

DUŠEVNÍ PRÁVA VE VZDĚLÁVÁNÍ

DUŠEVNÍ VLASTNICTVÍ

Základy v oblasti duševního vlastnictví pro učitele

*Základy
v oblasti
duševního
vlastnictví
pro učitele*

Základy v oblasti duševního vlastnictví pro učitele

Úvod

Škola vás požádala, abyste připravili projekt pro národní vzdělávací soutěž. Jste motivovaní. Dostanete skvělý nápad. Přípravě podrobného projektu věnujete hodně času a úsilí, abyste získali cenu pro svou školu. Poté se však objeví váš bývalý kolega, kterému jste věřili a ukázali mu svou práci, představí podobný projekt pro svou novou školu a získá první cenu. Jak se cítíte?

*Duševní vlastnictví chrání výtvořivost lidského intelektu nebo lidské mysli.
Účelem práv duševního vlastnictví je chránit vás před podobnými situacemi.*

Duševní vlastnictví není něco nového:

myšlenka duševního vlastnictví není žádná novinka. Někteří říkají, že sahá až do roku 500 př. n. l., kdy si lidé pro zajištění vlastního přežití a zlepšení kvality života začali vytvářet nástroje. První právo duševního vlastnictví vzniklo, když řecký stát Sybaris umožnil svým občanům získat patent na „jakékoli nové přepychové zdokonalení“.

Stát chtěl odměnit tvorbu originálních receptů a kuchyňských výtvořů. Od té doby bylo učiněno mnoho vylepšení a sepsáno mnoho zákonů týkajících se duševního vlastnictví. Záměr právních předpisů v oblasti duševního vlastnictví byl však vždy v průběhu času stejný – posílit a podpořit kreativitu. Za tímto účelem je tvůrci uděleno jakési výhradní privilegium využívat svůj výtvoř.

V dnešní době jsou předměty, které jsou součástí našeho každodenního života, stále složitější. Například chytrý telefon je chráněn stovkami tisíc práv duševního vlastnictví. Totéž platí pro většinu předmětů a služeb, které jsou součástí našeho moderního života.



Ochranné známky jsou rozlišovací označení, která slouží k odlišení výrobků a služeb určité společnosti od jejích konkurentů. Za značkou jsou lidé, kteří pracují, investují, zkoumají a vyvíjejí výrobky a služby, které zlepšují rozličné aspekty našeho života.

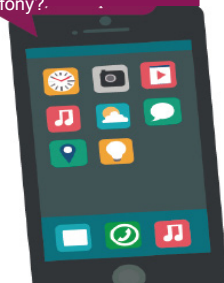
- Ochranné známky**
- název telefonu
 - úvodní zvuk
 - logo Instagramu



Někteří lidé věnují roky nebo dokonce desetiletí svého života vynálezu, který by mohl změnit svět. Jiní naopak dostanou geniální nápad ve chvíli „prozření“. Základem **patentů** je myšlenka, že jejich vynálezci si zaslouží být odměněni za tvrdou práci i chvíle „prozření“. Výměnou za to, že svůj vynález sdílí s celým světem, získávají držitelé patentů výhradní práva na výrobu a prodej nebo jiné šíření svého vynálezu.

- Patenty**
- metody zpracování dat
 - operační systém
 - ovládání uživatelského rozhraní

Věděli jste, že existuje více než 250 000 aktivních patentů, které se vztahují na současné chytré telefony?



Průmyslový vzor zahrnuje vzhled jakéhokoliv výrobku (nebo jeho části) - tvar a barvu, použité materiály, obal. Téměř každý vyrobený předmět tudíž může být zapsán jako průmyslový vzor. Pojem průmyslový vzor je však mnohem širší. Zahrnuje loga, mapy, druhy písma atd. Průmyslový vzor nemusí být krásný, atraktivní nebo umělecký; musí být prostě odlišný.

- Průmyslové vzory**
- celkový tvar telefonu
 - rozložení a tvar tlačítek
 - poloha a tvar obrazovky



Autorské právo

- software
- uživatelské příručky
- vyzváněcí tóny
- Facebook
- fotografie

Autorské právo je soubor pravidel, která chrání umělecká a literární díla. Jedná se například o filmy, hudbu, básně, obrazy, komiksy atd. V zásadě je to právo být jediným, kdo rozhoduje o tom, kdo může použít vaše dílo. Představme si například, že napíšete píseň. Pokud nedáte svolení, nikdo jiný vaši píseň nemůže kopírovat nebo o ní tvrdit, že je jeho dílem. Ta píseň je vaše. Samozřejmě, pokud chcete, můžete dát někomu jinému svolení, aby vaši píseň zpíval nebo nahrál.



Obchodní tajemství je důvěrná obchodní informace, která má obchodní nebo ekonomickou hodnotou a poskytuje podniku konkurenční výhodu díky jejímu utajení. Obchodní tajemství je chráněno bez zápisu nebo formálních náležitostí. Obchodní tajemství tedy může být chráněno po neomezenou dobu. Pro získání ochrany dané informace existují určité podmínky. Informace musí být tajná, musí mít obchodní hodnotu a držitel práva musí podniknout přiměřené kroky, aby ji udržel v tajnosti. Tyto kroky a podmínky se však v jednotlivých zemích liší. Příkladem může být slavný recept na Coca-Colu.

Autorské právo

Co je autorské právo?

Autorské právo je jedno z nejznámějších práv duševního vlastnictví a je také právem, které se nejvíce dotýká učitelů. Chrání jakýkoli hmatatelný výtvar lidské mysli za předpokladu, že tento výtvar není pouhým nápadem.

Vlastníkem autorských práv je každý: velcí i malí umělci, renomovaní i neznámí autoři (což mohou být právě učitelé nebo studenti). Powerpointová prezentace pravděpodobně podléhá autorským právům. Tento informační list autorským právům podléhá rozhodně.

Pro získání ochrany autorským právem musí být výtvar originální. Jednoduše řečeno: dílo je originální, pokud odráží osobnost autora a je vyjádřením jeho svobodných a tvůrčích rozhodnutí.

Klasickým příkladem jsou dva malíři, kteří sedí ve stejném okamžiku před jedním modelem: zatímco předmět je stejný, díla jednotlivých malířů se budou lišit.



Mezi originální díla patří romány, hry, poezie, hudba, písně, kresby, obrazy, sochy, fotografie, filmové scénáře, filmy a videa, textilní vzory, architektonické plány, databáze a počítačové programy.

Většina z nás si z internetu někdy zkopírovala fotografii chráněnou autorskými právy. Všichni jsme si stáhli film nebo písničku. Na to všechno se vztahují právní předpisy o autorském právu.

Právní předpisy o autorském právu udělují tvůrci výlučná práva k určení, zda a za jakých podmínek může být jeho originální dílo použito někým jiným. Autorské právo uděluje jeho vlastníkově dvě práva:

Jaká jsou vaše práva podle právních předpisů o autorských právech?

Ekonomické právo

- k využívání díla. Právo kontrolovat reprodukci díla, jeho prezentaci veřejnosti, překlad, adaptaci, distribuci a další prodej. Tvůrci poskytuje dlouhodobou ochranu, která je odměnou a zároveň zajišťuje, aby jeho rodina mohla těžit z ekonomických výhod plynoucích z díla a jeho úspěchu.
- na uznání jako autora vašeho originálního díla. Morální práva jsou práva, která jsou v Evropě obecně uznávaná, i když se úroveň jejich ochrany v jednotlivých zemích liší.

Morální právo

Patří mezi ně právo:

- na uvedení jména tvůrce,
- nechat zveřejnit dílo anonymně nebo pod pseudonymem,
- na integritu díla, což jej chrání před změnami, zkrácením nebo zkomolením,
- rozhodnout, zda a kdy bude dílo zveřejněno. Jelikož se má obecně za to, že když autor zpřístupní své dílo veřejnosti, odhaluje společnosti část své osobnosti, běžně se uznává, že morální práva nejsou časově omezena.

Jak je dílo chráněno autorským právem?

Pokud jde o ochranu autorských práv, neexistuje žádný požadavek na zápis. Ochrana existuje od okamžiku vytvoření díla. V některých zemích jsou k dispozici nepovinné procesy zápisu. Zápis může být užitečný pro účely dokazování, protože může pomoci prokázat, že dílo již k určitému datu existovalo.

Doba ochrany autorských práv je velmi dlouhá. V EU trvá ochrana po celý život autora a ještě 70 let po jeho smrti.

Autorské právo má uzemní povahu. Jinými slovy, ochrana je poskytována pro jednotlivé země. Existují však mezinárodní nástroje, například mezinárodní úmluvy obsahující pravidla platná pro země celého světa, které stanoví určité minimální standardy ochrany autorských práv.

Jaké jsou výjimky z práv tvůrce?

Díla lze použít bez souhlasu autora nebo držitele práv zejména pro tyto účely (existují však i jiné výjimky):

reprodukce díla pro soukromé použití

použití krátkých citací z díla pro účely kritiky nebo recenze

použití výňatků za účelem ilustrace pro výuku nebo vědecký výzkum

Často kladené dotazy, které mají informovat spotřebitele o tom, co je a co není legální z hlediska používání autorských práv a souvisejícího obsahu chráněného právy na internetu, naleznete pod tímto odkazem [úřad EUIPO – Často kladené dotazy ohledně autorského práva](#).



Ochranné známky

Co je ochranná známka?

Ochranná známka je rozlišovací označení, které identifikuje výrobky a služby pocházející od konkrétní společnosti a odlišuje je od výrobků a služeb jejich konkurentů. Může se jednat o slovo, obrázek, symbol nebo tvar, obrazový prvek, slogan, barvu nebo dokonce zvuk.



Ochranná známka není chráněna sama o sobě. Její ochrana se pojí s konkrétním výrobkem a/nebo konkrétní službou. Název Nike tedy chráněn není. Název „Nike“ ve vztahu ke sportovnímu oblečení však ochraně podléhá. Teoreticky to znamená, že někdo může používat název „Nike“ také k prodeji jiných, nesouvisejících výrobků, jako jsou ovoce a zelenina. Některým dobře známým ochranným známkám (například Nike) však lze poskytnout rozsáhlejší ochranu, což znamená, že není povoleno používat výraz NIKE ani ve vztahu k jiným výrobkům a službám než k obuvi.

Ochranná známka je právo duševního vlastnictví, které podnikům umožňuje:

- vytvořit spojení mezi jejich výrobky a službami a jejich zákazníky,
- získat věrnost zákazníků a vytvořit povědomí o značce,
- odlišit své výrobky a služby od výrobků a služeb konkurenčních společností.

Ochranné známky:

- jsou základním prvkem úspěchu z hlediska obchodní konkurence,
- představují investici společnosti do její image a značky,
- jsou upřednostňovaným právem duševního vlastnictví většiny společností,
- jsou často nejcennějším aktivem společnosti.

Dobrá ochranná známka by neměla mít žádnou souvislost s výrobky a službami, na které se vztahuje. Není možné získat ochranu pro spojení „sportovní obuv“, která by se vztahovala na sportovní obuv obecně, protože by to zabránilo komukoli jinému používat slova „sportovní obuv“ k prodeji jeho sportovní obuvi. Oproti tomu výraz „Nike“ nemá žádný přímý a zřejmý vztah k výrobkům, na které se vztahuje, a kdokoli může prodávat sportovní obuv pod jakýmkoli jiným názvem. Ochranné známky nemají vliv na kreativitu nebo inovaci podniků. Jedná se o rozlišovací označení, která lze chránit nekonečně, pokud splňují následující požadavky. Ochranná známka:

musí být jasná, přesná, snadno přístupná a objektivní

musí mít rozlišovací způsobilost

nesmí klamat veřejnost

musí být dostupná

musí se týkat seznamu výrobků a/nebo služeb

Jak je ochranná známka chráněna?

Aby byly chráněny, musí být ochranné známky zapsány. V závislosti na tom, kde mají přihlašovatelé v úmyslu podnikat, mohou požádat:

- o ochranu v jednotlivých zemích prostřednictvím vnitrostátních úřadů duševního vlastnictví,
- o ochrannou známku Evropské unie prostřednictvím [Úřadu Evropské unie pro duševní vlastnictví](#) (EUIPO),
- o ochranu ve více zemích prostřednictvím jedné přihlášky, která je poté odeslána a zpracována v každé z vybraných zemí, a to prostřednictvím [Světové organizace duševního vlastnictví](#) (WIPO).

Zápis ochranné známky poskytuje ochranu po dobu několika let, obvykle deseti, ode dne podání přihlášky, přičemž ho lze neomezeně obnovovat na dobu dalších deseti let.

Jaké jsou výhody ochranných známek?

Ekonomická hodnota

Ochranné známky jsou jedním z nejoblíbenějších a nejcennějších aktiv společností. Pro společnosti mohou mít obrovskou ekonomickou hodnotu a velký význam.

Proces zápisu

Proces zápisu je obvykle bezproblémový a rychlý. Získat ochranu pro ochrannou známku lze během několika týdnů.

Ochrana

Nabízejí širokou právní ochranu. Vlastník je oprávněn zabránit třetím osobám v užívání ochranné známky v obchodním styku. To se týká nejen jakéhokoli totožného označení pro stejné výrobky a služby, ale také jakéhokoli podobného označení pro podobné výrobky a služby, pokud existuje nebezpečí záměny ze strany veřejnosti.

Jaké jsou nevýhody ochranných známek?

Náklady

Vlastník ochranné známky musí za zápis a obnovu ochranné známky zaplatit (ale mnohem méně než u patentů).

Povinnost užívání

Povinnost užívat ochrannou známku pro výrobky a služby, pro které byla zapsána. Pokud k takovému užívání nedojde po uplynutí určité doby (obvykle pěti let), může být ochranná známka zrušena.

Druhové použití názvu

Vlastníci ochranných známek musí zajistit, aby se z jejich zapsaného označení nestal druhový název, tj. název běžně používaný k popisu dotčených výrobků nebo služeb.

Průmyslové vzory

Co je průmyslový vzor?

Průmyslový vzor je právo duševního vlastnictví, které se vztahuje na vzhled výrobku. Podle právní definice se jedná o vnější nebo viditelný vzhled výrobku jako celku nebo jeho části vyplývající z jeho znaků. Těmito znaky mohou být linie, barvy, tvary, struktury povrchu, obrysy, materiály nebo dekor. Tato velmi široká definice pokrývá téměř jakoukoli tvorbu s viditelnými aspekty.

Jako průmyslové vzory lze chránit:

- jakékoli průmyslově nebo řemeslně vyrobené předměty nebo výrobky,
- obaly,
- grafické symboly,
- součástky sestavené do jednoho složeného výrobku,
- kresby a umělecká díla.

Aby mohl být výrobek průmyslovým vzorem, nemusí být vyráběn v průmyslovém měřítku nebo mít uměleckou hodnotu.

Úspěch a důležitost průmyslového vzoru spočívá v jeho přitažlivosti pro uživatele výrobku. Uživatelé jsou často přitahováni vysoce kreativními průmyslovými vzory. Nové tvary nebo barvy mohou výrazně zvýšit prodej běžných výrobků, a proto se design výrobku může stát klíčovým prvkem ve snaze společnosti zatraktivnit její výrobky pro uživatele. V důsledku toho mohou mít průmyslové vzory velmi vysokou obchodní hodnotu a výrobce může vytvořením nového vzhledu svého výrobku získat rozhodující výhodu na trhu.

Aby byl vzhled výrobku v Evropě způsobilý k ochraně jako průmyslový vzor, musí splňovat dva požadavky:

Novost: Průmyslový vzor je považován za nový, pokud přede dnem podání přihlášky nebyl zpřístupněn veřejnosti shodný průmyslový vzor.

Individuální povaha: Průmyslový vzor musí vyvolávat u „informovaného uživatele“ celkový dojem, který se liší od celkového dojmu jakéhokoli jiného průmyslového vzoru, který byl veřejnosti zpřístupněn dříve. „Informovaný uživatel“ je prostředník, který není ani původcem, ani technickým odborníkem.

Z ochrany poskytované průmyslovými vzory jsou vyloučeny tyto výrobky:

- počítačové programy,
- výrobky odporující veřejnému pořádku nebo dobrým mravům, například obscénní, rasistické nebo nemorální obrázky nebo zprávy,
- výrobky, které obsahují chráněné oficiální symboly nebo znaky, jako je státní vlajka,
- neviditelné součástky složených výrobků,
- znaky vzhledu výrobku podmíněné pouze technickou funkcí.

Jak je průmyslový vzor chráněn?

Aby získal plnou ochranu, musí být průmyslový vzor zapsán. Průmyslové vzory lze zapsat:

- v jednotlivých zemích prostřednictvím vnitrostátních úřadů duševního vlastnictví,
- na úrovni Evropské unie jako průmyslový vzor Společenství, který automaticky získává ochranu ve všech členských státech EU prostřednictvím jediného zápisu u [Úřadu Evropské unie pro duševní vlastnictví](#) (EUIPO),
- prostřednictvím mezinárodní přihlášky, kterou vyřizuje [Světová organizace duševního vlastnictví](#) (WIPO).

Zápis je rychlý a průmyslový vzor Společenství lze zapsat během několika dnů. Ochrana průmyslového vzoru je časově omezená. V Evropské unii je počáteční období ochrany pět let od data podání přihlášky. Ochranu lze obnovovat na další pětiletá období, maximálně na 25 let.

Jaké jsou výhody zapsaných průmyslových vzorů?

Oficiální název

Prokázat existenci a vlastnictví průmyslového vzoru.

Výlučnost

Ochrana nabízená zapsanými právy dává vlastníkovému průmyslového vzoru výlučné právo jej používat.

Ochrana

Vlastník zapsaného průmyslového vzoru může zabránit třetím stranám v užívání chráněného průmyslového vzoru v různých podobách, včetně: výroby, nabízení nebo uvádění chráněného průmyslového vzoru na trh, dovozu, vývozu nebo používání výrobku, v němž je průmyslový vzor ztělesněn, a skladování takového výrobku pro tyto účely.

Nezapsané průmyslové vzory

V Evropě může průmyslový vzor získat ochranu pro celou Evropskou unii také automaticky, tedy bez zápisu. Tato ochrana je však omezená a trvá pouze tři roky ode dne, kdy byl průmyslový vzor poprvé zpřístupněn veřejnosti v Evropské unii. Tato ochrana je použitelná pouze proti identickým kopiím průmyslového vzoru. Tento systém ochrany se často používá v módním průmyslu.

Zeměpisná označení

Co je zeměpisné označení?

Zeměpisné označení je označení používané na výrobcích, které mají konkrétní zeměpisný původ a jejichž vlastnosti nebo pověst lze přičíst tomuto původu. Zeměpisná označení se obvykle používají pro zemědělské výrobky, potraviny, víno a lihoviny, řemeslné a průmyslové výrobky a odkazují na místní názvy. Ochranu lze přičíst také názvům, které nejsou zeměpisné, pokud jsou spojeny s konkrétním místem. Například sýr feta není pojmenován podle místa, ale podle italského slova „fetta“, což znamená „plátek“, které se stalo součástí řečtiny v 17. století. Existuje však několik faktorů, jako je skutečnost, že 85 % spotřeby sýru feta na obyvatele a rok připadá na Řecko nebo skutečnost, že se feta obvykle prodává s etiketami odkazujícími na řecké kulturní tradice a civilizaci, což má za následek, že spotřebitele v EU vnímají fetu jako inherentně řecký výrobek.

Aby mohl název fungovat jako zeměpisné označení:

- musí identifikovat výrobek jako výrobek pocházející z daného místa (např. Chianti označuje víno pocházející z italské oblasti Chianti nebo sýr Roquefort pochází z francouzského regionu Roquefort-sur-Soulzon),
- kvalita, vlastnosti nebo pověst výrobku by měly být možné přičíst místu jeho původu (např. vlastnosti vína Chianti jsou způsobeny hrozny pěstovanými v půdě daného konkrétního italského regionu, zatímco vlastnosti sýru Roquefort vyplývají z vlastností mléka z původních plemen ovcí krměných podle tradice, jakož i z vlastností jeskyní, ve kterých tento sýr zraje).

Ochrana zeměpisných označení v Evropské unii

Chráněná označení původu identifikují výrobky, které jsou vyráběny, zpracovávány a připravovány v určité zeměpisné oblasti, s využitím uznávaného know-how místních výrobců a přísad z daného regionu.

Výrobky s chráněným označením původu tedy vyžadují, aby všechny fáze procesu výroby proběhly v příslušné oblasti. Mezi příklady chráněných označení původu patří chráněné označení původu Bordeaux (Francie, víno), chráněné označení původu Cava (Španělsko, víno), chráněné označení původu Manouri (Řecko, sýr).



Chráněná zeměpisná označení označují výrobky, jejichž kvalita nebo pověst souvisí s místem nebo regionem, kde jsou vyráběny, zpracovávány nebo připravovány, přičemž použité přísady nemusí nutně pocházet z této zeměpisné oblasti. Výrobky s logem chráněného zeměpisného označení mají specifickou vlastnost nebo pověst, která je spojuje s daným místem a v této oblasti musí být provedena alespoň jedna fáze výrobního procesu, zatímco suroviny použité při výrobě mohou pocházet z jiné oblasti. Mezi příklady chráněných zeměpisných označení patří České pivo (Česká republika, pivo), Lammefjordskartofler (Dánsko, zelenina) nebo Primorska (Slovinsko, víno).

Zeměpisná označení naleznete na adrese <https://www.tmdn.org/giview/>.

Můžete se také podívat na lahodné recepty s kvalitními evropskými výrobky se zeměpisným označením zde: [recepty zahrnující produkty s chráněným zeměpisným označením](#).

Obchodní tajemství

Co je obchodní tajemství?

Pojem „obchodní tajemství“ může znít staromódně. V době okamžitého vyhledávání na internetu se jen velmi málo informací jeví jako neznámých nebo nezjistitelných. Obchodní tajemství však stále hrají – a pravděpodobně vždy budou hrát – důležitou roli při zajišťování konkurenceschopnosti podniků. Společně s ochrannými známkami jsou obchodní tajemství klíčovými prvky mnoha franšizových sítí, jako jsou restaurace rychlého občerstvení, kadeřnictví, obchody s oblečením atd.

Obchodní tajemství, někdy označovaná jako know-how, jsou důvěrné obchodní informace, které podniku poskytují konkurenční výhodu. Obchodní tajemství je informace, kterou nezná nikdo jiný než společnost, která dotčený výrobek vlastní, a její zaměstnanci.

Obchodní tajemství zahrnuje výrobní/průmyslová tajemství a obchodní tajemství. Mezi obchodní tajemství patří mimo jiné způsoby prodeje, způsoby distribuce, profily spotřebitelů, reklamní strategie, seznamy dodavatelů a klientů, ceníky a samozřejmě výrobní procesy.

Mohou to být pozitivní informace (osvědčené postupy) i negativní informace (chyby, kterých je třeba se vyvarovat).

Jaká jsou kritéria obchodního tajemství?

Obchodní tajemství může být obchodním tajemstvím pouze tehdy, pokud zůstává tajemstvím. Pro informace obsažené v obchodním tajemství platí:

informace musí mít obchodní, komerční nebo ekonomickou hodnotu,

informace nesmí být známá,

informace nesmí být jednoduše zjištělná,

musí být prokázáno přiměřené úsilí vynaložené k zachování tajemství.

TOP SECRET

Je obchodní tajemství právem duševního vlastnictví?

Ne. Obchodní tajemství jako takové není právem duševního vlastnictví. Držitel obchodního tajemství nemá výlučné právo na jeho vytvoření. Nemůže zabránit konkurentům toto tajemství odhalit nebo vymyslet stejné řešení.

Obchodní tajemství může být nezávislé nebo může doplňovat patent. Obchodní tajemství jsou hojně využívána v tvůrčím procesu vedoucím k inovacím. Dokud není vynález podán k zápisu k ochraně, musí vynálezce věnovat velkou pozornost zachování důvěrné povahy vynálezu, aby bylo vyhověno požadavku na novost.

Ve franšizových dohodách poskytuje poskytovatel franšizy jejím nabyvatelům příslušné know-how, které je pravidelně aktualizováno, aby byla zachována konkurenční výhoda franšizové sítě.

Obchodní tajemství je právně chráněno pouze v případech, kdy někdo získal důvěrné informace nelegitimním způsobem (např. špionáží, krádeží nebo úplatkem).

Patenty

Co je patent?

Patent poskytuje inovátorům ochranu vynálezu. Vynález je řešením konkrétního technologického problému ve formě výrobku nebo procesu, který zlepšuje nebo usnadňuje život. Když je nové řešení úspěšné, stane se silným nástrojem v rukou inovátora a důležitou konkurenční výhodou pro danou společnost na trhu.

Je tedy vysoce pravděpodobné, že konkurenti budou chtít vyrábět podobné nebo identické výrobky. V rámci ochrany inovátora a podpory další kreativity umožňuje patent inovátorovi zabránit ostatním v předělání, používání, prodeji nebo dovozu výrobku, který kopíruje jeho vynález.

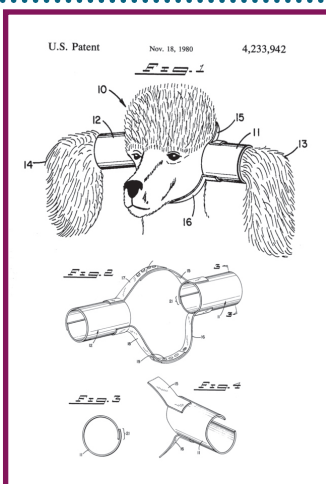
Patent blokuje konkrétní technologii a vylepšení, platnost patentu je tudíž časově omezená. Maximální doba ochrany evropského patentu je 20 let od data podání.

Vynálezy mohou být něco tak jednoduchého jako hračka nebo něco tak složitého jako jaderná zbraň. Nejvyšší soud Spojených států kdysi dospěl k závěru, že mezi patentovatelné předměty patří „cokoli pod sluncem, co je vyrobené člověkem“. Aby byl vynález patentovatelný v Evropě, musí splňovat tři požadavky:

Novost: Dosud nebyl veřejnosti znám v žádné podobě, nikde a nikdy.

Inovativní prvek: Vynález musí jít o krok dále, než dosavadní řešení. Nemůže být pouze jednoduchým „pokračováním“ nebo jednoduchou „variací“ již existujícího řešení.

Průmyslová použitelnost: Může být vyráběn nebo používán v průmyslovém měřítku.



Například:

Tento vynález je zařízením na ochranu uší zvířat, zejména dlouhosrstých psů, před znečištěním potravou při krmení.

Toto zařízení je tvořeno trubicovým dílem pro zachycení nečistot a ochranu obou uší zvířete a dílem pro udržení trubicového dílu a uší zvířete pryč od tlamy, a tedy i potravu zvířete při krmení.

Jak probíhá zápis patentu?

O zápis patentu může požádat podnik nebo inovátor:

- v konkrétní zemi prostřednictvím vnitrostátního patentového úřadu,
- v jedné nebo více evropských zemích prostřednictvím [Evropského patentového úřadu](#) (EPO),
- na celosvětové úrovni prostřednictvím [Světové organizace duševního vlastnictví](#) (WIPO).

Jaké jsou nevýhody patentů?

Čas

Zpracování přihlášky může trvat roky.

Zveřejnění

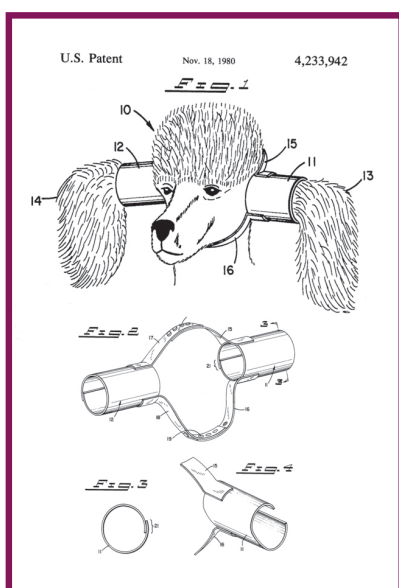
Proces přihlášení k zápisu zahrnuje zveřejnění technických podrobností (tajemství vynálezu).

Náklady

Patent je nutné každoročně obnovovat. Vzhledem k tomu, že vynálezy jsou často chráněny několika patenty, mohou se náklady rychle nahromadit.

Získání patentové ochrany nezaručuje obchodní úspěch. Inovátor musí zajistit, aby výhody patentu převažovaly nad časem, úsilím a penězi potřebnými k jeho získání a udržení. Při zápisu patentu musí společnost podrobně popsat svůj vynález a odhalit svá tajemství. Patent nechrání výrobky jako takové, chrání různé inovativní prvky, které se nazývají patentové nároky. Vypracování řádných patentových nároků je samo o sobě uměním a musí být provedeno patentovými zástupci.

Patentový nárok:



Zařízení na ochranu uší zvířete sestávající:

- z dvojice trubicovitých chráničů, z nichž každý je tvořen vrstvou samotvarovatelného materiálu, který se v přirozeném stavu obvykle zformuje do uvedeného trubicového tvaru,
- přičemž každý z uvedených chráničů lze po délce otevřít, aby umožňoval snadné vložení ucha zvířete,
- polohovacích prostředků pro flexibilní spojení konce jednoho chrániče s koncem druhého chrániče v příslušném odstupu a pro připevnění uvedeného zařízení k hlavě zvířete tak, že podélná osa každého chrániče a část každého ucha zvířete jsou drženy celkově vodorovně a přibližně kolmo k hlavě zvířete, přičemž konce uší zvířete jsou od sebe vzdáleny více než na šířku hlavy zvířete.

Mnoho velkých společností používá k ochraně svých výrobků, které by mohly být zapsány jako patenty, jiná práva duševního vlastnictví, čímž neodhalí svá tajemství. Například společnost Coca Cola si nikdy nepatentovala recepturu svých výrobků – raději ji tajila. Tato strategická volba pomohla společnosti zajistit, aby „Coca Cola“ zůstala slavnou, aniž by riskovala zveřejnění svého receptu. V tomto případě rozhodnutí o zápisu patentu závisí také na míře tajnosti a technické stránce patentu. Pokud lze vynález snadno vytvořit pomocí zpětné analýzy, například rozebráním motoru, tajná ochrana nebude fungovat. V případě Coca Coly zvolený postup fungoval, protože její recept je obtížné zjistit.

Kvíz v oblasti duševního vlastnictví

1 Duševní vlastnictví ...

- A existuje již dlouhou dobu
- B sestává ze souboru práv
- C chrání výtvoř
- D vše výše uvedené

2 Duševní vlastnictví může ...

- A chránit vynálezy
- B chránit písemná díla a prezentace
- C pro podnik představovat přidanou hodnotu
- D vše výše uvedené

3 Aby mohl získat patentovou ochranu, musí vynález ...

- A být nový
- B jít o krok dále než dosavadní řešení
- C být průmyslově použitelný
- D vše výše uvedené

4 Ochranná známka ...

- A chrání vynález
- B chrání důvěrné informace
- C odlišuje výrobky a služby
- D chrání vzhled výrobků

5 Průmyslový vzor ...

- A je vnější vzhled výrobku jako celku nebo jeho části
- B nemusí být zapsán, aby byl plně chráněn
- C musí mít uměleckou hodnotu
- D obvykle nemá vysokou obchodní hodnotu

6 Autorská práva nabývají účinnosti ...

- A zveřejněním nebo vystavením výtvoř
- B automaticky při vytvoření díla
- C při zápisu výtvoř
- D když se výtvoř stane hodnotným

7 Co z následujícího je chráněno autorským právem?

- A počítačové programy a databáze
- B fotografie a videoklipy
- C partitury a texty písní
- D vše výše uvedené

8 Pokud má student skvělý inovativní nápad, měl by ...

- A být opatrný, pokud o něm někomu říká
- B si nechat poradit, jak jej chránit
- C jej zveřejnit v sociálních médiích, aby se stal známým
- D správně jsou odpovědi A a B

9 Na průměrný chytrý telefon se vztahuje ... patentů.

- A 250
- B 2 500
- C 25 000
- D 250 000

10 Automobil je chráněn ...

- A patenty
- B ochrannou známkou a zapsaným průmyslovým vzorem
- C autorským právem
- D vším výše uvedeným

0dpovědi: 1D 2D 3D 4C 5A 6B 7D 8D 9D 10D