

kolumna redagowana przez MARR SA

Ch[®] onię, więc zarabiam

mARR
Małopolska Agencja
Rozwoju Regionalnego SA



**INNOWACYJNA
GOSPODARKA**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka

Jak ochronić wynalazki przed tymi, którzy chcą sobie przywłaszczyć cudzy pomysł i czerpać z niego zysk? Odpowiedź jest prosta – patent. Chcesz wiedzieć, jak chronić wiedzę – najcenniejszy kapitał swojej firmy?

Wkrótce zapraszamy na konferencje i seminaria, a już dziś można skorzystać z indywidualnych konsultacji udzielanych przez rzeczownika patentowego dotyczących metod i możliwości ochrony własności intelektualnej. Szczegóły na www.marr.pl

Thomas Edison. Temu samoukowi, wszechstronnemu wynalazcy i pomysłowemu przedsiębiorcy zawdzięczamy między innymi żarówkę, fonograf, tramwaj elektryczny, płytę gramofonową, kamerę filmową, lodówkę czy dyktafon. A to dopiero początek listy... Do tego prawdziwy, patentowy rekordzista – już na przełomie dziewiętnastego i dwudziestego wieku opatentował 1093 wynalazki.

Ale polska historia też ma swoich geniuszy i wizjonerów. Choćby Jan Szczepanik z Tarnowa, nazywany polskim Edisonem, autor kilkuset patentów i ponad 50 wynalazków, z których wiele, szczególnie z dziedziny filmu, fotografii i telewizji, stosowanych jest do dzisiaj.

Dobrze chroniona własność intelektualna firmy determinuje jej konkurencyjność na rynku. Zapewnienie odpowiedniej ochrony znaków towarowych, wynalazków i wzorów, oraz innych kreatywnych rozwiązań, nie tylko pozwala firmie rozbiać, ale chroni przed nieuczciwą konkurencją. Patrząc na korzyści płynące z ochrony własności intelektualnej zaskakujące jest, jak stosunkowo niewielu polskich

przedsiębiorców wykorzystuje w swojej działalności prawa własności intelektualnej.

Własność intelektualna polskich firm

W Międzynarodowym Indeksie Praw Własności 2010 opublikowanym przez amerykański Property Rights Alliance w rankingu gwarancji dla praw własności Polska zajęła 53. miejsce na 125 badanych krajów równolegle z Indiami, za Słowenią, przed Łotwą i Rumunią. Przed nami są m.in. Urugwaj, Litwa, Botswana, Czechy, Zjednoczone Emiraty Arabskie i Kostaryka.

Zdecydowanie najgorzej wypadamy w kategorii gwarancji materialnych praw własności. Zajmujemy tu 98. miejsce na równi z Ukrainą, Etiopią i Madagaskarem, za Paragwajem i przed Tanzanią. **Pod względem ochrony własności intelektualnej zajmujemy 34. miejsce przed Cyprem i za Słowacją**, a w kategorii otoczenia instytucjonalnego praw własności – 45. Liderami w tych ostatnich kategoriach są kraje skandynawskie.

Niestety, polskie firmy rzadko starają się o ochronę autorsko opracowanej technologii na rynku zagranicznym. W ubiegłym roku w Polsce do ochrony patentowej zgłoszono jedynie ponad 3,5 tys. wynalazków i wzorów użytkowych. Opatentowano ok. 2 tys. z nich. Jak na tym tle wygląda Małopolska?

Zgłoszono 356 wynalazków i wzorów, a opatentowano, aż... 186.

Dlaczego przedsiębiorcy nie chcą chronić swoich innowacji? Ponieważ uzyskanie patentu w Polsce jest: kosztowne, pracochłonne i długotrwałe.

Pytani o to, dlaczego nie chronią własności intelektualnej swoich firm, na pierwszym miejscu wymieniają skomplikowane prawo, na drugim wysokie

Z raportu Komisji Europejskiej opublikowanego w lipcu 2010 r. wynika, że w 2009 r. w całej Unii Europejskiej odnotowano ponad 43,5 tys. przypadków zatrzymania podrobionych towarów, co dało w sumie 118 mln artykułów.

koszty. Zgłoszenie wynalazku lub wzoru użytkowego w polskim urzędzie patentowym to 550 zł. Kolejne opłaty to kilkaset złotych rocznie i dodatkowo wzrastają każdego roku o 50 zł.

Trzecie miejsce zajmuje czas. Zmiany technologiczne zachodzą tak szybko, że po kilku latach dany produkt czy technologia, która mogłaby zostać opatentowana, będzie przestarzała. Na decyzję w sprawie patentu w Polsce czeka się ok. 5–6 lat.

Jest źle, ale nie beznadziejnie. Dzięki funduszom unijnym, przeznaczonym na działania promujące ochronę własności intelektualnej, podejmowanych jest wiele przedsięwzięć przybliżających przedsiębiorcom samo pojęcie własności intelektualnej oraz możliwości jej ochrony.

Ambitny plan... i skuteczna realizacja

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego realizuje projekt „Własność Intelektualna Niedoceniony Potencjał Przedsiębiorcy”, który jest kontynuacją działań podjętych w projekcie „WIDOK – Własność Intelektualna: Doceniam, Ochraniam, Korzystam”.

Długofalowe działania na rzecz promocji własności intelektualnej prowadzone są tym razem dla przedsiębiorców z branż skórzanej i meblarskiej.

„Dobrem nie tylko materialnym przedsiębiorstwa, są przedmioty własności przemysłowej. Należą do nich w szczególności wynalazki, znaki towarowe i wzory przemysłowe. Każde z nich ma samodzielną wartość rynkową, o którą przedsiębiorca powinien zabiegać” – powiedziała podczas swego wystąpienia na konferencji otwierającej projekt prof. Ewa Nowińska z Instytutu Prawa Własności Intelektualnej WZiKS Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Zdaniem prof. Nowińskiej nie każdemu producentowi czy usługodawcy na co

dzień konieczne są usprawnienia techniczne, każdemu jednak powinno zależać na prawidłowym zindywidualizowaniu swoich produktów tak, aby wyróżnić je spośród innych.

„Brytyjski wynalazca i producent opon Ronald John Rosenberger wymyślił opony, które podczas palenia wydzielają zapach róży, lawendy czy pomarańczy. Rosenberger proponuje także opony nasączone feromonami, które będą przyciągały płęć przeciwną.

Kilka firm zarejestrowało także kolory: Cadbury zarezerwowała purpurę dla swojej czekolady, BP charakterystyczny odcień zielonego, do Orange należy kolor pomarańczowy symbolizujący ich usługi telekomunikacyjne.

W Norwegii kolor różowy jest zarejestrowany jako znak firmy produkującej izolacyjne materiały budowlane.

W Belgii i Luksemburgu producentowi Twixa udało się zarejestrować gest „dwa paluszki”, który był pokazywany także w polskich reklamach.

W Polsce jeden z dystrybutorów paluszków zarejestrował w urzędzie patentowym dwa sklezione paluszki jako oddzielny znak towarowy, w konsekwencji czego żaden inny producent nie może już sprzedawać sklejonnych paluszków jako swojego produktu pod swoją marką. Kształt charakterystycznej butelki Tequili jest chroniony prawem w całej Unii.

Jako znaki towarowe rejestrowane mogą być zwierzęta. „Paul the octopus” oraz „Octopus Paul”, a w wersji niemieckiej „Krake Paul” to ośmiornica znana z bezbłędnych typowań wyników meczów piłkarskich mistrzostw świata w RPA o imieniu Paul z akwariem w Oberhausen. Też zarejestrowana jako znak towarowy.”

www.onet.pl

mARR
Małopolska Agencja
Rozwoju Regionalnego SA

Z okazji nadchodzących Świąt Bożego Narodzenia naszym przedsiębiorcom, partnerom i wszystkim mieszkańcom Małopolski życzymy odpoczynku od codziennego pośpiechu oraz wyjątkowego czasu spędzonego wśród rodziny i przyjaciół.

Niech Nowy 2011 Rok, będzie czasem mądrych i trafnych decyzji. Niech każdy, a zwłaszcza innowacyjny pomysł na rozwój biznesu, skutkuje szczęśliwym i zyskownym zakończeniem

życzą
Zarząd oraz Pracownicy MARR