



TWÓJ ŚWIAT WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ



ŚWIATOWA
ORGANIZACJA
WŁASNOŚCI
INTELEKTUALNEJ



POLSKA AGENCJA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
POLISH AGENCY FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT



URZĄD PATENTOWY
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
90. JUBILEUSZ

TWÓJ ŚWIAT WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ

SPIS TREŚCI

Wstęp	3
Prawo autorskie	4
Patenty	6
Wzory użytkowe	8
Wzory przemysłowe	9
Znaki towarowe	10
Oznaczenia geograficzne	11



Twój świat własności intelektualnej

Czy zdajecie sobie sprawę z tego, że z własnością intelektualną macie nieustannie do czynienia? Codziennie każdy uczeń jest otoczony produktami związanymi z własnością intelektualną, począwszy od ubrań, które nosi, poprzez książki, które ma w swoim plecaku, skończywszy na muzyce, której słucha. Faktem, o którym większość z Was prawdopodobnie nie miała pojęcia jest to, że własność intelektualna otacza nas zewsząd.

Czym jest własność intelektualna? Jest to wynik ludzkiej kreatywności i inwencji. Mamy z nią do czynienia każdego dnia, od zmierzchu do świtu, kiedy jesteśmy w szkole, gdy wychodzimy gdzieś z przyjaciółmi, a nawet kiedy śpimy. Istnieją dwie kategorie własności intelektualnej. Pierwsza – prawo autorskie i prawa pokrewne, obejmuje szeroki zakres utworów literackich i artystycznych, zapisanych, wykonanych oraz nagranych. Druga kategoria, nazywana własnością przemysłową, obejmuje wynalazki (patenty), znaki towarowe, wzory użytkowe i przemysłowe, oznaczenia geograficzne, a także topografie układów scalonych.

Oddajemy Wam niniejszą publikację, abyście mogli dowiedzieć się więcej o różnych aspektach własności intelektualnej oraz znaczącej roli, jaką odgrywa w życiu każdego człowieka. Jej celem jest wprowadzenie w podstawowe zagadnienia własności intelektualnej oraz zwiększenie świadomości w tym zakresie, zwłaszcza w środowisku młodzieży szkolnej i akademickiej.

W przygotowaniu niniejszej broszury zostało wykorzystane opracowanie Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO) pod tytułem „Your Own World of IP”. Ze względu na popularyzatorski charakter opracowania konieczne było dokonanie pewnych uproszczeń, w związku z tym niniejsza publikacja nie może być traktowana jako oficjalne stanowisko lub wykładnia prawa dokona przez Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej.

Witaj w świecie własności intelektualnej...

PRAWO AUTORSKIE

Termin ten jest określeniem z zakresu prawa, odnoszącym się do uprawnień, jakie przysługują twórcom dzieł literackich i artystycznych. Prawo autorskie daje twórcom wyłączone uprawnienie do używania lub udzielania zgody innym osobom na używanie ich dzieł w określony sposób. Umożliwia to tym samym twórcom kontrolę nad swoimi dziełami oraz otrzymywanie za nie odpowiedniego honorarium. System ochrony praw autorskich zachęca zatem twórców do działania, identyfikując ich jako autorów, jak również zapewnia otrzymanie zapłaty za pracę. Dodatkowo prawa pokrewne do praw autorskich zapewniają ochronę artystom scenicznym (takim jak muzycy i aktorzy), producentom oraz organizacjom nadawców.

Prawo autorskie oraz związane z nim korzyści majątkowe trwają zwykle przynajmniej przez okres 50 lat po śmierci twórcy, choć w niektórych krajach okres ochrony praw majątkowych twórcy został wydłużony nawet do 90 lat po śmierci autora (w Polsce jest to 70 lat). Z chwilą zakończenia okresu ochrony prawnoautorskiej dzieło staje się domeną publiczną i jego reprodukcja od tej chwili nie wymaga płacenia tantiemów; aczkolwiek autorstwo utworu na zawsze należy się twórcy.

Jednym z największych zagrożeń dla twórców jest łamanie ich praw autorskich poprzez piractwo lub dokonywanie plagiatów. Obecne kontrowersje odnoszące się na przykład do sieci internetowych *peer-to-peer* i wymiany plików za ich pomocą, dotyczą kwestii naruszania praw autorskich oraz piractwa, ponieważ w wielu przypadkach właściciele praw autorskich nie otrzymują żadnego honorarium za wykorzystanie swoich dzieł.

Plecak jest wypełniony własnością intelektualną. Wewnątrz można odnaleźć różne rodzaje przedmiotów prawa autorskiego, takich jak książki, oprogramowanie, płyty CD z muzyką.



Na każdej płycie CD zarówno nagrana muzyka, jak i elementy graficzne płyty oraz okładki chronione są prawem autorskim.



Przez prawo autorskie chronione są między innymi utwory literackie, publicystyczne, naukowe. Ochroną objęty jest zarówno ich sposób wyrażenia, jak i oprawa graficzna.



PATENTY

Patenty chronią wynalazki i zapewniają prawa wyłączne właścicielowi patentu, co oznacza, że opatentowany wynalazek nie może być wytwarzany, używany, dystrybuowany lub sprzedawany bez zezwolenia właściciela patentu. Patenty udzielane są zwykle na okres 20 lat. Z chwilą, gdy patent wygaśnie, ochrona wynalazku ustaje, przez co staje się on domeną publiczną i zostaje udostępniony do użytku komercyjnego oraz eksploatacji przez osoby inne niż te, którym patent przysługiwał.

Patenty nie tylko gwarantują ochronę, lecz również zachęcają wynalazców do pracy innowacyjnej, zarówno przez możliwość publicznego przedstawienia twórcy wynalazku oraz zapewnienie potencjalnej możliwości uzyskania za niego wynagrodzenia. Nowe rozwiązania służą jako cenne źródło poznania dla innych wynalazców, jak również stanowią inspirację dla innych badaczy i innowatorów, wzbogacając jednocześnie ogólnoświatową wiedzę techniczną. Jeżeli właściciela patentu nie stać na samodzielne wyprodukowanie i wprowadzenie na rynek opatentowanego wynalazku, może on patent odsprzedać lub udzielić licencji na produkcję według patentu podmiotom, które będą mogły zrealizować pomysł twórcy.

Zegarek jest przedmiotem codziennego użytku. Warto jednak zadać sobie pytanie, ile nowych rozwiązań i kreatywności, będących podstawą rozwoju technicznego, zawartych jest w projekcie każdego zegarka – poczynając od patentów udzielonych np. na wyświetlacz cyfrowy, zapięcie lub klawiaturę, do wzorów przemysłowych obejmujących wygląd zegarka i paska. Także znak towarowy, zwykle uwidoczniony na jego tarczy, jest elementem wyróżniającym i podnoszącym wartość zegarka.



Detale uprzejmości
Swatch AD 2004

Niemal wszystko wokół nas wiąże się w jakiś sposób z własnością przemysłową. Nawet taki towar jak sandały może być chroniony patentem zapewniającym komfort ich użytkowania, oraz wzorami przemysłowymi dotyczącymi kształtu sandałów, ich podeszwy czy elementów ozdobnych paska. Także znak towarowy pojawiający się zazwyczaj w widocznym miejscu podnosi wartość oferowanego towaru.



Ulubione spodnie jeansowe również są przedmiotem własności przemysłowej. Istnieją patenty, wzory przemysłowe oraz znaki towarowe związane bezpośrednio z każdą parą tego typu spodni. Po pierwsze, suwak może być opatentowanym wynalazkiem, a fason, kieszenie oraz szwy mogą stanowić elementy wzoru przemysłowego. Po drugie, każda para spodni jeansowych jest opatrzona znakiem towarowym producenta, uwidocznionym przynajmniej w jednym miejscu.



WZORY UŻYTKOWE

W niektórych krajach (w tym w Polsce) pewne rozwiązania techniczne, które nie spełniają wymogów pozwalających na ich ochronę za pomocą patentu, mogą być chronione jako wzory użytkowe. Ze względu na niższy w stosunku do wynalazków standard ochrony zdarza się, że są one nazywane „małymi wynalazkami”. Prawo wyłączne udzielone przez specjalnie do tego powołany organ (w naszym kraju jest to Urząd Patentowy RP) upoważnia właściciela wzoru użytkowego do korzystania z niego w sposób zarobkowy lub zawodowy na obszarze objętym ochroną. Warto wspomnieć, że właściciel tego prawa może zawierać umowy licencyjne z producentami zainteresowanymi wytwarzaniem danego towaru oraz czerpać z tego tytułu korzyści finansowe.



Przykład powszechnie używanego wzoru użytkowego stanowi rower. Może na niego zostać udzielone prawo ochronne, jeśli jego konstrukcja rozwiązuje nowe zagadnienie techniczne. Ale rower lub jego elementy mogą być także chronione za pomocą patentów (np. amortyzatory) lub wzorów przemysłowych (np. siodełko lub kierownica). Zazwyczaj większą popularnością cieszą się rowery pochodzące od znanego producenta, który umieszcza na nich swój znak towarowy.



Inny przykład wzoru użytkowego stanowi elektryczna szczoteczka do zębów. Nowe rozwiązanie techniczne wykorzystane w szczoteczce zwiększa jej funkcjonalność i atrakcyjność. Kupując elektryczną szczoteczkę do zębów zwracamy uwagę także na producenta, którego znak towarowy gwarantuje oryginalność wyrobu i jego dobrą jakość.

WZORY PRZEMYSŁOWE

Wzory przemysłowe stanowią ozdobne lub estetyczne elementy towaru. Wzory powodują, że towar nabiera atrakcyjnego i kuszącego wyglądu, podnosząc w ten sposób jego wartość ekonomiczną. Z tego właśnie względu są one rejestrowane i chronione. Właściciel wzoru przemysłowego ma pewność, że jego towar jest zabezpieczony przed nielegalnym kopiowaniem i naśladownictwem na podstawie udzielonego mu prawa wyłącznego. Ten rodzaj ochrony także pomaga w rozwoju gospodarczym, ponieważ zachęca do innowacyjności w przemyśle oraz działalności rzemieślniczej. Dodatkowo wzór pomaga w promowaniu bardziej innowacyjnych oraz estetycznych towarów, a ich różnorodność powoduje, że klienci mają możliwość wyboru.

Wzór przemysłowy może mieć funkcję podobną do znaku towarowego, ponieważ towar o szczególnym kształcie jest dobrze rozpoznawalny, podobnie jak znak towarowy. Ponadto, właśnie dzięki wzorom przemysłowym, wiele używanych dzisiaj towarów zyskało na atrakcyjności, poprzez ciągłe podążanie za zmiennymi trendami mody. Odnosi się to do wszelkich towarów, poczynając od butów, skończywszy na komputerach.

Nawet przykład okularów słonecznych wskazuje na potrzebę rejestracji wzorów przemysłowych. Możliwe, że bardziej istotne od samego procesu produkcji oprawy lub przyciemnienia szkielek (opatentowane metody) są wzory określające wygląd oprawy oraz kształt szkielek. Ponieważ znaki towarowe uwidocznione na większości okularów przeciwsłonecznych mogą być niezauważalne, to właśnie ich kształt i estetyka nadają wartość i atrakcyjność okularom jako towarowi.

Wielkość, kształt, kolor oraz ogólny wygląd telefonu komórkowego wpływają na popyt danego modelu w podobnym stopniu, jak informacje dotyczące jego funkcjonowania. Kształt telefonu komórkowego stanowi zazwyczaj wzór przemysłowy. Technologie wykorzystane w jego antenie, mikrofonie, słuchawce oraz procesorach są zazwyczaj chronione patentami. Dodatkowo na telefonie uwidocznił się znak towarowy producenta.



© Nokia jest zarejestrowanym znakiem towarowym firmy Nokia Corporation

Czy zdawałeś sobie sprawę z tego, że tak dużo elementów własności przemysłowej może być zawarte w tak małym urządzeniu?

ZNAKI TOWAROWE

Znaki towarowe są oznaczeniami odróżniającymi producentów towarów i usług od towarów i usług innych producentów. Zarejestrowany znak towarowy daje jego właścicielowi ochronę przez zagwarantowanie wyłączności używania go w celu identyfikacji towarów lub usług bądź zezwolenia na używanie go przez inne osoby. Ochrona znaku towarowego zwykle trwa 10 lat, może być jednak ciągle odnawiana. W związku z tym, że konsumenci kojarzą określone znaki towarowe z konkretnymi towarami, prestiż oraz reputacja towaru i produktu powiązana ze znakiem towarowym jest bardzo istotna. Dobra reputacja podnosi ogólną wartość towaru – dotyczy to również całej gamy towarów opatrzonych tym samym znakiem towarowym. Znak towarowy może być użyty do stworzenia wizerunku i/lub stylu towaru lub marki.

W dzisiejszych czasach podróbki i fałszowanie stanowią jedno z największych zagrożeń dla właścicieli znaków towarowych. Falszerze nielegalnie korzystają lub kopiują zarejestrowane znaki towarowe, aby sprzedawać produkty opatrzone rozpoznawalnym i renomowanym cudzym znakiem. Niestety skopiowane towary są dostępne niemalże we wszystkich branżach, godząc w interesy producentów oraz konsumentów, którzy wprowadzeni w błąd, kupują towary nieoryginalne o wątpliwej jakości.



Plecak jest opatrzony znakiem towarowym wskazującym producenta, chroniony wzorem przemysłowym dotyczącym jego wyglądu, kształtu i koloru, a także może zawierać elementy według opatentowanych wynalazków, tj. ergonomiczny pasek/zapięcie oraz system wodoszczelności. Elementy te pozwalają rozróżniać marki plecaków dostępne na rynku.

Każdy odtwarzacz płyt CD, MD lub MP3 stanowi zestawienie różnych przedmiotów własności przemysłowej. Jego znak towarowy (logo producenta), jego opatentowane wynalazki dotyczące nagrywania oraz odtwarzania, a także estetyczny kształt oraz wygląd odtwarzacza (wzór przemysłowy) są chronionymi przedmiotami własności przemysłowej.



Zamieszczono
dzięki uprzejmości
Sony Overseas SA

OZNACZENIA GEOGRAFICZNE

Oznaczenia geograficzne mają zastosowanie w przypadku szczególnych towarów, które posiadają cechy dla nich typowe w związku z ich geograficznym miejscem pochodzenia. Towary kojarzone z nazwami regionów geograficznych często nabywają renomę z powodu szczególnej jakości lub charakteru, w związku z tym są chronione przez szereg krajowych aktów prawnych i porozumień międzynarodowych, np. wino musujące z francuskiego regionu *Champagne* jest wprost nazywane szampanem w odróżnieniu od innych podobnych produktów określanych ogólnie jako wino musujące.

Czekolady szwajcarskie stanowią dobry przykład oznaczeń geograficznych. Smak oraz jakość czekolad wyprodukowanych w Szwajcarii musi spełniać wysokie standardy, tak aby podtrzymać renomę związaną z tym towarem. Innymi przykładami oznaczeń geograficznych są kawa z Jamajki, *Tequila* z niektórych części Meksyku, a w Polsce oscypek.



Tablerone®
jest znakiem towarowym
Kraft Foods Group © 1986

Teraz, kiedy znasz już niektóre z przejawów własności intelektualnej w codziennym życiu, pomyśl jak cennym dobrem jest własność intelektualna dla Ciebie i dla Twójego otoczenia. Bez niej świat byłby mniej ciekawy. Z tego względu wszyscy powinniśmy działać na rzecz ochrony praw twórców i wynalazców. Kreatywność jest najważniejszym naturalnym zasobem świata. Nie możemy jej marnować.

Następnym razem, kiedy będziesz ściągał piosenkę z Internetu bez płacenia za nią, lub kupował podrobione spodnie jeansowe, POMYŚL o prawach ulubionych artystów, którzy ciężko pracowali, aby nagrać Twoją ulubioną muzykę, oraz projektantów, którzy tworzą ubrania, jakie lubisz. Następnie WYOBRAŹ sobie świat, w którym nie byłoby takich kreatywnych ludzi i towarów, bez których Twoje życie byłoby mniej przyjemne i ciekawe.



TWÓJ ŚWIAT WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ

**Urząd Patentowy
Rzeczypospolitej Polskiej**
Al. Niepodległości 188/192
00-950 Warszawa
Tel.: (0-22) 579 00 00
Fax: (0-22) 579 00 01
www.uprp.pl

**Światowa Organizacja
Własności Intelektualnej**
34, chemin des Colombettes
1211 Geneve 20, Suisse
Tel.: (41-22) 338 91 11
Fax: (41-22) 733 54 28
www.wipo.int

**Polska Agencja
Rozwoju Przedsiębiorczości**
ul. Pańska 81/83
00-834 Warszawa
Tel.: (48 22) 432 80 80
Fax: (48 22) 432 86 20
www.parp.gov.pl

Tłumaczenie i opracowanie
Marcin Gędłek
Michał Kruk

Skład komputerowy
Urszula Jurczak

Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej jest centralnym organem administracji rządowej, powołanym do udzielania praw wyłącznych na: wynalazki, wzory użytkowe, wzory przemysłowe, znaki towarowe, oznaczenia geograficzne, topografie układów scalonych oraz do prowadzenia rejestrów udzielonych patentów, praw ochronnych i praw z rejestracji. Ponadto Urząd gromadzi i udostępnia dokumentację i literaturę patentową, a także promuje wiedzę z dziedziny własności przemysłowej.

Światowa Organizacja Własności Intelektualnej (WIPO) jest agendą ONZ zajmującą się koordynacją i tworzeniem regulacji dotyczących systemu ochrony własności intelektualnej na świecie. Organizacja zajmuje się również promocją własności intelektualnej, a także świadczeniem pomocy prawnej i technologicznej, szczególnie dla krajów rozwijających się.

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) jest agencją rządową podlegającą Ministrowi właściwemu ds. gospodarki. Powstała na mocy ustawy z 9 listopada 2000 roku o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Zadaniem Agencji jest zarządzanie funduszami pochodzącymi z budżetu państwa i Unii Europejskiej, przeznaczonymi na wspieranie przedsiębiorczości i rozwój zasobów ludzkich, ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb małych i średnich przedsiębiorstw.

Druk publikacji został sfinansowany przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości.

ISBN 978-83-60009-73-4