

Η ΠΙ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ

Βασικά στοιχεία της ΠΙ
για τους διδάσκοντες

Βασικά στοιχεία
της ΠΙ
για τους
διδάσκοντες

Βασικά στοιχεία της ΠΙ για τους διδάσκοντες

Εισαγωγή

Το σχολείο σας σάς ζητεί να προετοιμάσετε ένα έργο στο πλαίσιο ενός εθνικού εκπαιδευτικού διαγωνισμού. Έχετε το κίνητρο. Συλλαμβάνετε μια σπουδαία ιδέα. Καταβάλλετε μεγάλες προσπάθειες προετοιμάζοντας ένα λεπτομερώς επεξεργασμένο έργο προκειμένου να κερδίσετε το βραβείο για το σχολείο σας. Τότε, ένας πρώην συνάδελφος που εμπιστευόσαστε και του είχατε δείξει το έργο σας παρουσιάζει ένα ανάλογο έργο για το νέο του σχολείο, το οποίο κερδίζει το πρώτο βραβείο. Πώς νιώθετε;

Η πνευματική ιδιοκτησία (ΠΙ) προστατεύει τις δημιουργίες της ανθρώπινης διάνοιας ή του ανθρώπινου μυαλού, ο δε σκοπός των δικαιωμάτων ΠΙ είναι αυτή ακριβώς η προστασία σας από μια ανάλογη κατάσταση.

Η ΠΙ δεν είναι κάτι νέο:

Η ιδέα της ΠΙ δεν είναι νέα. Ορισμένοι υποστηρίζουν ότι χρονολογείται από το 500 π.Χ., όταν οι άνθρωποι άρχισαν να κατασκευάζουν εργαλεία για τη διασφάλιση της επιβίωσής τους και την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής τους. Το πρώτο δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας προέκυψε όταν η ελληνική πόλη Σύβαρις επέτρεψε στους πολίτες της να αποκτήσουν δίπλωμα ευρεσιτεχνίας για «κάθε νεωτερισμό που προάγει τον πολυτελή βίο».

Η πολιτεία ήθελε να ανταμείψει τη δημιουργία πρωτότυπων συνταγών και προϊόντων μαγειρικής. Έκτοτε έχουν παρουσιαστεί πολλοί νεωτερισμοί και έχουν θεσπιστεί πολλοί νόμοι που αφορούν στην πνευματική ιδιοκτησία. Ωστόσο, ο σκοπός του δικαίου της ΠΙ υπήρξε ανέκαθεν και παραμένει διαχρονικά ο ίδιος - να δώσει ώθηση στη δημιουργικότητα. Για την επίτευξη του σκοπού αυτού παρέχεται στον δημιουργό κάποιο είδος αποκλειστικού προνομίου στη χρήση της δημιουργίας του.

Στην εποχή μας τα αντικείμενα που αποτελούν μέρος της καθημερινής μας ζωής γίνονται ολοένα και πιο πολύπλοκα. Για παράδειγμα, ένα έξυπνο τηλέφωνο προστατεύεται από εκατοντάδες ή χιλιάδες δικαιώματα ΠΙ. Το ίδιο ισχύει για την πλειονότητα των αντικειμένων και των υπηρεσιών που αποτελούν μέρος του σύγχρονου τρόπου ζωής.



Τα **σήματα** είναι διακριτικά σήματα που χρησιμεύουν στη διαφοροποίηση των προϊόντων και των υπηρεσιών μιας εταιρίας από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες των ανταγωνιστών της. Πίσω από μια εμπορική επωνυμία βρίσκονται οι άνθρωποι που εργάζονται, επενδύουν, ερευνούν και αναπτύσσουν προϊόντα και υπηρεσίες που βελτιώνουν διάφορες πτυχές της ζωής μας.

Σήματα

- Όνομα τηλεφώνου
- Ήχος έναρξης
- Λογότυπο Instagram



Κάποιοι άνθρωποι αφιερώνουν χρόνια ή ακόμη και δεκαετίες για μια εφεύρεση που θα μπορούσε να αλλάξει τον κόσμο. Άλλοι συλλαμβάνουν μια μεγαλοφυή ιδέα σε μια στιγμή έμπνευσης. Η ιδέα στην οποία βασίζονται τα **διπλώματα ευρεσιτεχνίας** είναι ότι οι εφευρέτες χρήζουν ανταμοιβής για τη σκληρή δουλειά και για τις ιδέες τους. Σε αντάλλαγμα της κοινοχρησίας της εφεύρεσης με την ανθρωπότητα, οι δικαιούχοι διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας αποκτούν αποκλειστικά δικαιώματα στην κατασκευή, την πώληση ή την καθ' οιονδήποτε άλλον τρόπο διανομή της εφεύρεσής τους.

Διπλώματα ευρεσιτεχνίας

- Μέθοδοι επεξεργασίας δεδομένων
- Λειτουργικά συστήματα
- Χειρισμός της διεπαφής χρήστη



Το **σχέδιο ή υπόδειγμα** περιλαμβάνει την εμφάνιση οποιουδήποτε προϊόντος (ή μέρους κάποιου προϊόντος) -το σχήμα και το χρώμα, τα χρησιμοποιούμενα υλικά, τη συσκευασία, ώστε σχεδόν κάθε προϊόν να μπορεί να καταχωρηθεί ως σχέδιο ή υπόδειγμα. Όμως το σχέδιο ή υπόδειγμα είναι κάτι ακόμη ευρύτερο! Περιλαμβάνει λογότυπα, χάρτες, γραμματοσειρές και άλλα. Το σχέδιο ή υπόδειγμα δεν είναι κατ' ανάγκη όμορφο, ελκυστικό ή καλλιτεχνικής αξίας. Πρέπει απλά να είναι διαφορετικό.

Σχέδια ή υποδείγματα

- Συνολικό σχήμα τηλεφώνου
- Διάταξη και σχήμα πλήκτρων
- Όψη και σχήμα οθόνης



Δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας

- Λογισμικό
- Εγχειρίδια χρήστη
- Ήχοι κλήσης
- Facebook
- Εικόνες

Τα **δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας** είναι ένα σύνολο κανόνων που προστατεύουν καλλιτεχνικά και λογοτεχνικά έργα. Σκεφτείτε κινηματογραφικές ταινίες, ποιήματα, πίνακες, κλπ. Πρόκειται ουσιαστικά για το δικαίωμά σας να αποφασίζετε ο ίδιος ποιος μπορεί να χρησιμοποιεί το έργο σας. Για παράδειγμα, αν υποθέσουμε ότι γράφετε ένα τραγούδι. Εκτός εάν δώσετε την άδεια σας, κανείς δεν μπορεί να το αντιγράψει ή να ισχυριστεί ότι το τραγούδι είναι δικό του. Είναι το δικό σας τραγούδι. Φυσικά, εάν το επιθυμείτε, μπορείτε να δώσετε σε κάποιον την άδεια να το εκτελέσει ή να το ηχογραφήσει.



Το **εμπορικό απόρρητο** είναι απόρρητη επιχειρηματική πληροφορία με εμπορική ή οικονομική αξία, η οποία παρέχει σε μια επιχείρηση ανταγωνιστικό πλεονέκτημα λόγω του απόρρητου χαρακτήρα της. Τα εμπορικά απόρρητα προστατεύονται χωρίς καταχώριση ή τυπικές προϋποθέσεις. Ως εκ τούτου, ένα εμπορικό απόρρητο μπορεί να προστατεύεται για απεριόριστο χρονικό διάστημα. Η πληροφορία πρέπει να πληροί ορισμένες προϋποθέσεις για να εμπίπτει σε καθεστώς προστασίας. Η πληροφορία πρέπει να είναι απόρρητη, να έχει εμπορική αξία και ο κάτοχος του δικαιώματος πρέπει να έχει λάβει εύλογα μέτρα για να τη διατηρήσει απόρρητη. Ωστόσο, οι προϋποθέσεις αυτές διαφέρουν από χώρα σε χώρα. Ως παράδειγμα θα μπορούσε κανείς να επικαλεστεί την περίπτωση συνταγή της Coca-Cola.

Δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας

Τι είναι τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας;

Τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας συγκαταλέγονται μεταξύ των πλέον γνωστών εν γένει δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, ενώ είναι εκείνα που επηρεάζουν περισσότερο τους διδάσκοντες. Τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας προστατεύουν οποιαδήποτε υλική δημιουργία του ανθρώπινου μυαλού, υπό την προϋπόθεση ότι η εν λόγω δημιουργία δεν είναι μια απλή ιδέα.

Ο καθένας είναι κάτοχος κάποιου δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας: οι μεγάλοι καλλιτέχνες, οι λιγότερο γνωστοί καλλιτέχνες, οι αναγνωρισμένοι συγγραφείς, οι μη αναγνωρισμένοι συγγραφείς (οι οποίοι μπορεί να είναι διδάσκοντες ή μαθητές). Μια παρουσίαση PowerPoint ενδέχεται να υπόκειται σε δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας. Το παρόν ενημερωτικό δελτίο υπόκειται αναμφισβήτητα σε δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας.

Για να του χορηγηθεί προστασία μέσω δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας η δημιουργία πρέπει να είναι πρωτότυπη. Για να ειπωθεί απλά, το έργο είναι πρωτότυπο όταν αντικατοπτρίζει την προσωπικότητα του δημιουργού και εκφράζει τις ελεύθερες και δημιουργικές επιλογές του.

Κλασικό παράδειγμα αποτελούν οι δύο ζωγράφοι που κάθονται ταυτόχρονα μπροστά από ένα μοντέλο: ενώ το αντικείμενο είναι το ίδιο, το έργο του κάθε ζωγράφου θα είναι διαφορετικό.

Μεταξύ των πρωτότυπων έργων περιλαμβάνονται μυθιστορήματα, θεατρικά έργα, ποίηση, μουσική, τραγούδια, σχέδια, πίνακες, γλυπτά, φωτογραφίες, κινηματογραφικά σενάρια, κινηματογραφικές ταινίες και βίντεο, κλωστοϋφαντουργικά σχέδια, αρχιτεκτονικά σχέδια, βάσεις δεδομένων και προγράμματα υπολογιστών.

Οι περισσότεροι από εσάς έχετε αντιγράψει μια προστατευόμενη από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας φωτογραφία από το διαδίκτυο για κάποιο μάθημα. Όλοι έχετε μεταφορτώσει μια κινηματογραφική ταινία ή κάποιο τραγούδι. Όλες αυτές οι ενέργειες εμπίπτουν στη νομοθεσία για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας.

Η νομοθεσία για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας εγγυάται στον δημιουργό αποκλειστικά δικαιώματα προκειμένου να αποφασίζει εάν, και υπό ποιους όρους, το πρωτότυπο έργο του μπορεί να χρησιμοποιείται από άλλους. Στον κάτοχο παρέχονται δύο δικαιώματα:

Ποια είναι τα δικαιώματά σας βάσει της νομοθεσίας για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας;

Το οικονομικό δικαίωμα

- στην εκμετάλλευση του έργου. Το δικαίωμα ελέγχου της αναπαραγωγής του έργου, η παρουσίαση του έργου στο κοινό, η μετάφραση, η αναπροσαρμογή, η διανομή και η παρακολούθησή του. Παρέχει στον δημιουργό διαρκή προστασία με σκοπό να τον ανταμείψει και, ταυτόχρονα, να διασφαλίσει ότι η οικογένειά του θα είναι σε θέση να απολαμβάνει τα οικονομικά οφέλη που απορρέουν από το έργο και την επιτυχία του.
- να αναγνωριστεί ως ο δημιουργός του πρωτότυπου έργου σας. Τα ηθικά δικαιώματα είναι δικαιώματα που τυγχάνουν γενικής αναγνώρισης στην Ευρώπη, αν και το επίπεδο προστασίας τους διαφέρει από χώρα σε χώρα.

Το ηθικό δικαίωμα

Περιλαμβάνουν το δικαίωμα:

- αναγραφής του ονόματος του δημιουργού,
- δημοσίευσης του έργου με τήρηση ανωνυμίας ή με χρήση ψευδωνύμου,
- στην ακεραιότητα του έργου, το οποίο απαγορεύει την τροποποίηση, την παραμόρφωση ή την περικοπή του έργου.
- απόφαση σχετικά με το ενδεχόμενο διάδοσης του έργου και τον χρόνο διάδοσής του. Εφόσον συνήθως θεωρείται ότι όταν ένας δημιουργός δημοσιοποιεί το έργο του εκθέτει μια πτυχή της προσωπικότητάς του στην κοινωνία, γίνεται συνήθως αποδεκτό ότι τα ηθικά δικαιώματα δεν γνωρίζουν χρονικούς περιορισμούς.



Πώς προστατεύεται ένα έργο που προστατεύεται με δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας;

Δεν υφίσταται απαίτηση καταχώρισης για την προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η προστασία υφίσταται από τη στιγμή της δημιουργίας του έργου. Σε ορισμένες χώρες είναι διαθέσιμες προαιρετικές διαδικασίες καταχώρισης. Η καταχώριση μπορεί να είναι χρήσιμη για σκοπούς απόδειξης, καθώς μπορεί να βοηθήσει να αποδειχθεί η ύπαρξη του έργου σε συγκεκριμένη ημερομηνία.

Η περίοδος προστασίας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας είναι πολύ μακρά. Στην ΕΕ η προστασία διαρκεί καθ' όλη τη διάρκεια ζωής του δημιουργού και για τα επόμενα 70 έτη μετά τον θάνατό του.

Τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας έχουν εδαφικό χαρακτήρα. Με άλλα λόγια, η προστασία παρέχεται για κάθε χώρα χωριστά.

Ωστόσο, διεθνείς νομικές πράξεις, όπως οι διεθνείς συμβάσεις που περιέχουν κανόνες οι οποίοι ισχύουν σε όλες τις χώρες του κόσμου, θέτουν ορισμένα ελάχιστα πρότυπα για την προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας.

Ποιες είναι οι εξαιρέσεις από τα δικαιώματα του δημιουργού;

Τα έργα μπορούν να χρησιμοποιούνται χωρίς τη συγκατάθεση του δημιουργού ή του κατόχου των δικαιωμάτων κυρίως για τους ακόλουθους σκοπούς, αν και υπάρχουν ορισμένες εξαιρέσεις:

την αναπαραγωγή ενός έργου για ιδιωτική χρήση

τη χρήση σύντομων χωρίων ενός έργου για σκοπούς διατύπωσης κριτικών παρατηρήσεων ή ανασκόπησης

τη χρήση αποσπασμάτων για εκπαιδευτικούς ή ερευνητικούς σκοπούς,

«Συχνές Ερωτήσεις» για την ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με το τι είναι νόμιμο και τι όχι όσον αφορά τη χρήση διαδικτυακού περιεχομένου που προστατεύεται από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενικά δικαιώματα διατίθενται μέσω του ακόλουθου συνδέσμου: [ΣΥΧΝΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕUIPO για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας](#)



Σήματα

Τι είναι ένα σήμα;

Το σήμα είναι ένα διακριτικό σήμα που δηλώνει ότι τα αγαθά και οι υπηρεσίες προέρχονται από μια συγκεκριμένη εταιρεία και τα διακρίνει από εκείνα των ανταγωνιστών της. Μπορεί να είναι μια λέξη, μια εικόνα, ένα σύμβολο ή ένα σχήμα, ένα εικονιστικό στοιχείο, ένα σύνθημα, ένα χρώμα ή ακόμη και ένας ήχος.



Το ίδιο το σήμα αυτό καθ'αυτό δεν προστατεύεται. Προστατεύεται σε σχέση με συγκεκριμένα προϊόντα ή/και υπηρεσίες. Κατά συνέπεια, η επωνυμία «Nike» δεν προστατεύεται. Ωστόσο, η επωνυμία «Nike» σε σχέση με είδη αθλητικής ένδυσης προστατεύεται. Θεωρητικά, κάποιος θα μπορούσε επίσης να χρησιμοποιήσει την επωνυμία «Nike» για να πωλήσει άλλα, μη συναφή προϊόντα, όπως φρούτα και λαχανικά. Ωστόσο, τα ευρέως γνωστά σήματα (όπως αυτό της «Nike») μπορούν να τύχουν αυξημένης προστασίας, υπό την έννοια ότι δεν επιτρέπεται η χρήση του όρου «Nike» σε σχέση με άλλα αγαθά και υπηρεσίες εκτός από υποδήματα.

Το σήμα είναι το δικαίωμα ΠΙ που επιτρέπει στις επιχειρήσεις:

- να δημιουργήσουν έναν δεσμό μεταξύ των προϊόντων και των υπηρεσιών τους και των πελατών τους;
- να εδραιώσουν την αφοσίωση των πελατών και την αναγνώριση της εμπορικής επωνυμίας;
- να διακρίνουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους από αυτά των ανταγωνιστικών εταιρειών.

Τα σήματα:

- αποτελούν ουσιώδες στοιχείο επιτυχίας στο πλαίσιο του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων;
- αντιπροσωπεύουν την επένδυση της εκάστοτε εταιρείας στην εικόνα και την εμπορική της επωνυμία;
- αποτελούν το προτιμώμενο δικαίωμα ΠΙ των περισσότερων εταιρειών;
- είναι συχνά το πολυτιμότερο περιουσιακό στοιχείο μιας εταιρείας.

Ένα καλό σήμα δεν θα πρέπει να συνδέεται καθόλου με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που καλύπτει. Δεν είναι δυνατόν η επωνυμία «αθλητικά υποδήματα» να προστατεύσει αθλητικά υποδήματα, καθώς θα εμπόδιζε οποιονδήποτε άλλον να χρησιμοποιεί τις λέξεις «αθλητικά υποδήματα» για να πωλεί τα αθλητικά του υποδήματα. Ωστόσο, η επωνυμία «Nike» δεν έχει κανέναν άμεσο, προφανή δεσμό με τα προϊόντα που καλύπτει και ο καθένας μπορεί να πωλεί αθλητικά υποδήματα υπό οποιαδήποτε άλλη επωνυμία. Τα σήματα δεν επηρεάζουν τη δημιουργικότητα ή την καινοτομία των επιχειρήσεων. Είναι διακριτικά σήματα τα οποία μπορούν να προστατεύονται επ' αόριστον, υπό την προϋπόθεση ότι πληρούν τις ακόλουθες απαιτήσεις. Πρέπει:

να είναι σαφή, ακριβή, εύκολα προσβάσιμα και αντικειμενικά

να έχουν διακριτό χαρακτήρα

να μη παραπλανούν το κοινό

να είναι διαθέσιμα

να καλύπτουν έναν κατάλογο προϊόντων ή / και υπηρεσιών

Πώς προστατεύεται το σήμα;

Τα σήματα πρέπει να καταχωρίζονται για να προστατεύονται. Ανάλογα με τη χώρα στην οποία σκοπεύουν να εμπορευούνται τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους, οι καταθέτες μπορούν να υποβάλουν αίτηση:

- χωριστά για κάθε χώρα μέσω των εθνικών γραφείων ΠΙ.
- για σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω του [Γραφείου Πνευματικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης \(EUIPO\)](#).
- μέσω του [Παγκόσμιου Οργανισμού Πνευματικής Ιδιοκτησίας \(ΠΟΔΙ\)](#) για την προστασία σε περισσότερες χώρες με μία αίτηση που αποστέλλεται και τυγχάνει επεξεργασίας σε κάθε μια από τις επιλεγμένες χώρες.

Η καταχώριση του σήματος παρέχει προστασία για μια περίοδο αρκετών ετών, συνήθως δέκα (10) ετών, από την ημερομηνία κατάθεσης, η οποία μπορεί να ανανεώνεται για απεριόριστες πρόσθετες περιόδους των δέκα (10) ετών.

Ποια είναι τα πλεονεκτήματα των σημάτων;

Οικονομική αξία

Συγκαταλέγονται μεταξύ των πλέον δημοφιλών και πολύτιμων περιουσιακών στοιχείων της εταιρείας. Μπορούν να έχουν τεράστια οικονομική αξία και σημασία για τις επιχειρήσεις.

Διαδικασία καταχώρισης

Η διαδικασία καταχώρισης είναι συνήθως ομαλή και ταχεία. Η προστασία του σήματος εντός ολίγων εβδομάδων είναι δυνατή.

Προστασία

Τα σήματα προσφέρουν νομική προστασία ευρέος φάσματος. Ο δικαιούχος εμπορικού σήματος δικαιούται να απαγορεύει σε τρίτους την εμπορική χρήση του σήματος. Δεν αφορά μόνο κάθε πανομοιότυπο σήμα για πανομοιότυπα προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά και κάθε παρόμοιο σήμα για παρόμοια προϊόντα και υπηρεσίες, υπό την προϋπόθεση ότι υπάρχει πιθανότητα σύγχυσης από το κοινό.

Ποια είναι τα μειονεκτήματα των σημάτων;

Κόστος

Ο δικαιούχος του σήματος πρέπει να πληρώνει τέλη καταχώρισης και ανανέωσης εμπορικών σημάτων (τα σχετικά ποσά είναι πολύ χαμηλότερα για τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας).

Υποχρέωση χρήσης

Η υποχρέωση χρήσης του σήματος για προϊόντα και υπηρεσίες για τα οποία έχει καταχωριστεί — σε περίπτωση απουσίας τέτοιας χρήσης μετά από συγκεκριμένη χρονική περίοδο (συνήθως 5 ετών) το σήμα μπορεί να ακυρωθεί.

Κοινή χρήση της ονομασίας

Τα εμπορικά σήματα πρέπει να διασφαλίζουν ότι το καταχωρισμένο σήμα δεν καθίσταται κοινή ονομασία, ήτοι ονομασία που χρησιμοποιείται συνήθως για να περιγράψει τα εν λόγω προϊόντα ή τις υπηρεσίες.

Σχέδια ή υποδείγματα

Τι είναι το σχέδιο ή υπόδειγμα;

Το σχέδιο ή υπόδειγμα είναι το δικαίωμα ΔΙ που καλύπτει την εμφάνιση του προϊόντος. Σύμφωνα με τον νομικό ορισμό του, σχέδιο ή υπόδειγμα είναι η εξωτερικά ορατή εικόνα την οποία παρουσιάζει το σύνολο ή μέρη ενός προϊόντος και η οποία προκύπτει από τα χαρακτηριστικά του. Τα χαρακτηριστικά αυτά μπορεί να είναι γραμμές, χρώματα, σχήματα, υφές, περιγράμματα, υλικά ή διακοσμητικά στοιχεία. Ο ιδιαίτερα ευρύς αυτός ορισμός καλύπτει σχεδόν κάθε δημιουργία με ορατές πτυχές.

Ως σχέδια ή υποδείγματα μπορούν να προστατεύονται τα ακόλουθα αντικείμενα:

- κάθε βιομηχανικό αντικείμενο ή προϊόν ή αντικείμενο ή προϊόν χειροτεχνίας
- η συσκευασία
- γραφικά σύμβολα
- εξαρτήματα που προορίζονται για συναρμολόγηση σε ένα σύνθετο προϊόν
- σχέδια και γραφικές παραστάσεις

Ένα προϊόν δεν είναι αναγκαίο να παράγεται σε βιομηχανική κλίμακα ή να έχει καλλιτεχνική αξία για να θεωρηθεί ότι είναι σχέδιο ή υπόδειγμα.

Η επιτυχία και η σημασία ενός σχεδίου ή υποδείγματος απορρέει από την έλξη που ασκεί στους χρήστες του προϊόντος. Οι χρήστες συχνά ελκύονται από εξόχως δημιουργικά σχέδια ή υποδείγματα. Νέα σχήματα ή χρώματα μπορούν να δώσουν ισχυρή ώθηση στις πωλήσεις συνήθων προϊόντων και, ως εκ τούτου, το σχέδιο ή το υπόδειγμα μπορεί να αποτελέσει κρίσιμο στοιχείο της προσπάθειας μιας εταιρείας να καταστήσει τα προϊόντα της ελκυστικότερα για τους χρήστες. Κατά συνέπεια, τα βιομηχανικά σχέδια ή υποδείγματα μπορούν να έχουν υψηλή εμπορική αξία, ο δε κατασκευαστής μπορεί να αποκτήσει κρίσιμο πλεονέκτημα στην αγορά με τη νέα εμφάνιση του προϊόντος του.

Η εμφάνιση του προϊόντος πρέπει να εκπληρώνει τις ακόλουθες δύο προϋποθέσεις προκειμένου να θεωρηθεί επιλέξιμη για προστασία ως σχέδιο ή υπόδειγμα στην Ευρώπη:

Νεωτερισμός: Ένα σχέδιο ή υπόδειγμα θεωρείται νέο εάν δεν έχει διατεθεί στο κοινό κάποιο ταυτόσημο σχέδιο ή υπόδειγμα πριν από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης για την καταχώρησή του.

Ατομικός χαρακτήρας: Το σχέδιο ή υπόδειγμα πρέπει να δίδει διαφορετική γενική εντύπωση στον «ενημερωμένο χρήστη» από εκείνη που δίδει οποιοδήποτε άλλο σχέδιο ή υπόδειγμα που γνωστοποιήθηκε σε προγενέστερο χρόνο. Ο «ενημερωμένος χρήστης» είναι ένας ενδιάμεσος χαρακτήρας, ο οποίος δεν είναι ούτε σχεδιαστής ούτε τεχνικός εμπειρογνώμονας.

Τα ακόλουθα προϊόντα εξαιρούνται από την προστασία του σχεδίου ή υποδείγματος:

- προγράμματα ηλεκτρονικού υπολογιστή·
- προϊόντα που αντίκεινται στη δημόσια τάξη ή τα χρηστά ήθη, για παράδειγμα, εικόνες ή μηνύματα απρεπούς, ρατσιστικού ή ανήθικου περιεχομένου·
- προϊόντα που ενσωματώνουν προστατευόμενα εθνικά σύμβολα ή εμβλήματα, όπως μια εθνική σημαία·
- μη ορατά συστατικά μέρη σύνθετων προϊόντων·
- χαρακτηριστικά της εμφάνισης του προϊόντος τα οποία υπαγορεύονται αποκλειστικά από κάποια τεχνική λειτουργία.

Πώς προστατεύεται ένα σχέδιο ή υπόδειγμα;

Ένα σχέδιο ή υπόδειγμα δεν είναι αναγκαίο να καταχωρισθεί για να προστατεύεται πλήρως. Τα σχέδια ή υποδείγματα μπορούν να καταχωρίζονται:

- χωριστά για κάθε χώρα μέσω των εθνικών γραφείων ΠΙ.
- σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης ως κοινοτικό σχέδιο ή υπόδειγμα τα οποία καλύπτει αυτομάτως όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ με μία και μοναδική καταχώριση μέσω του [Γραφείου Πνευματικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης](#) (EUIPO).
- μέσω διεθνούς αίτησης που εξετάζεται από τον [Παγκόσμιο Οργανισμό Πνευματικής Ιδιοκτησίας](#) (ΠΟΔΙ).

Η διαδικασία καταχώρισης είναι ταχεία και το κοινοτικό σχέδιο ή υπόδειγμα μπορεί να καταχωρισθεί εντός ολίγων ημερών. Η προστασία του σχεδίου ή υποδείγματος έχει περιορισμένη χρονική διάρκεια. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η αρχική περίοδος προστασίας είναι διάρκειας πέντε ετών από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης. Η προστασία μπορεί να ανανεωθεί για πρόσθετες περιόδους πενταετούς διάρκειας και για συνολική περίοδο έως 25 έτη.

Ποιες είναι τα πλεονεκτήματα των καταχωρισμένων σχεδίων ή υποδειγμάτων;

Επίσημος τίτλος

Η απόδειξη της ύπαρξης και της κυριότητας του σχεδίου ή του υποδείγματος.

Αποκλειστικότητα

Η προστασία που παρέχεται από τα καταχωρισμένα δικαιώματα παρέχει στον δικαιούχο του σχεδίου ή του υποδείγματος το αποκλειστικό δικαίωμα της χρήσης του.

Προστασία

Ο δικαιούχος καταχωρισμένου σχεδίου ή υποδείγματος μπορεί να εμποδίσει τη χρήση του προστατευόμενου σχεδίου ή υποδείγματος από τρίτους με διάφορους τρόπους, συμπεριλαμβανομένων: της κατασκευής, προσφοράς ή διάθεσης του προστατευόμενου σχεδίου ή υποδείγματος στην αγορά, της εισαγωγής, εξαγωγής ή χρήσης προϊόντος στο οποίο έχει ενσωματωθεί το εν λόγω σχέδιο ή υπόδειγμα, καθώς και της αποθήκευσης προϊόντος για τους σκοπούς αυτούς.

Μη καταχωρισμένα σχέδια ή υποδείγματα

Στην Ευρώπη, ένα σχέδιο ή υπόδειγμα μπορεί επίσης να τύχει αυτόματης προστασίας χωρίς καταχώριση για ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση. Ωστόσο, η προστασία αυτή είναι περιορισμένη και διαρκεί μόνο επί μία τριετία από την ημερομηνία κατά την οποία το σχέδιο ή υπόδειγμα διατέθηκε για πρώτη φορά στο κοινό εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η προστασία αυτή ισχύει μόνο έναντι των ταυτόσημων αντιγράφων του σχεδίου ή του υποδείγματος. Η βιομηχανία της μόδας χρησιμοποιεί πάρα πολύ το εν λόγω σύστημα προστασίας.

Γεωγραφικές ενδείξεις

Τι είναι η γεωγραφική ένδειξη;

Η γεωγραφική ένδειξη (ΓΕ) είναι ένα σήμα που χρησιμοποιείται σε προϊόντα συγκεκριμένης γεωγραφικής προέλευσης, των οποίων οι ιδιότητες ή/και η φήμη αποδίδονται στην εν λόγω προέλευση. Τα ΠΓΕ χρησιμοποιούνται κατά κανόνα σε γεωργικά προϊόντα, τρόφιμα, οίνους και αλκοολούχα ποτά, προϊόντα χειροτεχνίας και βιομηχανικά προϊόντα και παραπέμπουν σε ονόματα τόπων. Ωστόσο, ακόμη και μη γεωγραφικές ονομασίες μπορούν να προστατεύονται εφόσον συνδέονται με συγκεκριμένο τόπο. Για παράδειγμα, το τυρί φέτα δεν έλκει την ονομασία του από συγκεκριμένο τόπο, αλλά από την ιταλική λέξη «fetta», η οποία σημαίνει «λεπτό τεμάχιο» και ενσωματώθηκε στην ελληνική γλώσσα τον 17ο αιώνα. Ωστόσο, αρκετοί παράγοντες, όπως το γεγονός ότι το 85% της κατανάλωσης τυριού φέτας στην ΕΕ ανά κεφαλή σε ετήσια βάση πραγματοποιείται στην Ελλάδα, καθώς και το ότι η φέτα διατίθεται συνήθως στην αγορά με εμπορικές ονομασίες που παραπέμπουν σε ελληνικές πολιτιστικές παραδόσεις και στον ελληνικό πολιτισμό, ωθούν τους καταναλωτές της ΕΕ να θεωρούν τη φέτα ως εγγενώς ελληνικό προϊόν.

Για να λειτουργήσει ως ΠΓΕ:

- πρέπει να προσδιορίζει το προϊόν ως προερχόμενο από συγκεκριμένο τόπο (π.χ. ως Chianti προσδιορίζεται ο οίνος που προέρχεται από την ιταλική περιφέρεια Chianti ή ως τυρί Roquefort προσδιορίζεται το τυρί που προέρχεται από τη γαλλική περιφέρεια Roquefort-sur-Soulzon).
- οι ιδιότητες, τα χαρακτηριστικά ή η φήμη του προϊόντος θα πρέπει να οφείλονται στον τόπο προέλευσης (π.χ. οι ιδιότητες του Chianti οφείλονται στα σταφύλια που καλλιεργούνται στο έδαφος της συγκεκριμένης ιταλικής περιφέρειας, ενώ οι ιδιότητες του Roquefort οφείλονται στα χαρακτηριστικά του γάλακτος που προέρχεται από ιθαγενείς φυλές προβάτων που τρέφονται με παραδοσιακό τρόπο, καθώς και στα χαρακτηριστικά των σπηλαίων στα οποία πραγματοποιείται η ωρίμανση του τυριού).

Η προστασία που παρέχεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση στα ΠΓΕ

Οι προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης (ΠΟΠ) προσδιορίζουν προϊόντα τα οποία παράγονται, μεταποιούνται και προετοιμάζονται σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή με τη χρήση αναγνωρισμένης τεχνογνωσίας τοπικών παραγωγών και συστατικών από την εν λόγω περιοχή.

Ως εκ τούτου, όλα τα στάδια της διαδικασίας παραγωγής τροφίμων που αφορούν προϊόντα ΠΟΠ θα πρέπει να λαμβάνουν χώρα στην εκάστοτε περιοχή. Παραδείγματα προϊόντων ΠΟΠ αποτελούν, μεταξύ άλλων, το Bordeaux PDO (Γαλλία, οίνος), το Cava PDO (Ισπανία, οίνος) το Μανούρι ΠΟΠ (Ελλάδα, τυρί).



Οι προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις (ΠΓΕ) προσδιορίζουν προϊόντα των οποίων η ποιότητα ή η φήμη συνδέεται με την τοποθεσία ή την περιοχή στην οποία παράγονται, μεταποιούνται ή προετοιμάζονται, μολονότι τα συστατικά που χρησιμοποιούνται δεν είναι απαραίτητο να προέρχονται από τη συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Τα προϊόντα που φέρουν το λογότυπο ΠΓΕ έχουν κάποιο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό ή φήμη που τα συνδέει με συγκεκριμένο τόπο ενώ τουλάχιστον ένα στάδιο της διαδικασίας παραγωγής πρέπει να εκτελείται στη συγκεκριμένη περιοχή, οι δε πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή του εκάστοτε προϊόντος μπορούν να προέρχονται από άλλη περιοχή. Παραδείγματα προϊόντων ΠΓΕ αποτελούν, μεταξύ άλλων, η České pivo (Δημοκρατία της Τσεχίας, μπίρα), η Lammefjordskartofler PGI (Δανία, λαχανικό) ή η Primorska PGI (Σλοβενία, οίνος).

Μπορείτε να αναζητήσετε προϊόντα ΠΓΕ στη διεύθυνση <https://www.tmdn.org/giview/>

Ή να ανακαλύψετε ποιοτικά ευρωπαϊκά προϊόντα ΠΓΕ και γευστικές συνταγές στην ακόλουθη διεύθυνση: [Συνταγές με προϊόντα ΠΓΕ](#)

Εμπορικά απόρρητα

Τι είναι το εμπορικό απόρρητο;

Ο όρος «εμπορικό απόρρητο» μπορεί να ακούγεται παρωχημένος. Στην εποχή των στιγμιαίων διαδικτυακών αναζητήσεων, ελάχιστα πράγματα φαίνεται να είναι άγνωστα ή να μην είναι δυνατό να γίνουν γνωστά. Όμως τα εμπορικά απόρρητα ακόμη διαδραματίζουν —και κατά πάσα πιθανότητα θα εξακολουθήσουν να διαδραματίζουν— σημαντικό ρόλο ως παράγοντες που εξασφαλίζουν στις επιχειρήσεις ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Μαζί με τα σήματα, τα εμπορικά απόρρητα αποτελούν κρίσιμα στοιχεία πολλών δικτύων δικαιόχρησης όπως είναι εστιατόρια ταχείας εστίασεως, κομμωτήρια, καταστήματα ενδυμάτων, κλπ.

Τα εμπορικά απόρρητα, τα οποία ενίοτε αναφέρονται ως τεχνογνωσία, περιλαμβάνουν εμπιστευτικές επιχειρηματικές πληροφορίες που εξασφαλίζουν σε μια επιχείρηση το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα. Το εμπορικό απόρρητο είναι πληροφορία η οποία δεν είναι γνωστή σε κανέναν εκτός από τις επιχειρήσεις που κατέχουν τα προϊόντα και τους εργαζομένους τους.

Τα εμπορικά απόρρητα περιλαμβάνουν τα μεταποιητικά/βιομηχανικά απόρρητα και τα εμπορικά απόρρητα. Περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, μεθόδους πώλησης, μεθόδους διανομής, προφίλ καταναλωτών, διαφημιστικές στρατηγικές, καταλόγους προμηθευτών και πελατών, τιμοκαταλόγους και, όπως είναι φυσικό, διεργασίες παραγωγής.

Οι πληροφορίες μπορεί να έχουν θετικό χαρακτήρα (ορθές πρακτικές) καθώς και αρνητικό χαρακτήρα (σφάλματα προς αποφυγή).

Ποια κριτήρια πρέπει να πληροί μια πληροφορία για να θεωρηθεί εμπορικό απόρρητο;

Ένα εμπορικό απόρρητο μπορεί να είναι εμπορικό απόρρητο μόνον στον βαθμό που παραμένει απόρρητο. Η πληροφορία την οποία αφορά ένα εμπορικό απόρρητο:

πρέπει να έχει επιχειρηματική, εμπορική ή οικονομική αξία.

δεν πρέπει να είναι γνωστή.

δεν πρέπει να είναι εύκολα προσδιορίσιμη.

Πρέπει να καταβάλλονται εύλογες προσπάθειες για τη διατήρηση του απορρήτου.

TOP SECRET

Είναι το εμπορικό απόρρητο δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας;

Η απάντηση είναι αρνητική. Το εμπορικό απόρρητο δεν είναι, αυτό καθαυτό, δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας. Ο κάτοχος εμπορικού απορρήτου δεν έχει αποκλειστικό δικαίωμα επί της δημιουργίας του. Δεν μπορεί να εμποδίσει τους ανταγωνιστές του από την ανακάλυψη της απόρρητης πληροφορίας ή από την εφαρμογή των ίδιων λύσεων.

Τα εμπορικά απόρρητα μπορούν να είναι ανεξάρτητα ή συμπληρωματικά ως προς τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας. Χρησιμοποιούνται εντατικά στη δημιουργική διαδικασία που οδηγεί στην καινοτομία. Έως ότου κατατεθεί αίτηση προστασίας μιας εφεύρεσης, ο εφευρέτης πρέπει να επιδεικνύει ιδιαίτερη μέριμνα για την τήρηση του απορρήτου της εφεύρεσης προκειμένου να πληροί την απαίτηση περί νεωτερισμού.

Στις συμφωνίες δικαιόχρησης (franchise), ο δικαιούχος εκχωρεί στους δικαιούχους τη σχετική τεχνογνωσία η οποία αναβαθμίζεται ανά τακτά χρονικά διαστήματα ώστε να διατηρείται το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του δικτύου δικαιόχρησης.

Τα εμπορικά απόρρητα τυγχάνουν νομικής προστασίας μόνο σε περιπτώσεις κατά τις οποίες κάποιος έχει αποκτήσει τις πληροφορίες εμπιστευτικού χαρακτήρα με παράνομα μέσα (π.χ. μέσω κατασκοπείας, κλοπής ή δωροδοκίας).

Διπλώματα ευρεσιτεχνίας

Τι είναι το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας;

Το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας παρέχει στους καινοτόμους προστασία για κάποια εφεύρεση. Εφεύρεση είναι η λύση που δίδεται σε συγκεκριμένο τεχνολογικό πρόβλημα υπό μορφή προϊόντος ή διαδικασίας που διευκολύνει ή βελτιώνει τη ζωή μας. Όταν μια νέα λύση είναι επιτυχής, καθίσταται ισχυρό εργαλείο στα χέρια του καινοτόμου και σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την εταιρεία που τη διαθέτει στην αγορά.

Ως εκ τούτου, είναι πολύ πιθανό ότι οι ανταγωνιστές θα επιθυμούν να παράγουν παρόμοια ή πανομοιότυπα προϊόντα. Για να προστατεύσει τον καινοτόμο και να ενθαρρύνει περαιτέρω τη δημιουργικότητα, το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας επιτρέπει στον καινοτόμο να εμποδίζει άλλους να μεταποιούν, χρησιμοποιούν, πωλούν ή εισάγουν ένα προϊόν που αντιγράφει την εφεύρεσή τους.

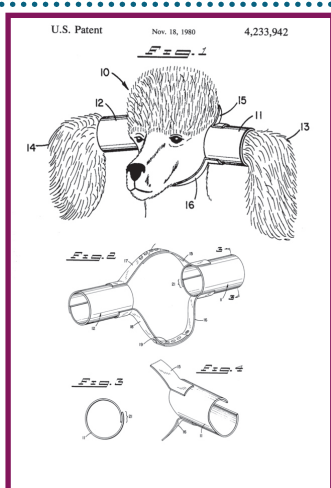
Το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας αποκλείει την πρόσβαση σε συγκεκριμένη τεχνολογία και τις βελτιώσεις της, ως εκ τούτου η χρονική ισχύς του είναι περιορισμένη. Η μέγιστη διάρκεια προστασίας ενός ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας ανέρχεται σε 20 έτη από την ημερομηνία κατάθεσης της σχετικής αίτησης.

Οι εφευρέσεις μπορούν να είναι κάτι τόσο απλό όσο ένα παιχνίδι ή κάτι τόσο πολύπλοκο όσο ένα πυρηνικό όπλο. Το Ανώτατο Δικαστήριο των Ηνωμένων Πολιτειών έκρινε κάποτε ότι με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας μπορεί να προστατευθεί «κάθε ανθρώπινο δημιούργημα». Μια εφεύρεση πρέπει να πληροί τις ακόλουθες τρεις απαιτήσεις για να προστατευθεί με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας στην Ευρώπη:

Νεωτερισμός: Να μην είναι ήδη γνωστή στο κοινό υπό οποιαδήποτε μορφή, οπουδήποτε και σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή.

Εφευρετική δραστηριότητα: Πρέπει να πηγαίνει ένα βήμα παραπέρα από ότι είναι ήδη γνωστό. Δεν μπορεί να αποτελεί απλή «συνέχεια» ή «παραλλαγή» ενός προϊόντος που ήδη υπάρχει.

Βιομηχανικώς εφαρμόσιμο: Μπορεί να κατασκευαστεί ή να χρησιμοποιηθεί σε βιομηχανική κλίμακα.



Για παράδειγμα:

Η συγκεκριμένη εφεύρεση αφορά μια συσκευή που προστατεύει τα αυτιά των ζώων, ιδίως των μακρύτριχων σκύλων, ώστε να μη λερώνονται από την τροφή τους όταν γευματίζουν.

Η συσκευή αποτελείται από ένα κυλινδροειδές εξάρτημα που περικλείει και προστατεύει κάθε αυτί του ζώου, καθώς και ένα εξάρτημα που διατηρεί το κυλινδρικό εξάρτημα και τα αυτιά του ζώου σε απόσταση από το στόμα και την τροφή ενώ το ζώο γευματίζει.

Πώς καταχωρίζεται το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας;

Μια επιχείρηση ή ένας καινοτόμος μπορεί να υποβάλει αίτηση για δίπλωμα ευρεσιτεχνίας:

- σε συγκεκριμένη χώρα μέσω του εθνικού γραφείου διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας
- σε μία ή περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες μέσω του [Ευρωπαϊκού Γραφείου Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας](#) (ΕΓΔΕ)
- σε παγκόσμιο επίπεδο μέσω του [Παγκόσμιου Οργανισμού Πνευματικής Ιδιοκτησίας](#) (ΠΟΔΙ)

Ποια είναι τα μειονεκτήματα των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας;

Διάρκεια

Η χρονική διάρκεια εξέτασης των αιτήσεων μπορεί να είναι πολυετής.

Δημοσίευση

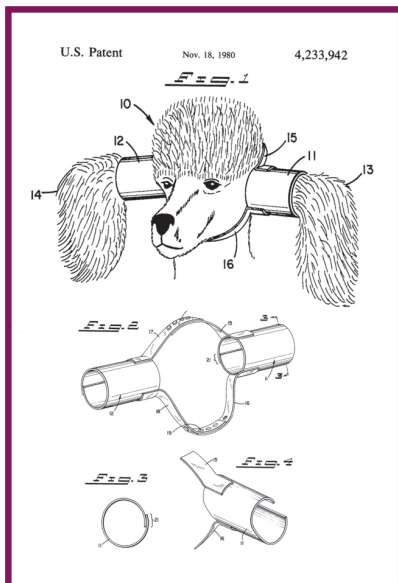
Η διαδικασία αίτησης περιλαμβάνει τη δημοσίευση των τεχνικών στοιχείων (των απόρρητων στοιχείων της εφεύρεσης).

Έξοδα

Το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας πρέπει να ανανεώνεται σε ετήσια βάση. Δεδομένου ότι οι εφευρέσεις συχνά προστατεύονται από περισσότερα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, τα έξοδα ενδέχεται να αυξηθούν ταχέως.

Η απόκτηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας δεν εγγυάται την επιχειρηματική επιτυχία. Ο καινοτόμος πρέπει να διασφαλίσει ότι τα οφέλη που απορρέουν από το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας θα αντισταθμίσουν τον χρόνο, τις προσπάθειες και τα έξοδα που χρειάζονται για την απόκτηση και τη διατήρησή του. Κατά την καταχώριση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας, οι εταιρείες πρέπει να περιγράψουν αναλυτικά την εφεύρεσή τους και να αποκαλύψουν απόρρητα στοιχεία που την αφορούν. Το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας δεν προστατεύει τα προϊόντα αυτά καθαυτά, αλλά τα διάφορα στάδια της καινοτομίας που ονομάζονται αξιώσεις. Η σύνταξη κατάλληλου κειμένου αξιώσεων του διπλώματος ευρεσιτεχνίας είναι εξαιρετικά δύσκολη και πρέπει να διενεργείται από συμβούλους με ειδικευση στα διπλώματα ευρεσιτεχνίας.

Η αξίωση:



Συσκευή για την προστασία των αυτιών των ζώων, η οποία περιλαμβάνει:

- ένα ζεύγος κυλινδρικών προστατευτικών εξαρτημάτων τα οποία σχηματίζονται από φύλλο υλικού με χαρακτηριστικά αυτοστρέβλωσης, το οποίο σε ελεύθερη κατάσταση τείνει να αποκτήσει το εν λόγω κυλινδρικό σχήμα.
- καθένα από τα εν λόγω προστατευτικά εξαρτήματα είναι ανοιγόμενο κατά μήκος ώστε να είναι εύκολα δυνατή η εισαγωγή σε αυτό ενός από τα αυτιά του ζώου.
- η θέση του εξαρτήματος είναι τέτοια ώστε να διατηρείται ικανή απόσταση μεταξύ του εύκαμπτου άκρου του ενός προστατευτικού εξαρτήματος και του άκρου του άλλου προστατευτικού εξαρτήματος και η συσκευή να τοποθετείται με ασφάλεια στο κεφάλι του ζώου ώστε ο διαμήκης άξονας κάθε προστατευτικού εξαρτήματος και μέρος του αυτιού του ζώου να διατηρούνται σε εν γένει οριζόντια θέση και σχεδόν κάθετα στο κεφάλι του ζώου ενώ η απόσταση που χωρίζει τα άκρα των αυτιών του ζώου να είναι μεγαλύτερη από το πλάτος του κεφαλιού του.

Πολλές μεγάλες εταιρείες χρησιμοποιούν άλλα δικαιώματα ΠΙ για να προστατεύουν προϊόντα για τα οποία θα μπορούσαν να είχαν κατατεθεί διπλώματα ευρεσιτεχνίας χωρίς να αποκαλύπτουν απόρρητες πληροφορίες που τα αφορούν. Η Coca Cola, για παράδειγμα, ποτέ δεν απέκτησε δίπλωμα ευρεσιτεχνίας για τη συνταγή των προϊόντων της, προτιμώντας να τη διατηρήσει απόρρητη. Η εν λόγω στρατηγική επιλογή βοήθησε την εταιρεία να διασφαλίσει τη φήμη της «Coca Cola» χωρίς να διακυβευσει την αποκάλυψη της συνταγής της.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, η απόφαση για την καταχώριση διπλώματος ευρεσιτεχνίας εξαρτάται από το μυστήριο που περιβάλλει το προϊόν και από τα τεχνικά του χαρακτηριστικά. Εάν μια εφεύρεση, για παράδειγμα ένας κινητήρας, μπορεί να αποτελέσει εύκολα αντικείμενο αντίστροφης μηχανικής μέσω αποσυναρμολόγησης, η προστασία των απόρρητων πληροφοριών δεν θα αποβεί αποτελεσματική. Στην περίπτωση της Coca Cola, η επιλογή της διατήρησης του απορρήτου της συνταγής υπήρξε πρόσφορη, καθώς η αποκάλυψή της με μεθόδους αντίστροφης μηχανικής είναι εξαιρετικά δύσκολη.

Το κουίζ της ΠΙ

1 Η πνευματική ιδιοκτησία...

- A ανάγεται σε πολύ προγενέστερο χρόνο
- B αποτελείται από ένα σύνολο δικαιωμάτων
- Γ προστατεύει τις δημιουργίες
- Δ εξασφαλίζει όλα τα παραπάνω

2 Η πνευματική ιδιοκτησία μπορεί...

- A να προστατεύει εφευρέσεις
- B να προστατεύει γραπτά έργα και παρουσιάσεις
- Γ να παράγει προστιθέμενη αξία για τις επιχειρήσεις
- Δ να εξασφαλίζει όλα τα παραπάνω

3 Για την απόκτηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας, μια εφεύρεση πρέπει...

- A να συνιστά νεωτερισμό
- B να κάνει ένα βήμα παραπέρα από ό,τι ήδη υπάρχει
- Γ να είναι βιομηχανικώς εφαρμόσιμη
- Δ να πληροί όλες τις παραπάνω απαιτήσεις

4 Το σήμα...

- A προστατεύει μια εφεύρεση
- B προστατεύει απόρρητες πληροφορίες
- Γ διακρίνει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες
- Δ προστατεύει την εμφάνιση των προϊόντων

5 Το σχέδιο ή υπόδειγμα...

- A είναι η εξωτερικά ορατή εικόνα την οποία παρουσιάζει το σύνολο ή μέρη ενός προϊόντος
- B δεν είναι αναγκαίο να καταχωρισθεί για να προστατεύεται πλήρως
- Γ πρέπει να έχει καλλιτεχνική αξία
- Δ δεν έχει συνήθως υψηλή εμπορική αξία

6 Τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας τίθενται σε ισχύ...

- A μόλις το έργο δημοσιευθεί ή εκτεθεί
- B αυτομάτως με τη δημιουργία του έργου
- Γ όταν το έργο καταχωρισθεί
- Δ όταν το έργο είναι πολύτιμο

7 Ποιο από τα παρακάτω προστατεύεται από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας;

- A προγράμματα ηλεκτρονικού υπολογιστή και βάσεις δεδομένων
- B φωτογραφίες και βιντεοκλίπ
- Γ παρτιτούρες και στίχοι τραγουδιών
- Δ εξασφαλίζει όλα τα παραπάνω

8 Εάν ένας φοιτητής έχει μια σημαντική καινοτόμο ιδέα, θα πρέπει...

- A να είναι προσεκτικός όταν μιλά με τρίτους για το θέμα αυτό
- B να ζητήσει συμβουλή σχετικά με την προστασία της
- Γ να τη δημοσιοποιήσει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ώστε να την κάνει ευρέως γνωστή
- Δ οι απαντήσεις A και B είναι ορθές

9 Ένα μέσο έξυπνο τηλέφωνο έχει... διπλώματα ευρεσιτεχνίας.

- A 250
- B 2.500
- Γ 25.000
- Δ 250.000

10 Ένα αυτοκίνητο προστατεύεται από...

- A διπλώματα ευρεσιτεχνίας
- B σήμα και καταχωρισμένο σχέδιο ή υπόδειγμα
- Γ δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας
- Δ εξασφαλίζει όλα τα παραπάνω