



**CIEŚLICKI
I WSPÓLNICY**
Kancelaria prawna

Realna wartość własności intelektualnej

Własność intelektualna jest ukutym i jednobrzmiącym w obrocie terminem odnoszącym się do wytworów ludzkiego umysłu.

O ile przy tym powszechnie dostrzegamy konieczność ochrony własności rzeczy np. nieruchomości czy ruchomości. O tyle nie dotyczy to przedmiotu własności intelektualnej. Tu skłonność do ochrony wydaje się być mniejsza i w praktyce podejmowana rzadziej.

Tymczasem wytwory ludzkiego umysłu są nośnikami wartości często większej niż rzeczy. Dotyczy to nie tylko przełomowych wynalazków w wielkich firmach, ale odnosi się do każdego wytworu Państwa umysłu i w każdym prowadzonym przez Państwa biznesie.

Dlatego zasadnym jest mówić – wytwór umysłu równa się pieniądze.

Stąd poniżej sygnałowe jedynie wskazanie kilku przedmiotów wytworu ludzkiego umysłu podlegających ochronie i efektów, jakie może przynieść brak takiej ochrony.

Firma

Nazwa Państwa działalności podlega ochronie prawnej. Ochronę tą zapewnia Państwu kodeks cywilny i regulacje dotyczące dóbr osobistych. Ochrona ta wynika również z przepisów dot. nieuczciwej konkurencji. Ta ochrona jest darmowa i nie wymaga rejestracji.

Jest przy tym trudniejsza w obejściu, wymaga więcej przy dochodzeniu roszczeń związanych z jej realizacją. Nie można tu powołać się na fakt rejestracji i wyprowadzić z niego korzystnych dla Państwa efektów.

Utwory

Najbardziej znanym reżimem ochrony wytworów umysłu są przepisy ustawy o prawach autorskich i prawach pokrewnych.

Upraszczając sprawę – wszystko, co twórcze jest utworem i z racji na tę twórczość podlega ochronie, w ramach której to twórca ma wyłączne prawo eksploatacji swojego utworu.

Tu mieścić się będą obrazy, wytwory sztuki, projekty architektoniczne, rzeźby, zdjęcia, rysunki, utwory muzyczne i inne przejawy działalności twórczej.

Ochrona jest darmowa i rozpoczyna się z chwilą ustalenia utworu.

Wynalazki

Tu wiedza jest mniej powszechna. Ochrona wynalazków opiera się o przepisy ustawy prawo własności przemysłowej.

Wynalazki chronione są instytucją patentu, nie wszystkie przy tym, a jedynie te posiadające tzw. zdolność patentową.

Wynalazkiem, który podlega ochronie jest więc takie rozwiązanie, które:

1. jest nowe tj. nie jest objęte stanem techniki czyli nie zostało udostępnione publicznie w formach opisanych w ustawie;
2. posiada poziom wynalazczy czyli w ocenie znawcy nie wynikają w sposób oczywisty ze stanu techniki;
3. jest stosowalne, czyli nadaje się do przemysłowego stosowania, tj. może być według niego uzyskiwany wytwór lub wykorzystywany sposób, w rozumieniu technicznym, w jakiegokolwiek działalności przemysłowej, nie wykluczając rolnictwa;

Ta ochrona jest odpłatna i obszarowa – w skrócie wykupuje się ją na określony obszar i czas.

Znaki towarowe

Tu Państwa wiedza również jest mniej powszechna niż w przypadku prawa autorskiego. Ochrona znaków towarowych opiera się o przepisy ustawy prawo własności przemysłowej.

Definitywnie znakiem towarowym może 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.

Znaki towarowe mogą mieć charakter pisemny, graficzny lub inny.

Służą do ochrony kreowanych przez Państwa marek towarów, ale i firmy (jeżeli to firma służy do oznaczania towarów).

Ta ochrona również jest odpłatna i obszarowa – w skrócie wykupuje się ją na określony obszar i czas.

Wykorzystanie w codziennej pracy biznesu

Przekładając powyższe na codzienne funkcjonowanie biznesu przede wszystkim spokojnie wskazać można, że każde przedsiębiorstwo posługuje się w swoich codziennych działaniach wytworami umysłu.

Można również spokojnie wskazać, że wartość i znaczenie wytworów umysłu będzie rosła, a biznes coraz częściej będzie opierał się na tej wartości.

Dlatego rozważyć trzeba przeprowadzenie przeglądu biznesu dla sprawdzenia czy i w którym miejscu wytwory umysłu są przez Państwa wykorzystywane.

Pozwoli to oszacować wpływ tego korzystania na Państwa biznes.

I starając się przenieść treść przykładowo podanych instytucji ochrony na Państwa działalność wskazać należy następująco.

1. Prowadząc działalność w sieci Internet i realizując sprzedaż w tej sieci posługujecie się Państwo konkretnym oznaczeniem sklepu – domeną internetową.

Ochrona tej domeny może pozostawać istotna.

Efektom braku ochrony będzie tu w zasadzie zgoda na podszywanie się przez osoby trzecie pod Państwa domenę i przekierowywanie części ruchu, który powinien trafiać do Was na strony osób trzecich.

W finale zazwyczaj prowadzi to do faktycznego zmniejszenia Państwa obrotów, co pozostaje efektem tego, że Wasi potencjalni klienci zamiast u Państwa robią zakupy u konkurencji.

Praktycznie oznacza to, że ktoś inny sprzedaje swoje produkty zamiast Państwa swoje.

To zaś przekłada się na konkretne pieniądze w postaci spadku Państwa obrotów.

2. Prowadząc działalność budujecie Państwo założeń przez siebie wizerunek tej działalności – zamykacie go Państwo w swojej firmie.

Wizerunek ten nierzadko zapewnia Państwu nie tylko utrzymanie dotychczasowych kontrahentów, ale i nowych, którzy w zaufaniu do tego wizerunku sięgają po Państwa ofertę.

Wizerunek ten może być w sposób nieczyny wykorzystany przez osoby trzecie, które oznaczając swoją działalność w zbliżony sposób robi to, aby ogrzać się w blasku Państwa wizerunku nie oferując tego, co mieści się w jego przekazie lub wprost naruszając ten przekaz.

Wpływa to na odbiór Państwa wizerunku i bywa, że kończy się pretensjami do Was o to, że konkretna usługa nie została wykonana poprawnie.

Infamia, która może się tu pojawić przełoży się na Państwa funkcjonowanie w obrocie. Zniechęci kontrahentów lub zaburzy Państwa odbiór w obrocie. W obu przypadkach oznaczać będzie straty albo w zakresie poniesienia kosztów albo w zakresie utraconych korzyści.

Warto więc rozważyć i przygotować mechanizmy kontroli i Państwa reakcji w przypadku stwierdzenia podobnych przypadków.

3. Jeżeli oznaczacie Państwo swoje produkty kreowaną przez siebie marką.

Budowa marki przebiega podobnie, jak budowa wizerunku – polega na włożeniu w nią określonego wysiłku, który sprowadza się do finansowej lub organizacyjnej inwestycji. Najczęściej – dążąc do jak najlepszego uplasowania marki na rynku – wpisujecie Państwo w swoją markę jakość, cenę, kształt i formę.

W efekcie Państwa starań wygenerujecie planowany przez siebie odbiór własnej marki. Celem jest, aby marka kojarzyła się z Państwa produktem i wyróżniała te produkty od innych.

Brak kontroli w korzystaniu z tej marki przez osoby trzecie skutkować może: kopiowaniem Państwa marki i oznaczaniem produktów nie pochodzących od Państwa Waszą marką, podszywaniem się pod nią określeniami zbliżonymi.

To w sposób oczywisty zmniejsza Państwa przychody, a tym samym zakłóca odzyskanie wysiłku włożonego w tworzenie marki.

Zakłóca to również odbiór marki.

Tymczasem ochrona znaku towarowego pozwala na dość szybkie usunięcie z obrotu tego rodzaju działań.

4. Jeżeli tworzyć Państwo produkty, wprowadzenie nowego kształtu lub formy danego produktu naraża Was na utratę korzyści płynącej z tego kształtu.

Te nowości przynoszą Wam przewagę nad konkurencją.

Efektom braku ochrony jest wprowadzenie produktu identycznego z Waszym lub zbliżonego z Waszym przez osoby trzecie i czerpanie z tego procederu podwójnych korzyści: po pierwsze oszczędności związanych z tym, że nie poświęcili czasu na kreację produktu; po drugie osiągają przychody ze sprzedaży „Waszych” produktów.

W każdej z tych sytuacji tracicie Państwo realne pieniądze, które nie wchodzi do Waszego majątku. Dodatkowo wzmocniacie konkurencję, która oszczędza rezygnując z badań i rozwoju – i zdolna jest przeznaczyć te oszczędności na ich zaangażowanie w inne tematy, być może biznesowo groźne dla Was.



Radca Prawny
Jakub Cieśllicki