

**Czy mamy jeszcze szansę na
kreatywność wobec otaczających nas
dokoła 60 milionów praw wyłącznych?
O patentach, znakach towarowych
i innych prawach własności
przemysłowej w naszej codzienności**

Piotr Brylski

Seminarium „Patent na dobry początek”, Kraków, 27 listopada 2017 r.

Innowacyjność

„Pracujemy w bardzo trudnych warunkach ekonomicznych. Znaczna część naszej branży ogranicza działalność. My postanowiliśmy znaleźć inną ścieżkę, którą będziemy podążać w tym trudnym czasie. Naszą ścieżką jest **INNOWACYJNOŚĆ.**”

Steve Jobs

Współzałożyciel, prezes Apple Corporation, prezes firmy Pixar



Innowacja

- język łaciński „**innovare**” – „tworzenie czegoś nowego”, „odnowienie”;
- pojęcie wprowadzone przez **J.A. Schumpetera**
- kreatywność – nieodłączny element innowacyjności, w tym: twórcza destrukcja – niszczenie istniejących struktur i zastępowanie ich nowymi, bardziej efektywnymi. Nadawanie zasobom nowych możliwości tworzenia bogactwa – np. minerały nabierają znaczenia jako surowce.

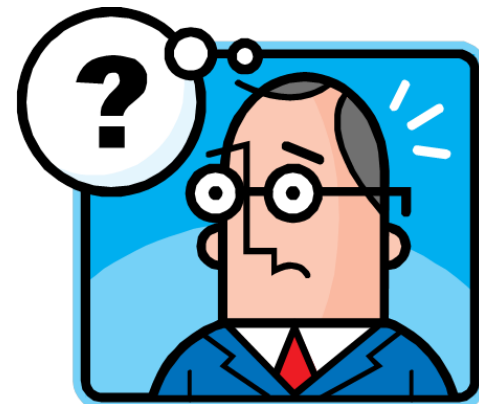


Rodzaje innowacji wg. OSLO Manual

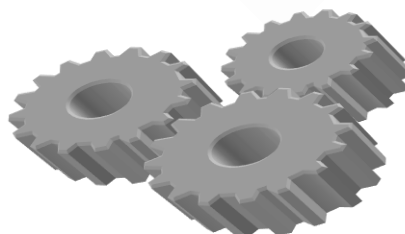
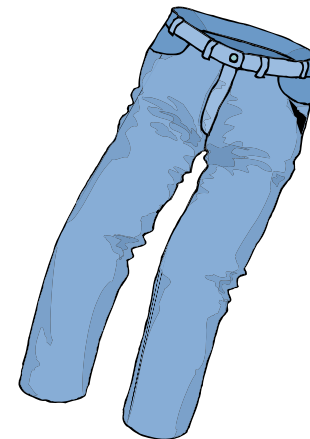
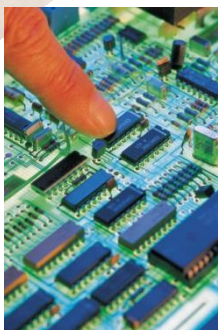
- ▶ **produktowe**
- ▶ **procesowe**
- ▶ **organizacyjne**
- ▶ **marketingowe**



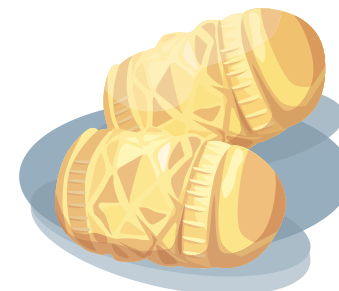
Ochrona własności intelektualnej - wprowadzenie



Świat własności intelektualnej

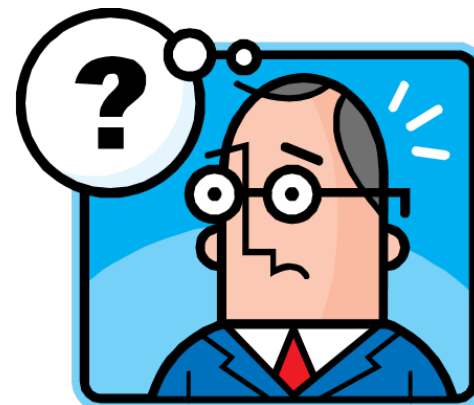


Po koncercie
Bach Chopin Mozart
o Matko Najświętsza
jest jeszcze cisza
od muzyki większa
xJanTwardowski



Własność intelektualna

- ▶ pojęcie „własności” dotyczy nie tylko przedmiotów materialnych, ale również dóbr niematerialnych, będących wytworem intelektualnej twórczości człowieka.
- ▶ podmiotowe prawo bezwzględne o charakterze wyłącznym



Własność intelektualna



Tajemnica przedsiębiorcy (know how)

Nieujawnione do wiadomości publicznej informacje techniczne, technologiczne, organizacyjne przedsiębiorstwa lub inne informacje posiadające wartość gospodarczą, co do których przedsiębiorca podjął niezbędne działania w celu zachowania ich poufności.

ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji



Własność intelektualna w telefonie komórkowym

Znaki towarowe:

- Made by "Nokia"
- Produkt "N95"
- Software (nazwa)

Patenty:

- Zoom optyczny, blokada etc....

Prawa autorskie:

- kod oprogramowania
- instrukcja obsługi
- dźwięk dzwonka
- ...

Tajemnice przedsiębiorstwa:

?

Wzory przemysłowe

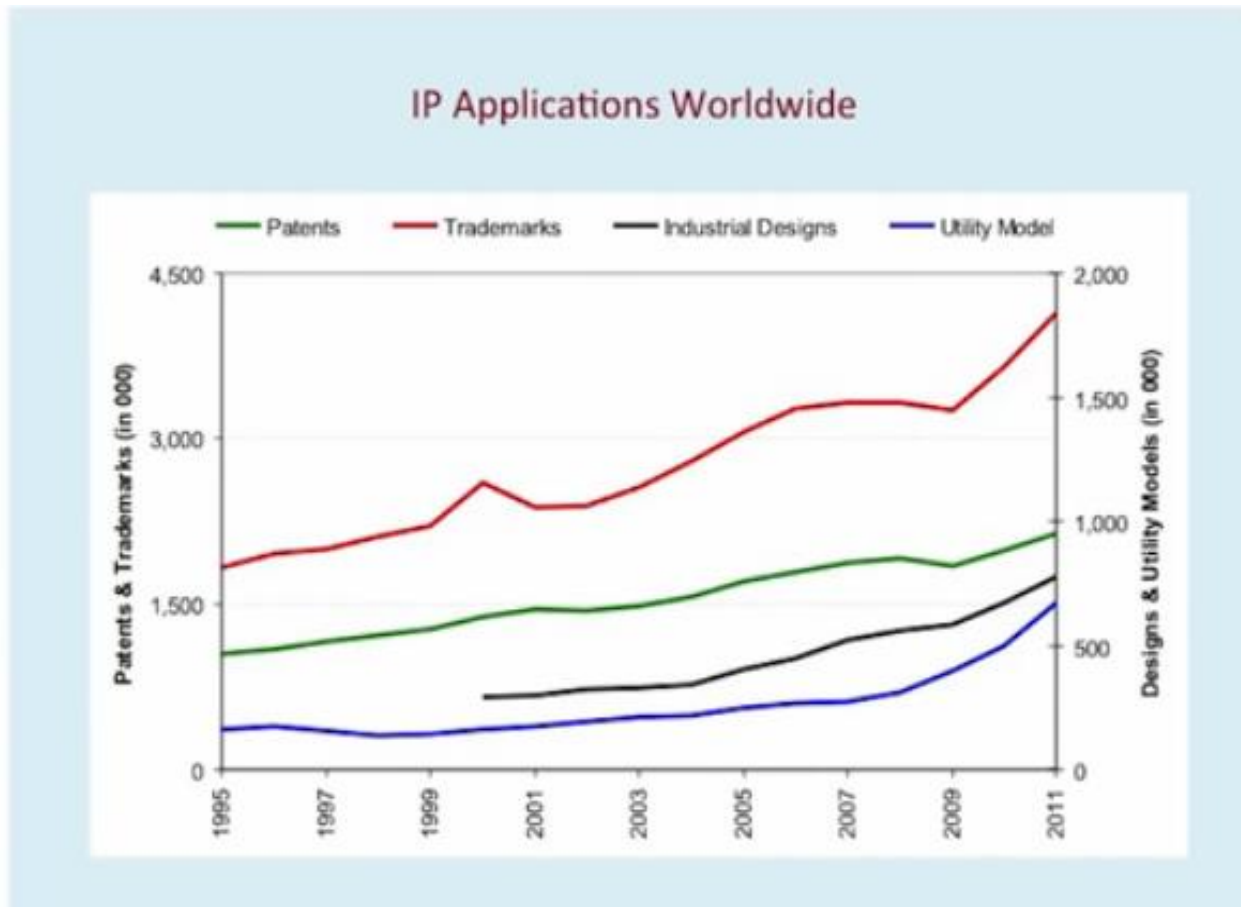
- kształt telefonu
- układ przycisków
- ...



© Nokia



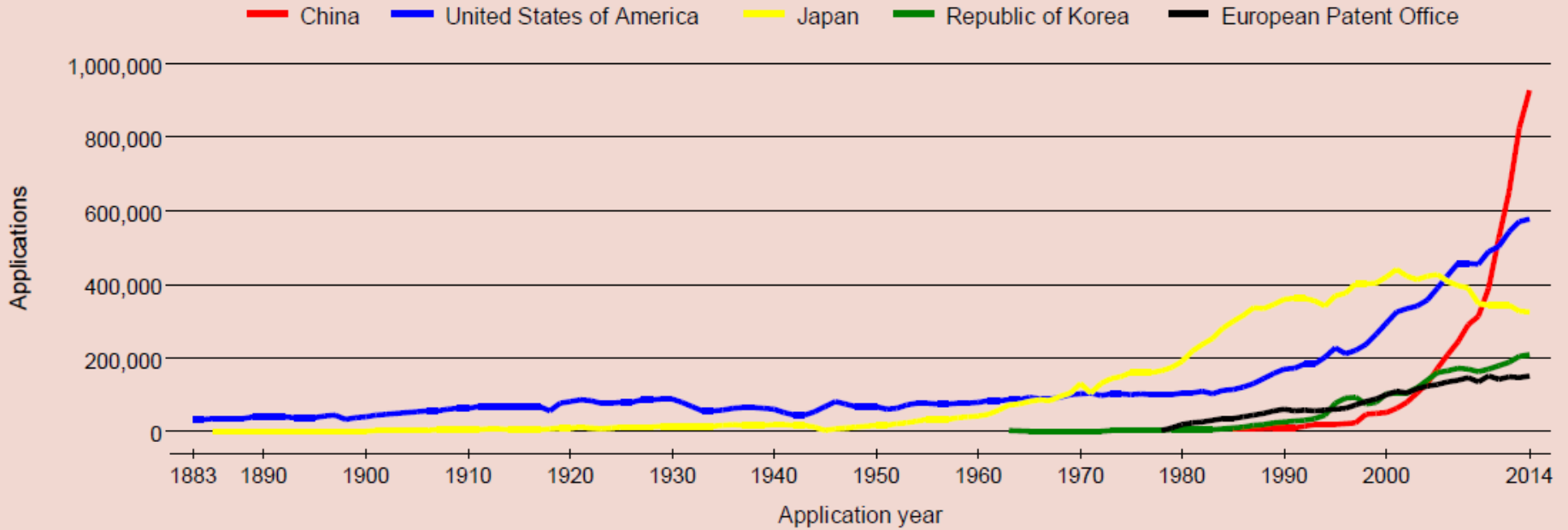
Trendy światowe: zgłoszenia



Źródło: WIPO

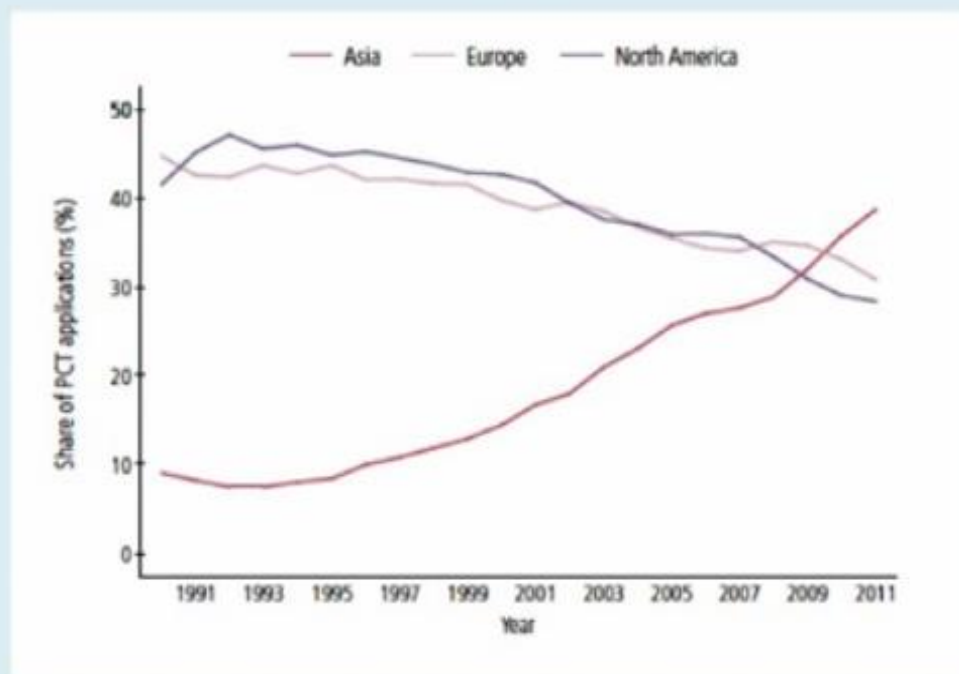


Trend in patent applications for the top five offices



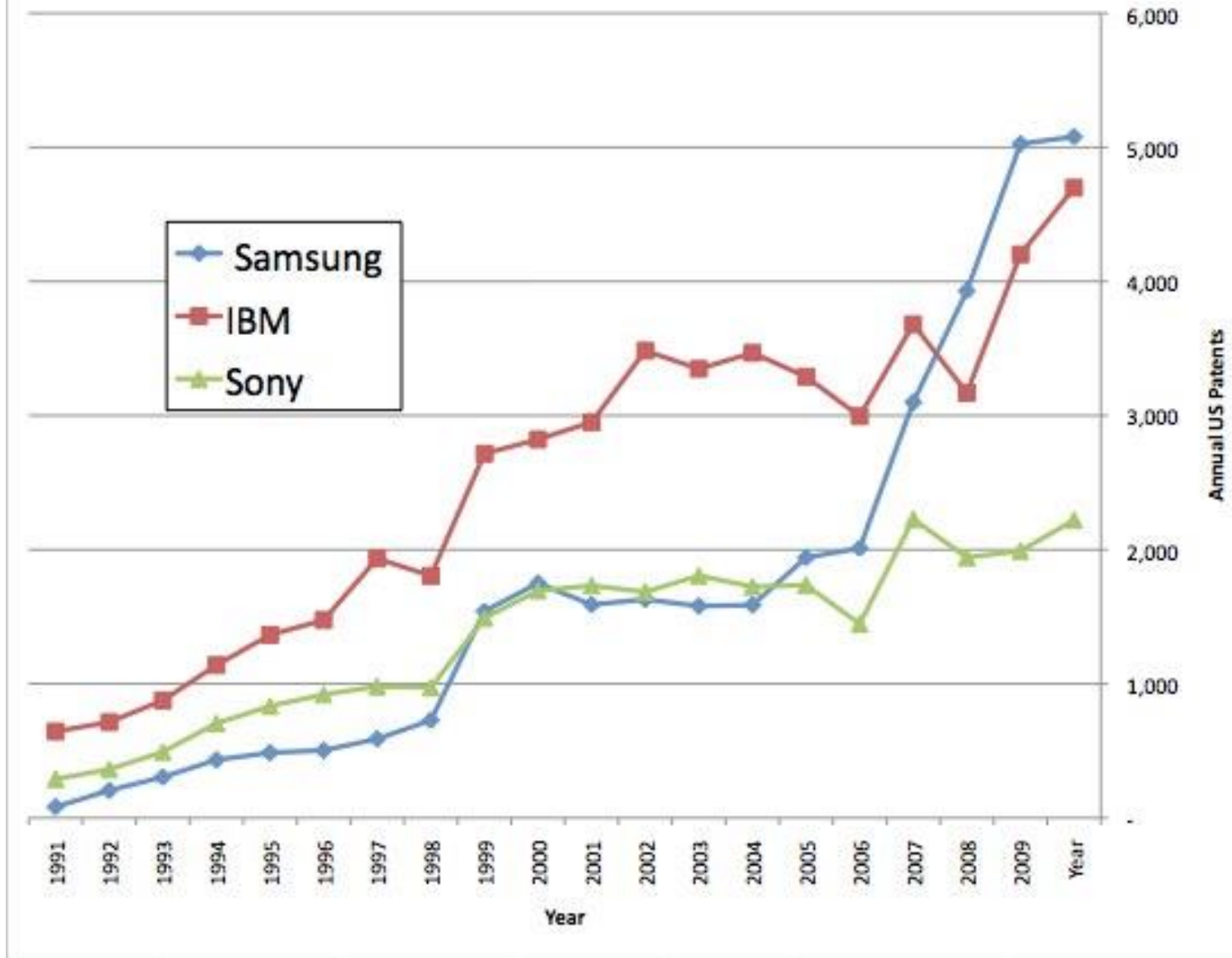
Trendy światowe: zgłaszający

Share of International (PCT) Patent Applications by Region
1990-2011



Źródło: WIPO

Comparative US Total Patents Per Year



Własność przemysłowa

PRZEDMIOT WŁASNOŚCI PRZEMYSŁOWEJ	PRAWO WYŁĄCZNE	OKRES OCHRONY (w latach)
wynalazek	patent	20 *
wzór użytkowy	prawo ochronne	10
topografie układów scalonych	prawo z rejestracji	10
wzór przemysłowy	prawo z rejestracji	25
znak towarowy	prawo ochronne	10 (możliwość przedłużania)
oznaczenie geograficzne	prawo z rejestracji	bezterminowo

*produkty lecznicze oraz produkty ochrony roślin - dodatkowe prawo ochronne (SPC) – maksymalnie do 5 lat





Coca-Cola



Aktualne miejsce Polski w świecie wg danych WIPO

ludność – 36. miejsce

gospodarka (PKB) – 22. miejsce

2014 - **WYNALAZKI:**

zgłoszenia – 17. miejsce

udzielone – 15. miejsce

w mocy – 20. miejsce

2013 – **WZORY UŻYTKOWE:**

zgłoszenia – 15. miejsce

udzielone – WIPO nie oblicza tych danych

2014 – **ZNAKI TOWAROWE:**

zgłoszenia – 26. miejsce

rejestracje – 25. miejsce

2014 – **WZORY PRZEMYSŁOWE:**

zgłoszenia – 16. miejsce

rejestracje – 16. miejsce

2014 – **ZGŁOSZENIA DO URZĘDÓW KRAJOWYCH Z WYJŚCIEM NA MIĘDZYNARODOWE ZGŁOSZENIA WG TRAKTATÓW WIPO:**

PCT System (wynałazki) – 29. miejsce

Madrid System (znaki towarowe) – 22. miejsce

Hague System (wzory przemysłowe) – 18. miejsce



Zgłoszenia wynalazków i udzielone patenty w przeliczeniu na mln mieszkańców wg krajów UE (TOP 15)*

Ludność – 35. miejsce
(38 mln)

PKB – 23. miejsce
(54 mld \$)

Rzeczpospolita	Zgłoszenia		Udzielone prawa	
	Ranking	Wzrost	Ranking	Wzrost
1	Germany	595	France	160
2	Finland	260	Luxembourg	142
3	Austria	245	Germany	131
4	Denmark	244	Finland	126
5	United Kingdom	235	Italy	113
6	Luxembourg	230	Austria	97
7	France	219	Netherlands	86
8	Sweden	205	Latvia	67
9	Italy	141	Poland	66
10	Netherlands	136	Spain	64
11	Poland	104	Sweden	53
12	Czech Republic	86	Czech Republic	45
13	Belgium	79	Denmark	38
14	Portugal	69	United Kingdom	36
15	Spain	64	Lithuania	33

*W oparciu o dane WIPO i Banku Światowego. Obejmuje zgłoszenia dokonane w urzędach krajowych przez rezydentów w 2014 roku

Dane Banku Światowego za 2014

Bloomberg Innovation Index

Rank/Economy	Total score	R&D intensity	Manufacturing value-added	Productivity	High-tech density	Tertiary efficiency	Researcher concentration	Patent activity
1 South Korea	91.31	2	1	39	2	1	6	2
2 Germany	85.54	8	3	32	5	17	14	3
3 Sweden	85.21	5	16	16	9	16	5	8
4 Japan	85.07	3	13	29	5	34	9	1
5 Switzerland	84.96	7	8	3	10	25	13	5
6 Singapore	84.54	17	5	5	13	2	7	24
7 Finland	83.80	4	18	26	23	4	3	7
8 United States	82.84	10	26	8	1	37	21	4
9 Denmark	81.40	6	22	13	21	18	2	10
10 France	80.39	15	39	15	4	12	18	11
11 Israel	79.81	1	35	35	7	29	1	20
12 Russia	78.85	31	27	18	8	3	27	15
13 Austria	78.45	9	11	14	30	7	11	13
14 Norway	77.07	21	43	1	12	24	8	19
15 Ireland	76.67	24	7	12	25	6	24	22
16 Belgium	76.19	13	23	10	21	31	22	17
17 United Kingdom	74.92	22	44	30	11	9	20	14
18 Netherlands	74.90	18	28	24	15	41	16	9
19 Canada	73.44	23	40	19	17	22	12	26
20 Australia	73.42	14	47	2	16	21	15	32
21 China	72.12	16	15	40	3	50	46	6
22 New Zealand	72.09	28	37	6	24	20	23	16
23 Poland	71.64	36	17	28	14	26	36	21
24 Slovenia	70.72	11	4	17	-	11	17	25
25 Malaysia	69.15	32	6	37	20	27	38	39
26 Italy	67.86	27	19	33	25	43	35	18
27 Spain	66.81	29	34	7	34	13	31	27
28 Iceland	65.96	12	30	31	-	39	4	23
29 Portugal	65.14	26	36	22	37	23	19	35
30 Hungary	64.66	25	10	44	28	45	33	34
31 Czech Republic	64.32	19	2	42	-	33	26	29
32 Lithuania	62.60	33	14	20	-	10	29	40
33 Greece	62.43	40	49	27	29	8	32	36
34 Estonia	62.30	20	21	34	-	19	25	38
35 Luxembourg	61.04	30	47	4	-	47	10	12
36 Turkey	60.92	34	20	41	30	38	44	33
37 Hong Kong	60.49	43	50	9	18	15	28	45
38 Croatia	58.42	39	33	11	40	28	40	41
39 Slovakia	57.69	37	12	38	-	40	30	44
40 Latvia	57.45	47	42	25	32	36	37	37
41 Ukraine	56.77	41	46	50	36	5	45	28
42 Bulgaria	56.03	46	25	43	35	32	39	43
43 Malta	55.71	35	31	36	-	44	34	31
44 Serbia	54.92	44	24	45	38	35	42	46
45 India	52.76	38	38	47	18	42	50	42
46 Tunisia	51.18	45	32	48	39	30	41	50
47 Thailand	50.69	49	9	46	25	49	49	47
48 Morocco	48.85	42	41	49	33	46	47	48
49 Argentina	48.82	48	29	23	-	48	43	49
50 Kazakhstan	48.48	50	45	21	-	14	48	30

Miejsce Polski w rankingach innowacyjności

Ranking Innowacyjności agencji Bloomberga ze stycznia 2016 r. Polska awansowała o dwa miejsca z **25. na 23.** miejsce w rankingu najbardziej innowacyjnych państw świata.

The Global Innovation Index sporządzany jest przez Światową Organizację Własności Intelektualnej (WIPO) we współpracy z Johnson Cornell University i INSEAD. W wydaniu z sierpnia 2016 r. Polska zajmuje **39. miejsce** (niespotykany skok z 46. miejsca).

Ostatnim istotnym rankingiem jest **Innovation Union Scoreboard**, tworzy przez Komisję Europejską dla krajów wspólnotowych. W wydaniu z 2015 r. Polska plasuje się na **23. miejscu** (skok z 28. miejsca).



Liczba praw wyłącznych na przedmioty własności przemysłowej pozostających w mocy w Polsce na dzień 30 czerwca 2016 roku:

307 294

W tym:

Liczba patentów i praw ochronnych na wzory użytkowe udzielonych w trybie krajowym pozostających w mocy w Polsce na dzień 30 czerwca 2016 roku:

21 081

Liczba patentów europejskich pozostających w mocy w Polsce na dzień 30 czerwca 2016 roku:

42 806

Liczba praw ochronnych i rejestracji na znaki towarowe pozostających w mocy w Polsce na dzień 30 czerwca 2016 roku:

233 838

Liczba praw z rejestracji wzorów przemysłowych pozostających w mocy w Polsce na dzień 30 czerwca 2016 roku:

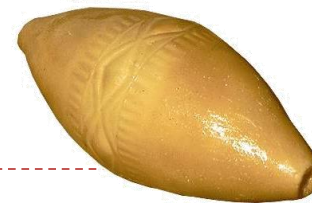
9 569



Ochrona własności przemysłowej



PRAWA WŁASNOŚCI PRZEMYSŁOWEJ



wynalazek → patent 20 lat

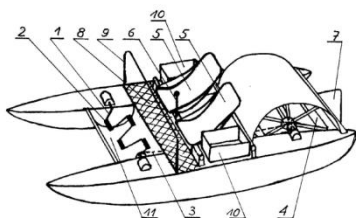
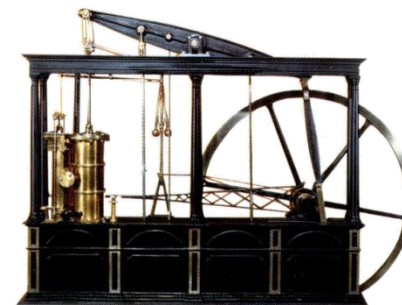
wzór użytkowy → prawo ochronne 10 lat

znak towarowy → prawo ochronne 10 lat + ...

wzór przemysłowy → prawo z rejestracji 25 lat

oznaczenie geograficzne → prawo z rejestracji

topografia układu scalonego → prawo z rejestracji 10 lat



Systemy ochrony własności przemysłowej

Krajowe

Urząd Patentowy
RP

i inne urzędy
krajowe

przedmioty
własności
przemysłowej
chronione w
danym państwie

Międzynarodowy

Biuro
Międzynarodowe
Światowej
Organizacji
Własności
Intelektualnej
(WIPO)

+ urzędy krajowe

- wynalazki
- znaki towarowe
- wzory przemysłowe
- oznaczenia geograficzne

Regionalne

(w Europie)

Europejski Urząd Patentowy

- tylko wynalazki
- 38 państw członkowskich (wszystkie UE oraz 11 innych państw europejskich)

Urząd Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO)

- znaki towarowe UE
- wzory UE
- jednolity skutek rejestracji na terenie wszystkich państw członkowskich UE

WYNALAZEK – ZDOLNOŚĆ PATENTOWA

Wynalazek, by uzyskać ochronę patentową,

musi posiadać charakter techniczny

oraz cechować się :

- ▶ nowością w skali światowej
- ▶ poziomem wynalazczym (nieoczywistością)
- ▶ przemysłową stosowalnością



Segway – najpopularniejszy wynalazek amerykańskiego przedsiębiorcy – Deana Kamena, właściciela ponad 130 patentów



Odzież specjalna dla pirotechników

Firma Moratex z Łodzi



WYNALAZEK

- ▶ wytwór materialny:
 - ▶ bezpostaciowy
np. związek chemiczny lub środek spożywczy
 - ▶ ukształtowany przestrzennie np. urządzenie
- ▶ sposób wytwarzania produktów materialnych
- ▶ nowe zastosowanie



WYNALAZEK

Za wynalazki nie uważa się:

- ▶ odkryć, teorii naukowych i metod matematycznych,
- ▶ wytworów o charakterze jedynie estetycznym,
- ▶ planów, zasad i metod dotyczących działalności umysłowej lub gospodarczej oraz gier,
- ▶ wytworów, których niemożliwość wykorzystania może być wskazana w świetle powszechnie przyjętych i uznanych zasad nauki,
- ▶ programów do maszyn cyfrowych,
- ▶ przedstawienia informacji.



WYNALAZEK – ZDOLNOŚĆ PATENTOWA

Pozbawione zdolności patentowej są:

- ▶ wynalazki, z których korzystanie byłoby sprzeczne z porządkiem publicznym lub dobrymi obyczajami;
- ▶ odmiany roślin lub rasy zwierząt oraz czysto biologiczne sposoby hodowli roślin lub zwierząt;
- ▶ sposoby diagnostyki lub leczenia ludzi oraz zwierząt metodami chirurgicznymi lub terapeutycznymi.



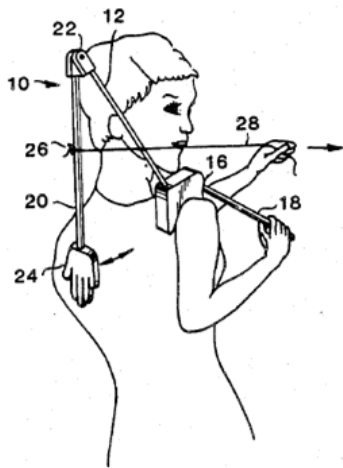
WYNALAZEK



To też
wynalazek !



Karol Kowalczyk – zwycięzca programu „Kapitalny pomysł”
opracował **gogle wizyjne** poprawiające wzrok



United States Patent [19]
Piro



United States Patent [19]
Figone et al.

[11] **Patent Number:** 4,834,212
[45] **Date of Patent:** May 30, 1989



[11] **Patent Number:** 4,608,967
[45] **Date of Patent:** Sep. 2, 1986

PATENT

Patent udzielany jest na wynalazek.

Czas ochrony patentowej wynosi 20 lat od daty zgłoszenia wynalazku.

W celu uzyskania patentu należy:

- ▶ przeprowadzić poszukiwania w światowym stanie techniki (zarówno w literaturze patentowej jak i niepatentowej)
- ▶ przygotować dokumentację zgłoszeniową
- ▶ dokonać zgłoszenia w odpowiednim urzędzie patentowym



Patent

- Przez uzyskanie patentu nabywa się prawo wyłącznego korzystania z wynalazku w sposób zarobkowy lub zawodowy na całym obszarze RP.
- Patent jest zbywalny i podlega dziedziczeniu.
- Uprawniony z patentu może udzielać licencji.
- Umowy o przeniesieniu patentu lub udzieleniu licencji wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności. Stają się one skuteczne wobec osób trzecich z chwilą wpisu do rejestru UPRP.



Badania patentowe - rodzaje

- ▶ badanie zdolności patentowej lub ochronnej
- ▶ badanie czystości prawnej
- ▶ badanie polityki patentowej podmiotów konkurencyjnych



Badanie zdolności ochronnej



Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej

Kontakt Wersja tekstowa AAA RSS

Wybierz język Technologia Google™ Przetłumacz

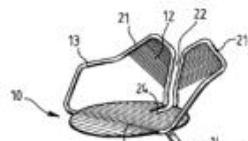


Szukaj

> O URZĘDZIE > AKTY PRAWNE > USŁUGI ONLINE > AKTUALNOŚCI > PUBLIKACJE > PRZYDATNE LINKI > SYMPOZJA W KRAKOWIE

PRZEDMIOTY WŁASNOŚCI PRZEMYSŁOWEJ

> Wynalazki i wzory użytkowe



NA SKRÓTY

> EURO 2012 (licencje)
> Bazy danych UPRP

CTM-ONLINE - Trade mark consultation service - Basic



Enter your search criteria

Trade mark No:

Trade mark basis: All trade marks

Trade mark name: Contains

Trade mark type: - All -

Vienna codes:

List of results: Detailed

Search

Clear

esp@cenet

Procedury

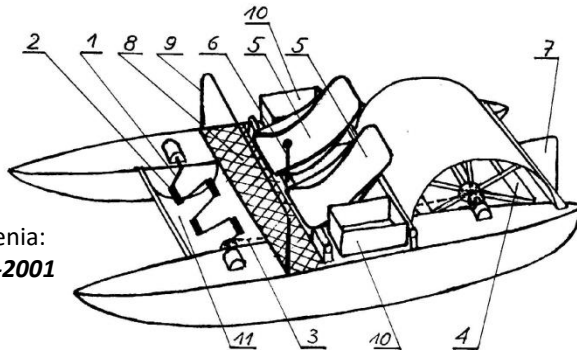
- ▶ Zasada pierwszeństwa (first to file)
- ▶ Zasada pierwszeństwa konwencyjnego
- ▶ Zasada terytorialności
- ▶ Ograniczenia czasowe



TOPOGRAFIE UKŁADÓW SCALONYCH

WZÓR UŻYTKOWY

rozwiązanie o charakterze technicznym
nowe i użyteczne, dotyczące kształtu,
budowy lub zestawienia elementów
niepołączonych konstrukcyjnie przedmiotu
o trwałej postaci.



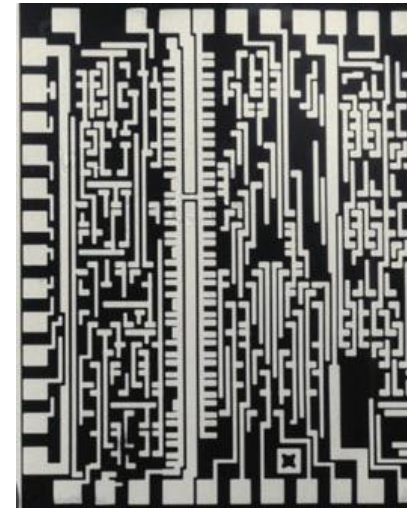
Rower wodny

Kategoria, numer i data zgłoszenia:

UZY: (21) 112060, (22) 27-03-2001

Kategoria i numer ochrony:

UZY: (11) 61586



Ochrona znaków towarowych



Nabywco, który chcesz kupować książki z mej drukarni, bacz uważnie i patrz na mój znak handlowy, który znajduje się na stronie tytułowej. Dzięki niemu nie będziesz nigdy zawiedziony. Nieżyczliwi drukarze bowiem moje nazwisko na swych gorszych, wybrakowanych wyrobach umieszczają, aby je łatwiej móc sprzedać

Benedykt Hektor, XV wiek



Znak towarowy

- ▶ Znakiem towarowym może być każde oznaczenie, które można przedstawić w sposób graficzny, jeżeli oznaczenie takie nadaje się do odróżnienia towarów jednego przedsiębiorstwa od towarów innego przedsiębiorstwa.
- ▶ Znakiem towarowym może być w szczególności wyraz, rysunek, ornament, kompozycja kolorystyczna, forma przestrzenna, w tym forma towaru lub opakowania, a także melodia lub inny sygnał dźwiękowy.
- ▶ znak towarowy = znak usługowy

*10-letni okres ochrony
z możliwością przedłużenia*



Funkcje znaku towarowego

- ▶ „ogół wyobrażeń, informacji czy motywacji przekazywanych przez znak towarowy odbiorcy, jakim jest potencjalny nabywca oznaczonego towaru”

prof. J. Piotrowska

- ▶ Funkcja odróżniania towarów
 - ▶ Funkcja gwarancyjna
 - ▶ Funkcja reklamowa
- ▶ Dodatkowo możliwe funkcje:
 - ▶ estetyczna
 - ▶ funkcjonalna (np. opakowania)



Rodzaje znaków towarowych

- ▶ obrazowe (graficzne)
- ▶ słowne
- ▶ plastyczne (trójwymiarowe, przestrzenne)
- ▶ dźwiękowe
- ▶ kombinowane



Na co trzeba uważać ...



Znak towarowy - zasada specjalizacji

Znaki towarowe zastrzega się dla konkretnych towarów lub usług, które są przyporządkowane do specjalnych klas wg. międzynarodowej klasyfikacji (tzw. klasyfikacja nicejska).

- ▶ Według obowiązującej obecnie dziewiątej edycji tej klasyfikacji istnieją 34 klasy towarowe i 11 klas usługowych. Dokonując zgłoszenia należy obowiązkowo zamieścić w składanym formularzu wykaz towarów lub usług oraz wskazać odpowiednie klasy towarowe lub usługowe na podstawie klasyfikacji nicejskiej.

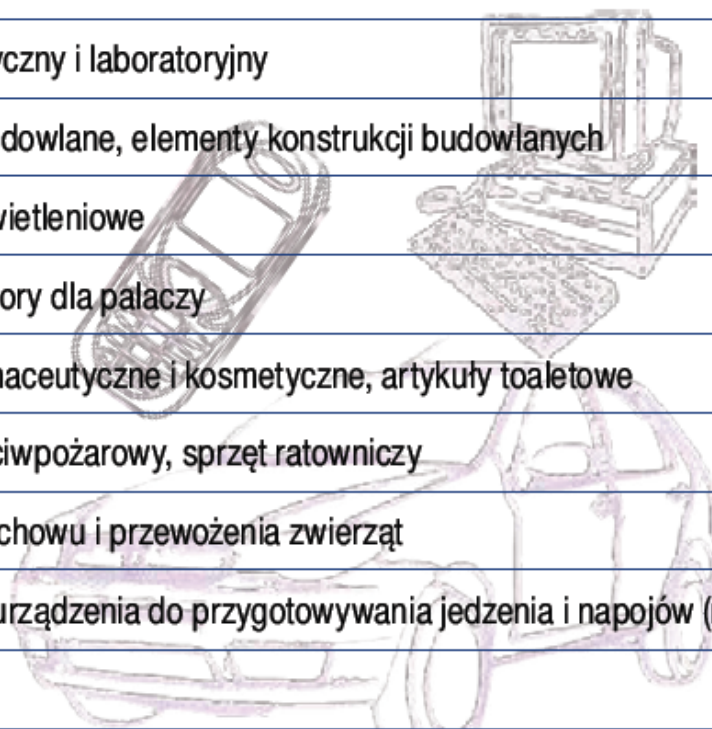


WYKAZ KLAS

KLASA 1	Artykuły spożywcze
KLASA 2	Odzież i pasmanteria
KLASA 3	Artykuły (akcesoria) podróżnicze, walizy, parasole i mienie osobiste, nie wyszczególnione w innych klasach
KLASA 4	Artykuły szczotkarskie
KLASA 5	Materiały tekstylne, materiały sztuczne i naturalne tkane w sztukach
KLASA 6	Umeblowanie (wyposażenie mieszkań)
KLASA 7	Przybory gospodarstwa domowego nie objęte w innych klasach
KLASA 8	Narzędzia metalowe
KLASA 9	Pojemniki stosowane do transportu i przechowywania towarów
KLASA 10	Zegary, zegarki, manometry, inne przyrządy do pomiaru, kontroli i sygnalizacji
KLASA 11	Ozdoby
KLASA 12	Środki transportu, dźwigi, wyciągi
KLASA 13	Urządzenia do wytwarzania, przesyłu lub przetwarzania elektryczności
KLASA 14	Kopiowanie (nagrywanie dźwięku, obrazu), urządzenia do komunikowania się i przetwarzania informacji
KLASA 15	Maszyny nie ujęte w innych klasach
KLASA 16	Aparaty fotograficzne, filmowe i optyczne
KLASA 17	Instrumenty muzyczne



KLASA 18	Maszyny biurowe, maszyny do drukowania
KLASA 19	Materiały biurowe (sprzęt biurowy), papeteria, materiały szkoleniowe i instruktażowe
KLASA 20	Sprzedaż, sprzęt wykorzystywany w reklamie, oznaczenia
KLASA 21	Gry, zabawki, namioty i artykuły sportowe
KLASA 22	Broń, wyroby pirotechniczne, sprzęt myśliwski i wędkarski, artykuły do zwalczania szkodników
KLASA 23	Urządzenia dozujące płyny, urządzenia sanitarne, do ogrzewania, wentylacji i rozrzedzania powietrza, paliwa
KLASA 24	Sprzęt medyczny i laboratoryjny
KLASA 25	Materiały budowlane, elementy konstrukcji budowlanych
KLASA 26	Artykuły oświetleniowe
KLASA 27	Tytoń, przybory dla palaczy
KLASA 28	Wyroby farmaceutyczne i kosmetyczne, artykuły toaletowe
KLASA 29	Sprzęt przeciwpożarowy, sprzęt ratowniczy
KLASA 30	Artykuły do chowu i przewożenia zwierząt
KLASA 31	Przyrządy i urządzenia do przygotowywania jedzenia i napojów (nie ujęte w innych klasach)
KLASA 99	Różne



Znak towarowy renomowany

„Znak o uznanej renomie to ten, który jest symbolem potwierdzonej jakości towaru”

prof. Urszula Promińska

„Renomę stanowi ogół pozytywnych wyobrażeń konsumentów o wyrobach z tym znakiem”
























































prof. Ryszard Skubisz

Znak towarowy renomowany uzyskuje ochronę niezależnie od klas dla których uzyskał prawo ochronne.



Best Global Brands 2014

Interbrand Creating and managing brand value™

01  Apple +21% 118,883 \$m	02  Google +16% 107,439 \$m	03  Coca-Cola +3% 81,563 \$m	04  IBM -8% 72,244 \$m	05  Microsoft +3% 61,554 \$m	06  GE -3% 45,480 \$m	07  Samsung +15% 45,462 \$m	08  TOYOTA Toyota +20% 42,392 \$m	09  McDonald's +4% 42,254 \$m	10  Mercedes-Benz +8% 34,338 \$m		
11  BMW +7% 34,214 \$m	12  Intel -8% 34,153 \$m	13  Disney +14% 32,223 \$m	14  Cisco +6% 30,936 \$m	15  amazon +25% 29,478 \$m	16  ORACLE Oracle +8% 25,980 \$m	17  hp -8% 23,758 \$m	18  Gillette -9% 22,845 \$m	19 LOUIS VUITTON Louis Vuitton -9% 22,552 \$m	20 HONDA Honda +17% 21,673 \$m		
21  H&M +16% 21,083 \$m	22  Nike +16% 19,876 \$m	23  American Express +11% 19,503 \$m	24  Pepsi +1% 19,119 \$m	25  SAP +4% 17,340 \$m	26  IKEA +15% 15,885 \$m	27  ups -5% 14,470 \$m	28 eBay +9% 14,358 \$m	29  Facebook +66% 14,349 \$m	30  Pampers +8% 14,078 \$m		
31  Volkswagen +23% 13,716 \$m	32  Kellogg's +4% 13,442 \$m	33  HSBC +8% 13,342 \$m	34  Budweiser +3% 13,034 \$m	35 J.P.Morgan J.P. Morgan +9% 12,456 \$m	36 ZARA Zara +12% 12,126 \$m	37  Canon +6% 11,702 \$m	38  NESCAFÉ Nescafé +7% 11,406 \$m	39  Ford +18% 10,876 \$m	40  HYUNDAI Hyundai +16% 10,409 \$m		
41 GUCCI Gucci +2% 10,385 \$m	42  PHILIPS Philips +2% 10,264 \$m	43  L'ORÉAL PARIS L'Oréal +3% 10,162 \$m	44 accenture Accenture +4% 9,882 \$m	45  Audi +27% 9,831 \$m	46  HERMÈS PARIS Hermès +8% 8,977 \$m	47  Goldman Sachs +3% 8,758 \$m	48  citi +10% 8,737 \$m	49  SIEMENS Siemens +2% 8,672 \$m	50  Colgate +5% 8,215 \$m	51  DANONE Danone +3% 8,205 \$m	52 SONY Sony -3% 8,133 \$m
53  AXA +14% 8,120 \$m	54  Nestlé +6% 8,000 \$m	55  Allianz +15% 7,702 \$m	56  NISSAN Nissan +23% 7,523 \$m	57  THOMSON REUTERS Thomson Reuters -8% 7,472 \$m	58  Cartier +8% 7,449 \$m	59  adidas -2% 7,378 \$m	60  PORSCHE Porsche +11% 7,171 \$m	61  CATERPILLAR Caterpillar -4% 6,812 \$m	62  xerox -2% 6,641 \$m	63 Morgan Stanley Morgan Stanley +11% 6,334 \$m	64  Panasonic +8% 6,303 \$m
65  Shell +14% 6,288 \$m	66  3M +14% 6,177 \$m	67  Discovery +7% 6,143 \$m	68  KFC -2% 6,050 \$m	69  VISA +10% 5,998 \$m	70 PRADA Prada +7% 5,977 \$m	71 TIFFANY & CO. Tiffany & Co. +2% 5,936 \$m	72  Sprite -3% 5,846 \$m	73  BURBERRY Burberry +8% 5,594 \$m	74  KIA +18% 5,398 \$m	75  Santander +16% 5,382 \$m	76  Starbucks +22% 5,382 \$m
77  Adobe +9% 5,333 \$m	78  Johnson & Johnson +0% 5,194 \$m	79  JOHN DEERE John Deere +5% 5,124 \$m	80  MTV +2% 5,102 \$m	81  DHL New 5,084 \$m	82  CHEVROLET Chevrolet +10% 5,036 \$m	83 RALPH LAUREN Ralph Lauren +9% 4,079 \$m	84  DURACELL Duracell +6% 4,036 \$m	85  JACK DANIEL'S Jack Daniel's +5% 4,884 \$m	86  JOHNNIE WALKER Johnnie Walker +2% 4,842 \$m	87  HARLEY-DAVIDSON Harley-Davidson +13% 4,772 \$m	88  MasterCard +13% 4,758 \$m
89  Kleenex +6% 4,643 \$m	90  SMIRNOFF Smirnoff +8% 4,609 \$m	91  LAND ROVER Land Rover New 4,473 \$m	92  FedEx New 4,414 \$m	93  Corona Extra +3% 4,387 \$m	94  HUAWEI Huawei New 4,313 \$m	95  Heineken -3% 4,221 \$m	96  Pizza Hut -2% 4,196 \$m	97  BOSS HUGO BOSS Hugo Boss New 4,143 \$m	98  NOKIA Nokia -44% 4,138 \$m	99  GAP +9% 4,122 \$m	100  Nintendo -33% 4,103 \$m



http://wyhacz.gazeta.pl/Wyhacz/1,88542,5634762,Podrobki_rzadza_swiatem.html

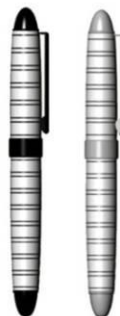
http://www.smog.pl/txt_gfx_audio/34495/najgorsze_podrobki_swiata_masakra/



Ochrona wzorów przemysłowych



Wzornictwo przemysłowe



Wzornictwo przemysłowe

- ▶ „Wzornictwo przemysłowe to działalność twórcza, której celem jest określenie formalnych wartości przedmiotów wytworzonych przez przemysł. Do tych wartości formalnych zalicza się cechy zewnętrzne produktów, ale przede wszystkim te strukturalne i funkcjonalne relacje, które przekształcają produkt w spójną całość z punktu widzenia wytwórcy i nabywcy”

Thomas Maldonad, argentyński projektant i teoretyk designu

- ▶ „Brzydota sprzedaje się gorzej”

Raymond Loewy, projektant opakowań papierosów *Lucky Strike*

- ▶ Wzornictwo przemysłowe ma zaspokoić wśród klientów potrzebę obcowania na co dzień z ciekawymi, oryginalnymi, ładnymi przedmiotami.
- ▶ Stanowi swoiste połączenie walorów estetycznych z funkcjonalnością przedmiotu



Wzór przemysłowy

- ▶ Wzorem przemysłowym jest nowa i posiadająca indywidualny charakter **postać wytworu** lub jego części, nadana mu w szczególności przez cechy linii, konturów, kształtów, kolorystykę, strukturę lub materiał wytworu oraz przez jego ornamentację.
- ▶ Wytworem jest:
 - ▶ każdy przedmiot wytworzony w sposób przemysłowy lub rzemieślniczy, obejmujący w szczególności opakowanie, symbole graficzne oraz kroje pisma typograficznego, z wyłączeniem programów komputerowych.
 - ▶ przedmiot składający się z wielu wymiennalnych części składowych umożliwiających jego rozłożenie i ponowne złożenie (wytwór złożony);
 - ▶ część składowa, jeżeli po jej włączeniu do wytworu złożonego pozostaje widoczna w trakcie jego zwykłego używania, przez które rozumie się każde używanie, z wyłączeniem konserwacji, obsługi lub naprawy;
 - ▶ część składowa, jeżeli może być przedmiotem samodzielnego obrotu.



Ochrona wzornictwa przemysłowego

Prawo autorskie

Prawo własności przemysłowej

Ochrona praw majątkowych do utworu, przewidziana w przepisach prawa autorskiego, nie ma zastosowania do wytworów wytworzonych według wzoru przemysłowego i wprowadzonych do obrotu po wygaśnięciu prawa z rejestracji udzielonego na taki wzór.

Art. 116 ustawy Prawo własności przemysłowej



„Części zamienne”

- ▶ Ochrona z tytułu prawa z rejestracji wzoru nie przysługuje wytworowi, który (1) stanowi **część składową** wytworu złożonego, (2) **używaną do naprawy** tego wytworu w taki sposób, by (3) przywrócić mu jego **wygląd początkowy**.
- ▶ Osoby trzecie mogą korzystać z takiego wytworu poprzez jego wytwarzanie, oferowanie, wprowadzanie do obrotu, import, eksport lub używanie wytworu, w którym wzór jest zawarty bądź zastosowany, lub poprzez składowanie takiego wytworu dla takich celów.

- ▶ Tuning ? Samochody-składaki ?



wowy.pl



<http://www.bestautophoto.com>

Oznaczenia geograficzne

oznaczenia słowne odnoszące się bezpośrednio lub pośrednio do nazwy miejsca, miejscowości, regionu lub kraju (teren), które identyfikują towar jako pochodzący z tego terenu, jeżeli określona jakość, dobra opinia lub inne cechy towaru są przypisywane przede wszystkim pochodzeniu geograficznemu tego towaru.

Jabłko łąckie



Oscypek

Rogal
św. Marcina



Oznaczenia geograficzne

Oznaczenia geograficzne odgrywają szczególną rolę przede wszystkim w marketingu handlowym. Producenci, którzy wykorzystują je do oznaczania swoich produktów, podkreślają w ten sposób związek produktu z danym krajem, regionem lub miejscowością, co często jest dla kupującego głównym czynnikiem podczas wyboru towaru.

Oryginalność produktów często wiąże się z niepowtarzalnością warunków naturalnych w danym regionie lub tradycją ich wytwarzania, co dotyczy przede wszystkim artykułów spożywczych. Dlatego w ostatnich latach, w związku z umasowieniem produkcji wielu towarów, odbiorcy coraz bardziej doceniają oryginalne produkty pochodzące z konkretnych miejsc w kraju i na świecie, cechujące się niepowtarzalnymi właściwościami. Oznaczenia geograficzne mają więc za zadanie chronić zarówno odbiorcę, jak i producenta przed nieuczciwymi praktykami handlowymi polegającymi na oznaczaniu towarów znakami wprowadzającymi odbiorców w błąd co do pochodzenia, rodzaju czy jakości towaru.



Oznaczenia geograficzne

Procedura krajowa

Ustawa Prawo własności przemysłowej reguluje jedynie procedurę rejestracyjną na oznaczenia geograficzne, które służą do oznaczania produktów przemysłowych. Organem właściwym w zakresie rejestracji oznaczeń geograficznych na produkty przemysłowe jest Urząd Patentowy RP. Natomiast organem właściwym na szczeblu krajowym w zakresie rejestracji oznaczeń geograficznych na produkty rolno-spożywcze jest **Minister ds. Rolnictwa i Rozwoju Wsi**.

Oznaczenia geograficzne systemie wspólnotowym



Ochrona programów komputerowych



Ochrona programów komputerowych

Zasadnicza różnica pomiędzy ochroną prawnoutorską a możliwościami ochrony na podstawie przepisów prawa własności przemysłowej



Ochrona programów komputerowych – prawo autorskie

Ochronie nie podlegają:

- idee i zasady, które były podstawą opracowania programu

Ochronie podlegają:

- kod źródłowy
- kod obiektowy
- często także materiał projektowy służący do ich przygotowania



Ochrona programów komputerowych – prawo autorskie

Autorskie prawa majątkowe do programu komputerowego obejmują prawo do:

- 1) trwałego lub czasowego zwielokrotnienia programu komputerowego w całości lub w części jakimikolwiek środkami i w jakiegokolwiek formie; w zakresie, w którym dla wprowadzania, wyświetlania, stosowania, przekazywania i przechowywania programu komputerowego niezbędne jest jego zwielokrotnienie, czynności te wymagają zgody uprawnionego;
- 2) tłumaczenia, przystosowywania, zmiany układu lub jakichkolwiek innych zmian w programie komputerowym, z zachowaniem praw osoby, która tych zmian dokonała;
- 3) rozpowszechniania, w tym użyczenia lub najmu, programu komputerowego lub jego kopii.



Ochrona programów komputerowych – prawo autorskie

Nie wymaga zezwolenia uprawnionego:

1) sporządzenie kopii zapasowej, jeżeli jest to niezbędne do korzystania z programu komputerowego. Jeżeli umowa nie stanowi inaczej, kopia ta nie może być używana równocześnie z programem komputerowym;

„sporządzenie kopii zapasowej może być uznane za zbędne ewentualnie wówczas, gdy producent programu wiarygodnie zapewnia natychmiastowe dostarczenie nowej kopii programu w przypadku jej zniszczenia oraz gdy ze względu na sposób utrwalenia programu nie istnieje możliwość uszkodzenia jego egzemplarza”

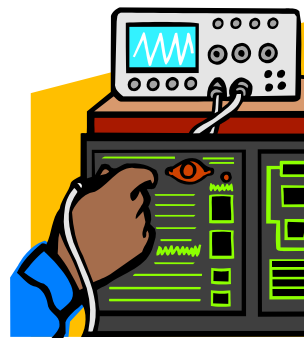
(J. Barta, R. Markiewicz, *Komentarz do ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych*, Wyd. III, s. 529-530).



Ochrona programów komputerowych – prawo autorskie

Nie wymaga zezwolenia uprawnionego:

2) obserwowanie, badanie i testowanie funkcjonowania programu komputerowego w celu poznania jego idei i zasad przez osobę posiadającą prawo korzystania z egzemplarza programu komputerowego, jeżeli, będąc do tych czynności upoważniona, dokonuje ona tego w trakcie wprowadzania, wyświetlania, stosowania, przekazywania lub przechowywania programu komputerowego;



Ochrona programów komputerowych – prawo autorskie

Nie wymaga zezwolenia uprawnionego:

3) zwielokrotnianie kodu lub tłumaczenie jego formy, jeżeli jest to niezbędne do uzyskania informacji koniecznych do osiągnięcia współdziałania niezależnie stworzonego programu komputerowego z innymi programami komputerowymi, o ile zostaną spełnione następujące warunki:

a) czynności te dokonywane są przez licencjobiorcę lub inną osobę uprawnioną do korzystania z egzemplarza programu komputerowego bądź przez inną osobę działającą na ich rzecz,

b) informacje niezbędne do osiągnięcia współdziałania nie były uprzednio łatwo dostępne dla osób, o których mowa pod lit. a,

c) czynności te odnoszą się do tych części oryginalnego programu komputerowego, które są niezbędne do osiągnięcia współdziałania.



Ochrona programów komputerowych – prawo autorskie

Metody dystrybucji:

- licencja typu shrink-wrap (otwarcie opakowania)
- licencja typu click-wrap (akceptacja warunków przy instalacji)



Licencje Creative Commons

- ich postanowienia nie podlegają negocjacjom (charakter adhezyjny)
- mają charakter niewyłączny
- udzielane są bezpłatnie
- licencjobiorca ma obowiązek przestrzegać autorskich praw osobistych
- są bezterminowe
- wygaśnięcie następuje automatycznie, wyłącznie w przypadku naruszenia postanowień umowy przez korzystającego z utworu



Ochrona programów komputerowych a prawo własności przemysłowej

1. programy komputerowe „jako takie” (*as such*)
2. wynalazki:
 - a. dotyczące programów komputerowych
 - b. realizowane za pomocą komputera

Problem możliwości dokonywania **dekompilacji** programu (interoperacyjność)



Ochrona programów komputerowych a prawo własności przemysłowej

Zagadnienie „techniczności”

- kwestia „użytkowania” programu w komputerze
- problem nośnika



cdn...

