

TEOLLIS- JA TEKIJÄNOIKEUDET OPETUKSESSA

TEOLLIS- JA TEKIJÄNOIKEUDET

Perustietoja teollis- ja
tekijänoikeuksista opettajille

*Perustieto-
ja teollis-
ja tekijän-
oikeuksista
opettajille*

Perustietoja teollis- ja tekijänoikeuksista opettajille

Johdanto

Koulusi pyytää sinua valmistelemaan hankkeen kansalliseen koulutuskilpailuun. Olet motivoitunut. Siinä on hieno idea. Panostat paljon yksityiskohtaisen projektin valmisteluun, jotta oma koulusi voitaisi palkinnon. Sitten entinen kollega, johon luotit ja jolle olit näyttänyt työsi, esittelee uuden koulunsa nimissä samankaltaisen projektin, joka saa ensimmäisen palkinnon. Miltä sinusta tuntuu?

Teollis- ja tekijänoikeudet suojelevat älyn ja ihmismielen luomuksia, ja niiden tarkoitus on nimenomaan suojella tällaiselta tapahtumalta.

Ei mikään uusi asia:

Teollis- ja tekijänoikeuksien idea ei ole uusi. Jotkut sanovat, että ne juontavat juurensa vuoden 500 eKr. tienoille, jolloin ihmiset alkoivat valmistaa työkaluja varmistukseksi selviytymisensä ja parantaakseen elämänlaatuaan. Ensimmäinen teollis- ja tekijänoikeus syntyi, kun kreikkalainen Sybarisin kaupunkivaltio antoi kansalaisilleen mahdollisuuden saada patentin ”yllellisyyteen liittyville uusille parannuksille”.

Valtio halusi palkita omaperäisten reseptien ja ruoanlaittotuotteiden luomisen. Sen jälkeen on tehty monia teollis- ja tekijänoikeuksia koskevia parannuksia ja säädetty lakeja. Teollis- ja tekijänoikeuslainsäädännön tarkoitus on kuitenkin aina ollut sama: luovuuden lisääminen. Tarkoituksen saavuttamiseksi teoksen luojalle on annettu jonkinasteinen yksinoikeus luomukseensa.

Nykyään arkielämäämme kuuluvat esineet muuttuvat yhä monimutkaisemmiksi.

Esimerkiksi älypuhelin on suojattu sadoilla tuhansilla teollis- ja tekijänoikeuksilla. Sama pätee useimpiin esineisiin ja palveluihin, jotka ovat osa nykyaikaista elämäämme.



Tavaramerkit ovat erottuvia merkkejä, jotka erottavat yrityksen tuotteet ja palvelut sen kilpailijoista. Tuotemerkin takana on ihmisiä, jotka työskentelevät, investoivat sekä tutkivat ja kehittävät tuotteita ja palveluita, jotka parantavat elämän eri osia alueita.

Tavaramerkit

- Puhelimen nimi
- Tunnussoittoäänäni
- Instagram-logo



Jotkut omistavat vuosia tai jopa vuosikymmeniä keksinnölle, joka voisi muuttaa maailmaa. Jotkut saavat nerokkaan ”heureka”-älynväläyksen. **Patenttien** perusajatus on, että keksijät ansaitsevat palkkion kovasta työstään ja oivalluksistaan. Vastineeksi siitä, että keksijät antavat keksintönsä muun maailman käyttöön, patentinhaltijat saavat yksinoikeudet niiden valmistamiseen sekä myymiseen ja muuhun levittämiseen.

Patentit

- Tietojenkäsittelymenetelmät
- Käyttöjärjestelmä
- Käyttöliittymän toiminta

Tiesitkö,
että nykyaikaisiin älypuheliini liittyy
yli
250 000
aktiivista
patenttia?



Malli käsittää minkä tahansa tuotteen (tai jopa sen osan) ulkonäön - muodon ja värin, käytetyt materiaalit ja pakkauksen, joten lähes kaikki valmistetut tuotteet voidaan rekisteröidä malliksi. Mutta malli on vielä laajempi käsite! Se sisältää logot, kartat, fontit ja paljon muuta. Mallin ei tarvitse olla kaunis, puoleensa vetävä tai taiteellinen, sen on vain oltava erottuva.

Mallit

- Koko puhelimen muoto
- Näppäinten järjestys ja muoto
- Näytön sijainti ja muoto

Tekijänoikeus

- Ohjelmisto
- Käyttöoppaat
- Soittoäänät
- Facebook
- Kuvat

Tekijänoikeus on joukko sääntöjä, jotka suojaavat taiteellisia ja kirjallisia teoksia. Ajattele elokuvia, musiikkia, runoja, maalauksia, sarjakuvia jne. Kyse on periaatteessa oikeudesta päättää yksin, kuka voi käyttää työtäsi. Oletetaan esimerkiksi, että kirjoitat laulun. Ellet anna lupaa, kukaan muu ei voi kopioida sitä tai sanoa sitä omakseen. Se on sinun laulusi. Tietenkin voit antaa jollekulle toiselle luvan esittää sen tai nauhoittaa sen.



Liikesalaisuus on kaupallisesti tai taloudellisesti arvokasta luottamuksellista liiketietoa, joka antaa yritykselle kilpailuedun sen salassapidon vuoksi. Liikesalaisuudet on suojattu ilman rekisteröintiä tai muodollisuuksia. Näin liikesalaisuus voidaan suojata rajoittamattoman pitkäksi ajaksi. Tietojen suojaamiselle on joitakin ehtoja. Tietojen on oltava salaisia, niillä on oltava kaupallista arvoa ja oikeudenhaltijan on täytynyt toteuttaa kohtuullisia toimia niiden salaamiseksi. Tässä on eroja eri maiden välillä. Esimerkkinä mainittakoon kuuluisa Coca-Colan kaava.

Tekijänoikeus

Mikä tekijänoikeus on?

Tekijänoikeus on teollis- ja tekijänoikeuksista laajimmin tunnettu ja opettajille merkittävin. Tekijänoikeus suojaa kaikkia ihmismielen tuotteita edellyttäen, että tuote ei ole pelkkä idea.

Kaikki ovat tekijänoikeuksien omistajia: suuret taiteilijat, pienet taiteilijat, tunnustetut tekijät ja tuntemattomat tekijät (jotka voivat olla opettajia tai opiskelijoita). PowerPoint-esitys on todennäköisesti tekijänoikeuksien alainen. Tämä tietolehtinen on ehdottomasti tekijänoikeuden alainen.

Tekijänoikeussuojan saamiseksi tuotannon on oltava omaperäistä. Yksinkertaisesti sanottuna teos on omaperäinen, kun se heijastaa tekijän persoonallisuutta ja ilmaisee hänen vapaita ja luovia valintojaan.

Klassinen esimerkki on kaksi taidemaalaria, jotka istuvat samalla hetkellä mallin edessä: vaikka aihe on sama, kummankin taidemaalarin työ on erilainen.

Omaperäisiä teoksia ovat romaanit, näytelmät, runous, musiikki, laulut, piirrookset, maalaukset, veistokset, valokuvat, elokuvakäsikirjoitukset, elokuvat ja videot, tekstiilisuunnitelmat, arkkitehtoniset suunnitelmat, tietokannat ja tietokoneohjelmat.

Useimmat ovat kopioineet tekijänoikeudella suojatun valokuvan internetistä oppituntia varten. Kaikki ovat ladanneet jonkin elokuvan tai laulun. Nämä toimet kuuluvat tekijänoikeuslainsäädännön piiriin.

Tekijänoikeuslaki antaa tekijälle yksinoikeuden päättää, voivatko muut käyttää hänen alkuperäistä teostaan ja millä edellytyksillä. Se antaa omistajalle kaksi oikeutta:



Mitkä ovat tekijänoikeuslakien mukaiset oikeutesi?

Taloudellinen oikeus

- teoksen hyödyntämiseen. Oikeus valvoa teoksen jäljentämistä, teoksesta tiedottamista yleisölle, sen kääntämistä, mukauttamista, jakelua ja jälleenmyyntiä. Se antaa teoksen luojalle pitkäaikaisen suojan palkitakseen hänet ja varmistaakseen samalla, että tekijän perhe voi nauttia työstä koituvista taloudellisista eduista ja menestyksestä.
- tulla tunnustetuksi alkuperäisen teoksesi tekijänä. Moraaliset oikeudet tunnustetaan yleisesti Euroopassa, joskin niiden suojataso vaihtelee maittain.

Moraalinen oikeus

Niihin kuuluvat seuraavat oikeudet:

- tulla mainituksi teoksen tekijänä
- julkaista teos nimettömänä tai salanimellä
- säilyttää teoksen eheys, niin että sitä ei saa muuttaa, vääristää tai silpoa.
- päättää, luovutetaanko teos ja milloin se luovutetaan. Yleisesti katsotaan, että asettaessaan teoksensa julkisesti saataville tekijä paljastaa osan persoonallisuudestaan yhteiskunnalle, joten yleisesti tunnustetaan, että moraalilla oikeuksilla ei ole ajallisia rajoituksia.

Miten teos on suojattu tekijänoikeudella?

Tekijänoikeussuoja ei vaadi rekisteröintiä. Suoja alkaa teoksen luomishetkestä. Joissakin maissa on käytettävissä vapaaehtoisia rekisteröintimenettelyjä. Rekisteröinti voi olla hyödyllistä todisteiden esittämisen kannalta, koska se voi auttaa osoittamaan, että työ oli olemassa tietynä ajankohtana.

Tekijänoikeuksien suoja-aika on hyvin pitkä. EU:ssa suoja kestää tekijän eliniän ja 70 vuotta hänen kuolemansa jälkeen.

Tekijänoikeudet ovat alueellisia. Suoja myönnetään siis maakohtaisesti. Kansainvälisissä yleissopimuksissa ja muissa välineissä on kuitenkin maailmanlaajuisesti sovellettavia sääntöjä, joiden perusteella tekijänoikeussuojaa koskevat tietyt vähimmäisvaatimukset.

Mitä poikkeuksia tekijänoikeuksissa on?

Teoksia voidaan käyttää ilman tekijän tai oikeudenhaltijan suostumusta pääasiassa näihin tarkoituksiin, mutta muitakin poikkeuksia on:

yksityiseen käyttöön tapahtuva kopiointi

teoksen lyhyiden lainausten käyttäminen kritiikkiin tai arvosteluun

otteiden käyttö havainnollistamiseen opetuksessa tai tieteessä

Usein kysytyt kysymykset (UKK), joilla kuluttajille tiedotetaan siitä, millainen tekijänoikeudella ja lähioikeuksilla suojatun sisällön käyttö internetissä on laillista ja millainen ei, löytyvät seuraavasta linkistä: [EUIPO:n usein kysytyt kysymykset tekijänoikeuksista](#)



Tavaramerkit

Mikä tavaramerkki on?

Tavaramerkki on erottuva merkki, joka osoittaa tietystä yrityksestä peräisin olevat tavarat ja palvelut ja erottaa ne kilpailijoidensa tavaroista ja palveluista. Se voi olla sana, kuva, symboli tai muoto, kuvaelementti, iskulause, väri tai jopa ääni.



Tavaramerkki itsessään ei ole suojattu. Se on suojattu suhteessa tiettyihin tuotteisiin ja/tai palveluihin. Esimerkiksi Nike ei siis ole nimenä suojattu. Nimitys "Nike" on kuitenkin suojattu urheiluvaatteiden yhteydessä. Teoriassa se tarkoittaa sitä, että joku voisi käyttää nimeä "Nike" myydäkseen aivan muunlaisia tuotteita, kuten hedelmiä ja vihanneksia. Tunnetuille tavaramerkeille (kuten Nikelle) voidaan kuitenkin myöntää korkeampi suoja, mikä tarkoittaa, että Niken käyttö muihin tavaroihin ja palveluihin kuin kenkiin ei ole sallittua.

Tavaramerkki on teollis- ja tekijänoikeus, jonka ansiosta yritykset voivat:

- luoda yhteyden tuotteidensa ja palvelujensa sekä asiakkaidensa välille;
- rakentaa asiakasuskollisuutta ja tuotemerkin tunnettuutta;
- erottaa tuotteensa ja palvelunsa kilpailevien yritysten tuotteista ja palveluista.

Tavaramerkit:

- ovat menestyksen olennainen osatekijä yritysten välisessä kilpailussa;
- edustavat yrityksen sijoitusta imagoonsa ja tuotemerkkiinsä;
- ovat useimpien yritysten suosituin teollis- ja tekijänoikeus;
- ovat usein arvokkain osa yrityksen omaisuutta.

Hyvällä tavaramerkillä ei pitäisi olla mitään yhteyttä sen kattamiin tuotteisiin ja palveluihin. "Urheilukenkien" suojaaminen ei ole mahdollista siten, että se kattaisi urheilujalkineet, koska tämä estäisi muita käyttämästä sanaa "urheilujalkineet" urheilujalkineidensa myynnissä. Nike-tavaramerkillä ei sitä vastoin ole suoraa, ilmeistä yhteyttä sen kattamiin tuotteisiin, ja kuka tahansa voi myydä urheilujalkineita jollakin muulla nimellä. Tavaramerkit eivät vaikuta yritysten luovuuteen tai innovointiin. Ne ovat erottuvia merkkejä, joita voidaan suojata loputtomasti, jos ne täyttävät seuraavat vaatimukset:

niiden on oltava selkeitä, täsmällisiä, helposti saavutettavia ja objektiivisia

niiden on oltava erottuvia

ne eivät saa johtaa yleisöä harhaan

niiden on oltava saatavilla

Niiden on katettava joukko tuotteita ja/tai palveluja

Miten tavaramerkki suojataan?

Tavaramerkit on rekisteröitävä suojan saamiseksi. Riippuen siitä, missä hakija aikoo käydä kauppaa, hän voi hakea

- maakohtaista tavaramerkkiä kansallisten teollis- ja tekijänoikeustoimistojen kautta
- Euroopan unionin tavaramerkkiä [Euroopan unionin teollis- ja tekijänoikeusviraston](#) (EUIPO) kautta
- useissa maissa voimassa olevaa suojaa [Maailman henkisen omaisuuden järjestön](#) (WIPO) kautta yhdellä hakemuksella, joka lähetetään ja käsitellään sen jälkeen kussakin valitussa maassa.

Tavaramerkin rekisteröinti takaa suojan usean vuoden ajaksi, tavallisesti 10 vuodeksi hakemuksen jättämis-päivästä, ja sen voi uusida rajattomasti aina 10 vuodeksi kerrallaan.

Mitkä ovat tavaramerkkien edut?

Taloudellinen arvo

Ne ovat yksi yrityksen suosituimmista ja arvokkaimmista omaisuuseristä. Niillä voi olla valtava taloudellinen arvo ja suuri merkitys yrityksille.

Rekisteröintiprosessi

Rekisteröinti on yleensä sujuvaa ja nopeaa. Tavaramerkin voi suojata muutamassa viikossa.

Suojaaminen

Ne tarjoavat laajan oikeudellisen suojan. Haltijalla on oikeus estää kaikkia kolmansia osapuolia käyttämästä tavaramerkkiä kaupankäynnissä. Se koskee paitsi samanlaisten tuotteiden ja palvelujen samankaltaisia merkkejä, myös samankaltaisten tuotteiden ja palvelujen samankaltaisia merkkejä, jos on todennäköistä, että yleisö sekoittaa ne keskenään.

Mitkä ovat tavaramerkkien huonot puolet?

Kustannukset

Tavaramerkin omistajan on maksettava tavaramerkkien rekisteröinnistä ja uusimisesta (mutta paljon vähemmän kuin patenteista).

Käyttövelvollisuus

Velvollisuus käyttää tavaramerkkiä niissä tuotteissa ja palveluissa, joita varten se on rekisteröity – muutoin tavaramerkki voidaan peruuttaa, jos sitä ei käytetä tietyn ajan (yleensä viiden vuoden) kuluessa.

Nimen käyttö yleisnimenä

Tavaramerkin haltijoiden on varmistettava, että heidän rekisteröidystä merkistään ei tule yleisnimeä eli nimeä, jota käytetään yleisesti kuvaamaan kyseisiä tuotteita tai palveluja.

Mallit

Mikä malli on?

Malli on teollis- ja tekijänoikeus, joka kattaa tuotteen ulkonäön. Lain määritelmän mukaan malli on koko tuotteen tai sen osien ulkonäkö, joka on tulosta tuotteen ominaisuuksista. Nämä ominaisuudet voivat olla viivoja, värejä, muotoja, koostumuksia, ääri viivoja, materiaaleja tai koristeita. Tämä hyvin laaja määritelmä kattaa lähes kaikki luomukset, joilla on näkyviä ominaisuuksia.

Seuraavia voidaan suojata malleina:

- mikä tahansa teollisuus- tai käsityötuote tai -esine
- pakkaus
- graafiset symbolit
- moniosaiseen tuotteeseen kootut osat
- piirustukset ja taideteokset

Tuotetta ei tarvitse valmistaa teollisessa mittakaavassa eikä sillä tarvitse olla taiteellista arvoa, jotta se olisi malli.

Mallin menestys ja merkitys on sen vetovoimassa tuotteen käyttäjille. Käyttäjät pitävät usein erittäin luovista malleista. Uudet muodot tai värit voivat antaa vahvan sysäyksen tavallisten tuotteiden myynnille, ja siksi tuotteen mallista voi tulla keskeinen tekijä yrityksen pyrkiessä tekemään tuotteistaan houkuttelevampia käyttäjille. Näin ollen teollismalleilla voi olla erittäin suuri kaupallinen arvo, ja valmistaja voi saada ratkaisevan edun markkinoilla luomalla tuotteelleen uuden ilmeen.

Jotta tuote voitaisiin suojata mallina Euroopassa, sen on täytettävä kaksi vaatimusta:

Uutuus: Mallia pidetään uutena, jos samanlainen malli ei ole tullut yleisön saataville ennen hakemuksen jättöpäivää.

Yksilöllinen luonne: Mallista on synnyttävä ”asiantuntevalle käyttäjälle” erilainen yleisvaikutelma kuin mistään aiemmin julkistetusta mallista. ”Asiantunteva käyttäjä” on keskivertoihminen, joka ei ole suunnittelija eikä tekninen asiantuntija.

Nämä tuotteet eivät kuulu mallisuojaan piiriin:

- tietokoneohjelmat
- yleisen järjestyksen tai hyvien tapojen vastaiset tuotteet, esimerkiksi säädyttömät, rasistiset tai hyvien tapojen vastaiset kuvat ja viestit
- tuotteet, joissa on suojattuja virallisia symboleja tai tunnuksia, kuten valtion lippu
- moniosaisten tuotteiden näkymättömät osat
- tuotteen ulkonäön ominaisuudet, jotka johtuvat yksinomaan teknisestä tarkoituksesta.

Miten malli on suojattu?

Malli on rekisteröitävä täyden suojan saamiseksi. Malleja voi rekisteröidä

- maakohtaisesti kansallisten teollis- ja tekijänoikeustoimistojen kautta
- Euroopan unionin tasolla yhteisömallina, joka kattaa kaikki EU:n jäsenvaltiot automaattisesti yhdellä rekisteröinnillä [Euroopan unionin teollisoikeuksien viraston \(EUIPO\)](#) kautta
- [maailman henkisen omaisuuden järjestön](#) (WIPO) hallinnoimalla kansainvälisellä hakemuksella.

Rekisteröinti on nopeaa, ja yhteisömalli voidaan rekisteröidä muutamassa päivässä. Mallin suoja on ajallisesti rajattu. Euroopan unionissa suoja-aika on aluksi viisi vuotta hakemuksen jättöpäivästä. Suojaa voidaan jatkaa uusiksi viisivuotiskausiksi enintään 25 vuodeksi.

Mitkä ovat rekisteröityjen mallien edut?

Virallinen omistusoikeus

Mallin olemassaolon ja omistajuuden todistamiseksi.

Yksinoikeus

Rekisteröityjen oikeuksien tarjoama suoja antaa mallin omistajalle yksinoikeuden käyttää mallia.

Suojaaminen

Rekisteröidyn mallin omistaja voi estää kolmansia osapuolia käyttämästä suojattua mallia eri tavoin. Näitä tapoja ovat muun muassa suojatun mallin valmistaminen, tarjoaminen tai markkinoille saattaminen, mallin sisältävän tuotteen maahantuonti, vienti tai käyttö sekä tällaisen tuotteen varastointi mainittuihin tarkoituksiin.

Rekisteröimättömät mallit

Euroopassa malli voidaan suojata automaattisesti myös ilman rekisteröintiä koko Euroopan unionissa. Tämä suoja on kuitenkin rajattu ja kestää vain kolme vuotta alkaen päivästä, jona malli ensimmäisen kerran annettiin yleisesti saataville Euroopan unionissa. Suojaa sovelletaan ainoastaan mallin identtisiin jäljennöksiin. Tätä suojausmenetelmää käytetään paljon muotialalla.

Maantieteelliset merkinnät

Mikä maantieteellinen merkintä on?

Maantieteellistä merkintää käytetään tuotteissa, joilla on tietty maantieteellinen alkuperä ja joiden ominaisuudet ja/tai maine johtuvat kyseisestä alkuperästä. Niitä käytetään tyypillisesti maataloustuotteissa, elintarvikkeissa, viinissä ja väkevissä alkoholijuomissa, käsityönä valmistetuissa tavaroissa ja teollisuustuotteissa, ja niissä viitataan paikannimiin. Myös muut kuin maantieteelliset nimet voidaan kuitenkin suojata, jos ne liittyvät tiettyyn paikkaan. Esimerkiksi fetajuustoa ei ole nimetty paikan mukaan, vaan se on saanut nimensä italian "fetta"-sanasta, joka tarkoittaa viipaletta ja joka tuli kreikan kieleen 1700-luvulla. Useat tekijät, kuten se, että 85 prosenttia fetajuuston kulutuksesta EU:ssa henkeä kohti vuodessa tapahtuu Kreikassa, ja se, että fetajuustoa markkinoidaan yleensä merkinnöillä, jotka viittaavat kreikkalaisiin kulttuuriperinteisiin ja sivilisaatioon, saavat EU:n kuluttajat kuitenkin pitämään fetajuustoa perinteisenä kreikkalaisena tuotteena.

Toimiakseen maantieteellisenä merkintänä

- sen on osoitettava, että tuote on peräisin tietyistä paikasta (esimerkiksi Chianti-viini, joka on peräisin Italian Chiantin alueelta, tai Roquefort-juusto, joka on peräisin Ranskan Roquefort-sur-Soulzonin alueelta)
- tuotteen laadun, ominaisuuksien tai maineen olisi perustuttava alkuperäpaikkaan (esimerkiksi Chianti-viinin ominaisuudet johtuvat kyseisen Italian alueen maaperässä kasvatetuista rypäleistä, Roquefort-juuston ominaisuudet taas perustuvat perinteisesti ruokituista kotoperäisistä lammasroduista saadun maidon ominaisuuksiin sekä niiden luolien ominaisuuksiin, joissa juusto on kypsytetty).

Maantieteellisten merkintöjen suojaaminen Euroopan unionissa

Suojatuilla alkuperänimityksillä (SAN) tunnistetaan tuotteet, jotka on tuotettu, käsitelty ja valmistettu tietyllä maantieteellisellä alueella käyttäen kyseisen alueen paikallisten tuottajien ja ainesosien tunnustettua osaamista.

Näin ollen kaikkien tuotantoprosessin vaiheiden on tapahduttava nimetyllä alueella. Esimerkkejä suojatuista alkuperänimityksistä ovat Bordeaux (Ranska, viini), Cava (Espanja, viini) ja Manouri (Kreikka, juusto).



Suojatuilla maantieteellisillä merkinnöillä (SMM) yksilöidään tuotteet, joiden laatu tai maine liittyy paikkaan tai alueeseen, jossa ne tuotetaan, jalostetaan tai valmistetaan, vaikka käytettyjen ainesosien ei välttämättä tarvitse olla peräisin kyseiseltä maantieteelliseltä alueelta. SMM-tunnuksella varustetuilla tuotteilla on erityinen ominaisuus tai maine, joka yhdistää ne tiettyyn paikkaan, ja vähintään yksi tuotantoprosessin vaihe on toteutettava kyseisellä alueella, kun taas tuotannossa käytetyt raaka-aineet voivat olla peräisin toiselta alueelta. Esimerkkejä suojatuista maantieteellisistä merkinnöistä ovat České pivo (Tšekki, olut), Lammefjordskartofler (Tanska, vihannes) ja Primorska (Slovenia, viini).

Voit etsiä maantieteellisiä merkintöjä osoitteesta <https://www.tmdn.org/giview/>

Voit myös tutustua eurooppalaisiin laadukkaisiin maantieteellisiin merkinnän saaneisiin tuotteisiin ja houkutteleviin resepteihin: [Maantieteellisen merkinnän saaneita tuotteita resepteissä](#)

Liikesalaisuudet

Mikä on liikesalaisuus?

Liikesalaisuus voi kuulostaa vanhanaikaiselta ilmaukselta. Internetin salamannopeiden hakujen aikakaudella näyttää olevan hyvin vähän tuntematonta tai sellaista, mitä ei voisi saada selville. Liikesalaisuuksilla on kuitenkin edelleen – ja todennäköisesti jatkossakin – tärkeä rooli yritysten kilpailuedun kannalta. Yhdessä tavaramerkkien kanssa liikesalaisuudet ovat avaintekijöitä monissa franchise-verkoissa, kuten pikaruokapainoissa, kampaamoissa, vaatekaupoissa jne.

Liikesalaisuudet, joita joskus kutsutaan taitotiedoksi, sisältävät luottamuksellista yritystietoa, joka antaa yritykselle kilpailuetua. Liikesalaisuus on tietoa, jota eivät tunne muut kuin tuotteet omistava yhtiö ja sen työntekijät.

Liikesalaisuuksia ovat valmistus-/teollisuussalaisuudet ja kaupalliset salaisuudet. Niitä ovat muun muassa myyntimenetelmät, jakelumenetelmät, kuluttajaprofilit, mainontastrategiat, luettelot toimittajista ja asiakkaisista, hintaluettelot ja valmistusprosessit.

Ne voivat olla myönteistä tietoa (hyvät käytännöt) tai kielteistä tietoa (vältettävät virheet).

Mitkä ovat liikesalaisuuden kriteerit?

Liikesalaisuus voi olla liikesalaisuus vain niin kauan kuin se pysyy salassa. Liikesalaisuuden sisältämien tietojen on täytettävä seuraavat edellytykset:

niillä on oltava liiketoiminnallista, kaupallista tai taloudellista arvoa

ne eivät saa olla tiedossa

ne eivät saa olla saatavissa helposti selville.

On osoitettava, että on toteutettu kohtuulliset toimet salaisuuksien säilyttämiseksi.

TOP SECRET

Onko liikesalaisuus teollis- ja tekijänoikeus?

Vastaus on ei. Liikesalaisuudet eivät sinänsä ole teollis- ja tekijänoikeus. Liikesalaisuuden haltijalla ei ole yksinoikeutta luovaan työhönsä. Hän ei voi estää kilpailijoita löytämästä salaisuutta tai keksimästä samoja ratkaisuja.

Liikesalaisuudet voivat olla riippumattomia tai ne voivat täydentää patenteja. Niitä käytetään paljon luovassa prosessissa, joka johtaa innovointiin. Niin kauan kuin keksinnöstä ei ole tehty suojahakemusta, keksijän on huolehdittava keksinnön luottamuksellisuuden säilyttämisestä, jotta uutuusvaatimus voidaan varmistaa.

Franchise-sopimuksissa franchise-antaja toimittaa franchise-yrittäjille asiaankuuluvaa taitotietoa, jota päivitetään säännöllisesti franchise-verkoston kilpailuedun säilyttämiseksi.

Liikesalaisuudet ovat lain nojalla suojattuja vain tapauksissa, joissa joku on hankkinut luottamuksellista tietoa laittomin keinoin (esim. vakoilemalla, varastamalla tai lahjomalla).

Patentit

Mikä patentti on?

Patentti antaa innovoijille suojan keksintöihinsä nähden. Keksintö on tiettyyn tekniseen ongelmaan tuotteen tai prosessin muodossa luotu ratkaisu, joka helpottaa tai parantaa elämäämme. Kun uusi ratkaisu onnistuu, siitä tulee tehokas työkalu innovoijan käsissä ja tärkeä kilpailuetu yritykselle markkinoilla.

Sen vuoksi on erittäin todennäköistä, että kilpailijat haluavat valmistaa samankaltaisia tai samanlaisia tuotteita. Patentilla voidaan suojella innovoijaa ja kannustaa luovuuden lisäämiseen estämällä muita valmistamasta uudelleen, käyttämästä, myymästä tai tuomasta maahan tuotetta, joka kopioi innovoijan keksinnön.

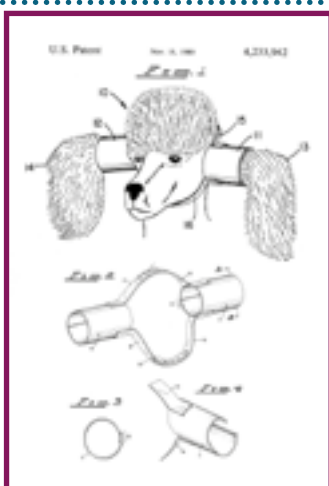
Patentti estää tietyn teknologian ja parannukset, minkä vuoksi patentin voimassaoloaika on rajoitettu. Euroopalaisten patenttien suojan enimmäiskesto on 20 vuotta sen hakemispäivästä.

Keksinnöt voivat olla jotakin yksinkertaista, kuten lelu, tai jotain monimutkaista, kuten ydinase. Yhdysvaltojen korkein oikeus katsoi kerran, että patentoitavissa oleva aihe sisältää "kaiken ihmisen tekemän auringon alla". Jotta keksintö olisi patentoitavissa Euroopassa, sen on täytettävä kolme vaatimusta:

Uutuus: Se ei ole ollut aiemmin yleisön tiedossa missään vaiheessa, missään muodossa eikä missään paikassa.

Keksinnöllisyys: Sen on mentävä askeleen pidemmälle kuin mitä jo tiedettiin. Se ei voi olla yksinkertainen "jatko" tai "muunnelma" jo olemassa olevasta.

Teollinen sovellettavuus: Sitä voidaan valmistaa tai käyttää teollisessa mittakaavassa.



Esimerkki:

Tämä keksintö tarjoaa laitteen eläinten, erityisesti pitkäkarvaisten koirien, korvien suojaamiseen likaantumiselta niiden syödessä.

Laitteessa on yleensä putkimaisen muotoinen osa, jonka sisään eläimen korvat tulevat ja joka suojaa niitä, sekä osa, joka pitää putkimaisen osan ja eläimen korvat poissa eläimen suusta ja ruoasta sen syödessä.

Miten patentti rekisteröidään?

Yritys tai innovoija voi hakea patenttia:

- tietyssä maassa kansallisen patenttioviraston kautta
- yhdessä tai useammassa Euroopan maassa [Euroopan patenttioviraston](#) (EPO) kautta
- maailmanlaajuisesti [Maailman henkisen omaisuuden järjestön](#) (WIPO) kautta

Mitkä ovat patenttien huonot puolet?

Aika

Hakemusten käsittely voi kestää vuosia.

Julkaiseminen

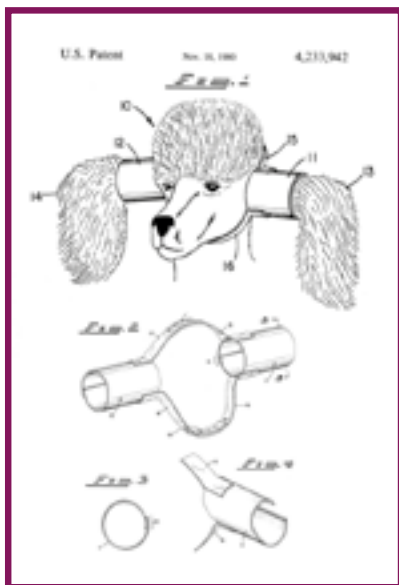
Hakuprosessissa julkaistaan tekniset yksityiskohdat (keksinnön salaisuus).

Kustannukset

Patentti on uusittava vuosittain. Kun otetaan huomioon, että keksinnöt on usein suojattu monilla patenteilla, kustannukset voivat nousta nopeasti.

Patentin saaminen ei takaa liiketoiminnan menestystä. Innovoijan on varmistettava, että patentista saatava hyöty on suurempi kuin patentin saamiseen ja ylläpitämiseen tarvittava aika, vaiva ja raha. Patenttia rekisteröidessään yritysten on kuvattava keksintönsä yksityiskohtaisesti ja paljastettava sen salaisuudet. Patentti ei sinällään suojaa tuotteita, vaan se suojaa innovoinnin eri vaiheita niin kutsutuissa vaatimuksissa. Asianmukaisten patenttivaatimusten laatiminen on itsessään taidetta, ja se on annettava patenttiasiamiesten tehtäväksi.

Vaatimus:



Eläinten korvien suojaamiseen tarkoitettu laite, jossa on:

- kaksi yleensä putkimaista suojaa, joista kumpikin koostuu itsemuotoutuvasta materiaalista, joka vapaassa tilassaan pyrkii hakeutumaan mainittuun putkimaiseen muotoon;
- mainitut suojukset ovat kumpikin avattavissa pituussuunnassa, jotta eläimen korvan asettaminen paikoilleen on helppoa;
- niiden avulla voidaan liittää joustavasti yhden suojuksen yksi pää toisen suojuksen toiseen päähän ja kiinnittää kyseinen laite kyseisen eläimen päähän siten, että kummankin suojuksen pituusakseli ja osa kyseisen eläimen kumpaakin korvaa pysyvät yleensä vaakasuorassa ja suunnilleen kohtisuorassa kyseisen eläimen päähän nähden siten, että kyseisen eläimen korvien päät ovat toisistaan etäisyydellä, joka on suurempi kuin eläimen pään leveys.

Monet suuret yritykset käyttävät muita teollis- ja tekijänoikeuksia sellaisten tuotteiden suojaamiseen, jotka olisi voitu rekisteröidä patenttina, paljastamatta niiden salaisuuksia. Esimerkiksi Coca Cola ei koskaan patentoinut tuotteidensa kaavaa vaan piti sen mieluummin salassa. Tämä strateginen valinta on auttanut yritystä varmistamaan Coca Colan pysymisen kuuluisana vaarantamatta reseptinsä paljastumista.

Tässä tapauksessa päätös patentin rekisteröinnistä riippuu myös patentin vaikeaselkoisuudesta ja teknisydestä. Jos keksintö voidaan helposti takaisinmallintaa purkamalla esimerkiksi moottori, salainen suojaus ei toimi. Coca-Colan tapauksessa se oli tarkoituksenmukaista, koska sitä oli hyvin vaikea takaisinmallintaa.

Tietovisa teollis- ja tekijänoikeuksista

1 Teollis- ja tekijänoikeudet ...

- A ovat olleet olemassa jo pitkään
- B koostuvat oikeuksien kokonaisuudesta
- C suojaavat luomuksia
- D...kaikki edellä mainitut

2 Teollis- ja tekijänoikeudet voivat ...

- A suojata keksintöjä
- B suojata kirjallista työtä ja esityksiä
- C tuottaa lisäarvoa yrityksille
- D...kattaa kaikki edellä mainitut

3 Patentin saamiseksi keksinnön täytyy ...

- A olla uusi
- B mennä askeleen pidemmälle kuin jo olemassa olevat keksinnöt
- C olla sovellettavissa teollisesti
- D...täyttää kaikki edellä mainitut vaatimukset

4 Tavaramerkki...

- A suojaa keksintöä
- B suojaa luottamuksellisia tietoja
- C erottaa tuotteet ja palvelut yksilöllisesti
- D suojaa tuotteiden ulkonäköä

5 Mallista ...

- A malli on koko tuotteen tai sen osien ulkonäkö
- B sitä ei tarvitse rekisteröidä, jotta se olisi täysin suojattu
- C sillä on oltava taiteellinen arvo
- D sillä ei yleensä ole suurta kaupallista arvoa

6 Tekijänoikeus tulee voimaan ...

- A kun teos on julkaistu tai näytteillä
- B automaattisesti, kun teos luodaan
- C...kun luomus on rekisteröity
- D kun luomus on arvokas

7 Mitkä näistä on suojattu tekijänoikeuksilla?

- A tietokoneohjelmat ja tietokannat
- B valokuvat ja videoleikkeet
- C nuotit ja laulun sanat
- D...kaikki edellä mainitut

8 Jos opiskelijalla on loistava innovatiivinen idea, hänen pitäisi ...

- A olla varovainen kertoessaan siitä muille
- B pyytää neuvoja sen suojaamiseen
- C julkistaa se sosiaalisessa mediassa tehdäkseen sen tunnetuksi
- D vastaukset A ja B ovat oikein

9 Tavallisella älypuhelimella on ... patenttia.

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

10 Auto on suojattu ...

- A patenteilla
- B tavaramerkillä ja rekisteröidyllä mallilla
- C tekijänoikeudella
- D...kaikilla edellä mainituilla

Vastaukset: ID 2D 3D 4C 5A 6B 7D 8D 9D 10D