	3	8
United States	3	16	12	25	1	2	2	12
United Kingdom	4	24	8	6	3	13	7	2
Singapore	5	1	2	8	6	3	10	18
Finland	6	3	5	1	12	4	4	16
Netherlands (Kingdom of the)	7	6	13	14	15	8	8	9
Germany	8	22	4	23	14	10	9	7
Denmark	9	5	9	3	21	12	12	10
Republic of Korea	10	32	1	11	23	9	11	5
France	11	27	17	22	9	17	10	8
China	12	43	22	27	13	20	0	14
Japan	13	21	18	13	8	11	13	25
Israel	14	40	20	36	11	6	5	33
Canada	15	14	10	30	4	18	10	22
Estonia	16	11	34	5	5	25	20	15
Hong Kong, China	17	8	15	9	2	28	51	3
Austria	18	13	11	12	39	19	17	13
Norway	19	4	19	7	29	22	28	23
Iceland	20	8	24	10	32	15	25	20
Luxembourg	21	7	31	31	35	7	38	11
Ireland	22	15	28	18	51	14	14	26
Belgium	23	30	14	44	26	10	15	30
Australia	24	17	7	19	17	24	30	24
Malta	25	34	39	17	43	21	36	4
Italy	26	52	33	21	40	33	18	21
New Zealand	27	12	21	29	31	20	30	28
Cyprus	28	41	38	32	38	31	23	17
Spain	29	46	27	16	33	32	24	29
Portugal	30	35	23	45	42	34	32	19
Czech Republic	31	36	30	24	82	27	21	32
United Arab Emirates	32	10	16	15	25	23	59	50
Slovenia	33	38	25	20	88	26	27	48
Lithuania	34	19	42	43	34	35	29	41
Hungary	35	47	36	42	64	30	26	38
Malaysia	36	28	32	51	18	36	37	47
Latvia	37	39	43	33	61	37	49	31
Bulgaria	38	66	66	28	60	42	34	34
Türkiye	39	105	41	50	36	46	44	27
India	40	56	48	84	20	57	22	49
Poland	41	76	40	47	67	41	40	35
Greece	42	63	29	38	66	62	43	39
Thailand	43	85	74	49	22	43	42	44
Croatia	44	72	44	26	48	53	35	52
Slovakia	45	65	53	41	72	47	31	56
Viet Nam	46	54	71	70	49	49	48	36
Romania	47	74	75	34	75	51	35	58
Saudi Arabia	48	45	35	48	28	45	68	66

### Rola GII i konkluzje

Globalny Indeks Innowacyjności (GII) od wielu lat potwierdza swoją rolę ważnego narzędzia w rozwijaniu ekosystemów i wskaźników innowacji. Jak wynika z badania przeprowadzonego przez WIPO w 2022 r., 70% państw należących do organizacji wykorzystuje dane z GII jako punkt odniesienia w kształtowaniu krajowych polityk w zakresie innowacji. Wiedza oparta na wskaźnikach raportu – jako wiarygodna podstawa do opracowywania, wdrażania i oceny polityk innowacyjnych – umożliwi i ułatwi współpracę statystyków, podmiotów publicznych i prywatnych działających na rzecz innowacji oraz decydentów, a często ułatwia także dialog pomiędzy nimi. Jak pokazują wskaźniki, po chwilowym boomie z 2021 r. najnowsze inwestycje w naukę i innowacje nie osiągnęły obecnie tak obiecujących wartości. Mimo że wskaźniki dotyczące publikacji naukowych, nakładów na badania i rozwój czy funduszy venture capital pozostają na historycznie wysokim poziomie, a liderzy innowacji – zarówno kraje, jak i firmy – wzmagają innowacyjne wysiłki, wzrost nie osiąga wysokiego poziomu, takiego jaki obserwowaliśmy w 2021 r. Dziś, bardziej niż kiedykolwiek, wielowymiarowe skutki pandemii, w tym zakłócenia globalnych łańcuchów dostaw, szczególnie w przypadku młodych systemów innowacyjnych gospodarek o średnim i niskim poziomie dochodów, nowych firm czy start-upów, muszą być bacznie monitorowane. Pytanie, które pozostaje otwarte, to: czy postpandemiczne zagrożenia będą miały bardziej trwałe, negatywny wpływ na mniej dojrzałe systemy innowacyjne? Na razie dane z 2021 i 2022 r., które mogłyby udzielić odpowiedzi na to pytanie, w większości przypadków nie są jeszcze dostępne.

## Elżbieta Krupska

ekspert

Departament Biotechnologii i Chemii

# Sztuczna inteligencja odkryła miliony nieznanych ludzkości materiałów

Sztuczna inteligencja (AI) firmy Google właśnie wynalazła 2,2 mln nowych materiałów, które do tej pory nie były znane światowej nauce. Jakby tego było mało, nauczyła się je wytwarzać bez udziału człowieka. Algorytmy wspierane przez robotyczne ramię same potrafią przygotować odpowiedni nowatorski produkt. Wymyślenie takich chemicznych materiałów w tradycyjny sposób zajęłoby ludziom 800 lat.

Należące do konglomeratu *Alphabet* brytyjskie przedsiębiorstwo zajmujące się sztuczną inteligencją – *Google DeepMind*, opublikowało wyniki eksperymentu, który może w zaskakująco dużej mierze przysłużyć się ludzkości. Badacze wykorzystali sztuczną inteligencję do prowadzenia badań, a ta odkryła ponad 2 mln nieznanych dotąd kryształów. Do szkolenia AI posłużyła bogata w dane o materiałach baza *Materials Project*, należąca do *Berkeley Lab* (multidyscyplinarnego laboratorium naukowego znajdującego się na terenie amerykańskiego Uniwersytetu Kalifornijskiego w Berkeley). Następnie opracowany przez badaczy *GNoME* (skrót od *Graph Networks for Materials Exploration*) zmodyfikował skład znanych materiałów, aby uzyskać 2,2 mln potencjalnych związków chemicznych. Po obliczeniu, czy materiały te będą stabilne, a także przewidzeniu ich struktury krystalicznej, system wygenerował ostateczną liczbę 381 tys. nowych związków nieorganicznych. Zostały one dodane do wspomnianej powyżej bazy danych *Materials Project*. Efekty przerosły wszelkie oczekiwania. Sztuczna inteligencja *Google DeepMind* w krótkim czasie po szkoleniu była bowiem w stanie zasilić tę specjalistyczną bazę aż o prawie 400 tys. własnych, unikalnych komponentów. Wyniki prac opublikowano właśnie na łamach naukowego czasopisma „*Nature*”. Ten prestiżowy magazyn podaje, że potencjalne zastosowania przeprowadzonych badań posłużą chociażby do produkcji wydajniejszych baterii, innowacyjnych paneli słonecznych oraz ulepszonych chipów komputerowych.

Naukowcy z *DeepMind* podczas opracowywania *Graph Networks for Materials Exploration* (*GNoME*) równocześnie stworzyli nowe narzędzie wykorzystujące uczenie głębokie do prowadzenia badań, które ludziom zajmują całe miesiące albo lata. Badacze wykorzystali bazy danych na temat znanych ludzkości materiałów i nauczyli *GNoME* łączenia różnych materiałów, aby powstały zupełnie nowe struktury. Efekty prac okazały się zaskakująco owocne. AI w bardzo krótkim czasie powiększyła liczbę eksperymentalnie stworzonych materiałów.

Badaczom z *DeepMind* udało się zwielokrotnić istniejącą dotychczas bazę nieznanych wcześniej materiałów – *GNoME* odkrył 2,2 mln nieznanych ludzkości potencjalnych struktur. Naukowcy uważają, że „ręczne” stworzenie tak potężnej bazy syntetycznych, nieznanych dotąd materiałów zajęłoby ludziom ok. 800 lat. Większość sztucznie wygenerowanych struktur jest jednak niestabilna, dlatego nie będzie można ich wykorzystać w praktyce. Ale równocześnie aż 380 tys. propozycji

to stabilne połączenia, z których będzie można pozyskać w laboratoriach nieznaną dotąd materiały (wcześniej ręcznie i komputerowo odkryto łącznie 48 tys. struktur). Niezależnym naukowcom udało się do tej pory laboratoryjnie przeanalizować 736 odkrytych przypadków i potwierdzić, że pozyskanie każdego z tych materiałów jest możliwe w praktyce.



Jakby tego było mało, autorzy badania połączyli pracę sztucznej inteligencji z robotem pracującym w *Berkeley Lab* w Kalifornii, który jest w stanie sztucznie pozyskiwać zadane substancje bez udziału człowieka. W ciągu zaledwie 17 dni sterowany przez AI robot wyprodukował w laboratorium 41 odkrytych związków. Człowiek potrzebowałby na wykonanie tej samej pracy miesięcy lub nawet lat. W przypadku tego eksperymentu wyraźnie widać, że sztuczna inteligencja może pomagać człowiekowi, znacznie przyspieszając uzyskiwanie oczekiwanych rezultatów.

Naukowcy uważają, że dzięki stworzonemu narzędziu GNoME udowodniono, iż sztuczna inteligencja doskonale nadaje się do prowadzenia tego typu (niezwykle czasochłonnych) prac badawczych. Mają nadzieję, że dzięki AI będziemy potrafili odkryć chociażby nowe rodzaje nadprzewodników lub innych materiałów, które będą mogły zrewolucjonizować różne branże, np. motoryzacyjną, transportową i energetyczną. Warto tylko dodać, że aż 52 tys. nowych związków przypomina potrzebny w elektronice grafen, a 528 innych materiałów to przewodniki litowo-jonowe (wykorzystywane w bateriach).



## Andrzej Jurkiewicz

ekspert

Departament Biotechnologii i Chemii

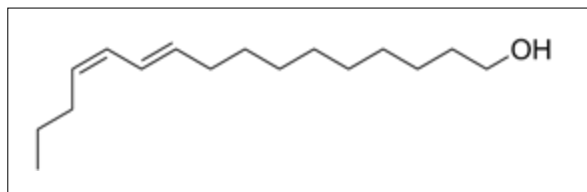
# Feromony – chemiczne związki sygnałowe

Przekazywanie informacji oraz wywieranie wpływu na otoczenie to jedne z podstawowych czynności życiowych żywych organizmów, warunkujących przetrwanie zarówno pojedynczych osobników, jak i całych gatunków. W świecie przyrody ożywionej możemy wyróżnić 4 rodzaje sygnałów: wizualne, dźwiękowe, dotykowe i chemiczne.

W literaturze fachowej sygnałowe związki chemiczne noszą nazwę substancji semiochemicznych, częściej jednak znane są pod pojęciem feromonów. Informacje przekazywane za pośrednictwem feromonów charakteryzują się dalekim zasięgiem oddziaływania, dużą zdolnością do omijania przeszkód oraz możliwością zawarcia dużej ilości informacji przy niewielkim nakładzie energetycznym. Zasadniczo sygnały chemiczne mogą wywoływać reakcję korzystną zarówno dla osobnika nadającego sygnał, jak i go odbierającego, ale też mogą przynosić pozytywne skutki tylko dla dawcy bądź biorcy sygnału.

Obecnie znanych jest już około 1500 gatunków zwierząt oraz kilkadziesiąt gatunków roślin, grzybów i bakterii wytwarzających substancje feromonowe, z czego najlepiej poznane są związki wytwarzane przez owady. Zasadniczo feromony dzieli się na dwie grupy: feromony wywoławcze powodujące szybką reakcję u odbiorcy oraz feromony podstawowe wywołujące u odbiorcy zmiany fizjologiczne w długim czasie. Ze względu na różnorodność funkcji wyróżnia się ponad 30 różnych klas substancji feromonowych, z których najważniejszymi są feromony: płciowe, ścieżkowe, terytorialne, alarmowe, agregacyjne i dyskryminujące.

Feromony płciowe stanowią najlepiej poznaną klasę tych substancji. Badania nad nimi rozpoczęto już w latach 30. ubiegłego wieku, ale dopiero w 1959 r. wyizolowano pierwszy z nich – bombikol. To feromon służący samicom jedwabników do wabienia samców, znajdujących się w odległości nawet 10 km. Co ciekawe wystarczy obecność tylko 1 cząsteczki tej substancji w trylionie ( $10^{18}$ ) cząsteczek powietrza, by samiec wyczuł obecność samicy gotowej do zapłodnienia. Innym ciekawym przykładem jest zachowanie jednego z gatunków mrówek afrykańskich: nielotne samice w okresie płodnym wydzielają mieszaninę feromonów, aby zwabić lotne samce i zachęcić je do kopulacji. Warto dodać, że feromony płciowe odgrywają dużą rolę w kształtowaniu i przebiegu procesów rozrodczych nie tylko u owadów, ale także u organizmów niższych, np. pierwotniaków czy grzybów, oraz wyższych, np. gadów czy ssaków.



Wzór strukturalny bombikolu – feromonu płciowego jedwabnika, wyizolowanego w 1959 r., po ponad 30 latach badań (Wikipedia)

Jednak chyba najbardziej powszechnym w naszej strefie klimatycznej przejawem istnienia feromonów są zachowania licznych gatunków mrówek występujących w naszych lasach i terenach zielonych, nie wspominając o powszechnych w wielu domach i mieszkaniach mrówkach faraona. Każdy, kto widział mrowisko lub pojawienie się w mieszkaniu mrówek faraona, bez trudu zauważył, że owady poruszają się po ściśle wyznaczonych, wąskich ścieżkach. Odpowiadają za to feromony ścieżkowe, które najczęściej są wydzielane przez insekty, takie jak wspomniane mrówki, ale także termity czy gąsienice motyli. Zasadniczą rolą tej klasy feromonów jest zaznaczenie drogi do źródła pożywienia bądź siedziby kolonii. Obecnie wiadomo, że feromony ścieżkowe są mieszaniną co najmniej kilku związków, a ich proporcje są ściśle związane z przynależnością do określonej kolonii lub rodziny czy pozycją osobnika w hierarchii.

Inną ciekawą grupą są feromony alarmowe wydzielane przede wszystkim przez owady żyjące w koloniach lub dużych grupach osobniczych. Substancje te są używane do powiadamiania innych osobników z danej rodziny czy kolonii, że wystąpiło zagrożenie, np. w postaci ataku drapieżników. Znane jest zachowanie ryb z gatunku cierników, które w przypadku zranienia wydzielają feromony prowokujące inne osobniki do ucieczki. Zazwyczaj feromony alarmowe działają przez kilka do kilkunastu minut.

W parkach czy lasach w sezonie wiosenno-letnim można dostrzec duże skupiska owadów jednego gatunku. Osobniki (zarówno samce, jak i samice) gromadzą się pod wpływem wydzielanych feromonów agregacyjnych. Mogą one być wykorzystywane w celach kopolacyjnych albo do przekazania informacji o znalezieniu obfitego źródła pokarmu bądź dogodnego miejsca do założenia kolonii. Działanie tego typu feromonów trwa nawet kilkanaście godzin. Z chemicznego punktu widzenia feromony agregacyjne są mieszaninami alkoholi bądź estrów zbudowanych z kilku atomów węgla i często zawierających grupę wiązań podwójnych.



Zgrupowanie kilkunastu osobników pluskwiaków wywołane wydzielaniem feromonu agregacyjnego (Wikipedia)

Jedną z najciekawszych i w miarę dobrze przebadanych grup substancji semiochemicznych są feromony dyskryminujące wydzielane przez owady (mrówki, pszczoły, termyty) tworzące duże kolonie o ściśle określonej hierarchii społecznej. Z wylęgających się w jednym pokoleniu wielu setek czy tysięcy samic tylko jedna jest w stanie osiągnąć pełną dojrzałość płciową i przystąpić do rozrodu – zwyczajowo nazywana jest królową. Pozostałe samice nie są zdolne do rozmnażania i zostają robotnicami. Za różnicowanie się osobników żeńskich na robotnice odpowiedzialny jest wydzielany przez królową feromon QMP, który jest mieszaniną kwasów karboksylowych powodujących powstrzymanie u nich rozwoju cech płciowych. Ponadto powoduje on u robotnic zdolność do wyętej pracy, posłuszeństwo wobec królowej, jej ochronę czy dostarczanie pokarmu. Warto zauważyć, że jeśli w środowisku brakuje feromonu QMP, u robotnic rozwijają się cechy płciowe, dzięki czemu może wyłonić się z nich nowa królowa. U pewnego gatunku mrówek królowa wydziela feromon QRP, zwany „uznającym królową”. Powoduje on wzrost jej atrakcyjności względem robotnic i motywuje je do zwiększonej pracy. Warto zaznaczyć, że głównym składnikiem wielu feromonów dyskryminujących mrówek jest rozpowszechniony zarówno w świecie roślin, jak i zwierząt kwas stearynowy  $C_{17}H_{35}COOH$ .

Przedstawione powyżej klasy feromonów stanowią tylko część tej niezwykle interesującej, lecz ciągle słabo poznanej grupy substancji chemicznych. Dogłębne zbadanie feromonów może przynieść znaczne korzyści ekonomiczne i ekologiczne. Klasycznym tego przykładem są stosowane w polskich lasach od ponad 40 lat pułapki na kornika drukarza, groźnego szkodnika drzew iglastych, zawierające feromon agregacyjny. Tego typu metody zwalczania są bardzo cenne z ekologicznego punktu widzenia, bowiem selektywnie przeciwdziałają rozprzestrzenianiu się konkretnego szkodnika, czym przyczyniają się do zmniejszenia użycia szkodliwych pestycydów. Należy podkreślić, że ze względu na trudności badań nad tą grupą substancji chemicznych, która wynika z ich niewielkich stężeń, dużej lotności, potrzeby pozyskania dużej liczby osobników je wydzielających, czeka nas jeszcze wiele interesujących odkryć, które mogą znacznie poszerzyć krąg ich praktycznego wykorzystania.



Pułapka feromonowa do wychwytywania kornika drukarza zamontowana w Puszczy Białowieskiej (Wikipedia)



URZĄD PATENTOWY  
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Redakcja:

Adam Taukert – redaktor naczelny, sekretarz redakcji

Logo: Agata Juskowiak

Opracowanie graficzno-techniczne wydania: Urszula Jurczak, Marek Sikorski

Korekta: Departament Cyfryzacji UPRP

Autorzy ilustracji:

Wszystkie ilustracje na okładce, stronach przekładkowych oraz na stronach: 22-23, 25, 27, 30-32, 35, 39-44, 47, 50-51, 53, 57-58, 64, 67-68, 71-72 pochodzą z zasobów: [stock.adobe.com](https://stock.adobe.com)



Wydawca



## Urząd Patentowy RP

al. Niepodległości 188/192  
00-950 Warszawa



Centrum Informacji o Ochronie Własności Intelektualnej

Infolinia: 22 579 05 55

e-mail: [Centrum.Kontaktowe@uprp.gov.pl](mailto:Centrum.Kontaktowe@uprp.gov.pl)