

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΤΟ 2019

Περίληψη



Ημερομηνία

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΤΟ 2019

*Εκπονήθηκε για λογαριασμό του
Γραφείου Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUIPO)
από την KPMG Ισπανίας*

Οκτώβριος 2019

Περίληψη

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΤΟ 2019

Απαραίτητη προϋπόθεση για να επιτευχθούν οι στόχοι της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) είναι μια ισχυρή και σταθερή οικονομία, και οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στην οικονομική ανάπτυξη στην ΕΕ.

Η σημασία των ΜΜΕ για την οικονομία της ΕΕ είναι τεράστια. Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση 2017/2018 για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ⁽¹⁾, οι ΜΜΕ απασχολούν δύο στους τρεις εργαζομένους και παρέχουν το 57 % της προστιθέμενης αξίας στην ΕΕ. Ωστόσο, εκτιμάται ότι μόλις το 30-60 % περίπου των ΜΜΕ εξακολουθούν να αναπτύσσουν δραστηριότητα μετά από πέντε χρόνια. Για να δοθεί ώθηση στην οικονομία της ΕΕ, οι ΜΜΕ χρειάζονται υποστήριξη προκειμένου να επιβιώσουν πέρα από το χρονικό αυτό διάστημα και η καινοτομία είναι ένας από τους παράγοντες που συμβάλλουν στην επιβίωση και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Η καινοτομία επιτρέπει στις επιχειρήσεις να αναπτυχθούν, να ενισχυθούν και να δημιουργήσουν περισσότερες θέσεις εργασίας, συμβάλλοντας έτσι στη διεύρυνση και την ενίσχυση της ενωσιακής οικονομίας. Πρέπει να ενθαρρυνθεί η καινοτομία στις ΜΜΕ προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της Επιτροπής για μια έξυπνη και βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη.

Η διανοητική ιδιοκτησία (ΔΙ) διαδραματίζει καίριο ρόλο στην προώθηση της καινοτομίας, καθώς δίνει τη δυνατότητα σε όσους επενδύουν χρόνο, προσπάθειες και χρήμα στην καινοτομία να την κατοχυρώσουν και να επωφεληθούν από αυτήν.

Σύμφωνα με τα πορίσματα του κοινού έργου του EUIPO και του Ευρωπαϊκού Γραφείου Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας (ΕΓΔΕ) με τίτλο «Εταιρείες υψηλής ανάπτυξης και δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας» ⁽²⁾ οι ΜΜΕ με καταχωρισμένα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας (ΔΔΙ) είναι κατά 21 % πιο πιθανό να εξακολουθήσουν να αναπτύσσονται για μεγάλο χρονικό διάστημα και έχουν κατά 10 % περισσότερες πιθανότητες να αναπτυχθούν με ταχύ ρυθμό. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις με δέσμη ΔΔΙ είναι ακόμη πιο πιθανό να επιτύχουν ταχύ ρυθμό ανάπτυξης.

Το 2016, το EUIPO δημοσίευσε τον πρώτο πίνακα αποτελεσμάτων για τις ΜΜΕ που παρέχει πληροφορίες σχετικά με τους λόγους για τους οποίους οι ΜΜΕ καταχωρίζουν ή όχι τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας και με τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν σε σχέση με τα ΔΔΙ. Πολλά έγγραφα πολιτικής παραπέμπουν στην εν λόγω μελέτη τόσο σε εθνικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο ΕΕ, συμπεριλαμβανομένου του εγγράφου εργασίας των υπηρεσιών της Επιτροπής ««Putting intellectual property at the service of SMEs to foster innovation and growth» ⁽³⁾.

⁽¹⁾ Έκθεση για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις 2016/2017.

⁽²⁾ Εταιρείες υψηλής ανάπτυξης και δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας.

⁽³⁾ Έγγραφο εργασίας των υπηρεσιών της Επιτροπής, «Putting intellectual property at the service of SMEs to foster innovation and growth» («Η διανοητική ιδιοκτησία στην υπηρεσία των ΜΜΕ με στόχο την προώθηση της καινοτομίας και της ανάπτυξης»).

Το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο για την Παραβίαση των Δικαιωμάτων Διανοητικής Ιδιοκτησίας (στο εξής: Παρατηρητήριο), στο πλαίσιο της δέσμευσής του να επικαιροποιεί τις σημαντικές μελέτες του κάθε 3 χρόνια, ανέθεσε στην KPMG την εκπόνηση νέας μελέτης για το 2019 σχετικά με την προσέγγιση που ακολουθούν οι ΜΜΕ για τα ΔΔΙ. Στόχος της μελέτης είναι η καλύτερη κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι ΜΜΕ της ΕΕ αντιλαμβάνονται και χρησιμοποιούν τα ΔΔΙ. Οι φορείς λήψης αποφάσεων θα αποκτήσουν έτσι μια επικαιροποιημένη και χρήσιμη βάση στοιχείων που θα τους βοηθήσει στη χάραξη πολιτικών για τη βελτίωση της ενημέρωσης και της χρήσης των ΔΔΙ.

Με βάση τα στοιχεία της Eurostat, το EUIPO σχεδίασε ένα αντιπροσωπευτικό και στρωματοποιημένο δείγμα ΜΜΕ από τα 28 κράτη μέλη της ΕΕ. Το εν λόγω δείγμα σχεδιάστηκε με σκοπό την υπερδειγματοληψία των ΜΜΕ που έχουν κατοχυρώσει δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας σε σύγκριση με τον γενικό πληθυσμό (περίπου 50 % των κατόχων ΔΔΙ), έτσι ώστε να μπορούν να συγκεντρωθούν τα σχετικά αποτελέσματα από τις απαντήσεις στα ερωτήματα σχετικά με την κυριότητα ΔΔΙ.

Συνολικά, πραγματοποιήθηκαν 8 349 συνεντεύξεις με ΜΜΕ κάθε μεγέθους που δραστηριοποιούνται σε ευρύ φάσμα τομέων και χωρών. Στις περισσότερες από τις αναλύσεις της έκθεσης, οι ΜΜΕ διαχωρίζονται σε δύο υποομάδες: στις ΜΜΕ που δήλωσαν ότι διαθέτουν ΔΔΙ (4 401) και στις ΜΜΕ που δήλωσαν ότι δεν διαθέτουν (3 948).

Όπως και στον πίνακα αποτελεσμάτων για τις ΜΜΕ του 2016, οι συνεντεύξεις με τις ΜΜΕ πραγματοποιήθηκαν τηλεφωνικά με τη δυνατότητα ηλεκτρονικής ολοκλήρωσης της διαδικασίας. Το ερωτηματολόγιο ήταν διαθέσιμο σε 23 γλώσσες της ΕΕ και οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν στη γλώσσα της επιλογής των ΜΜΕ.

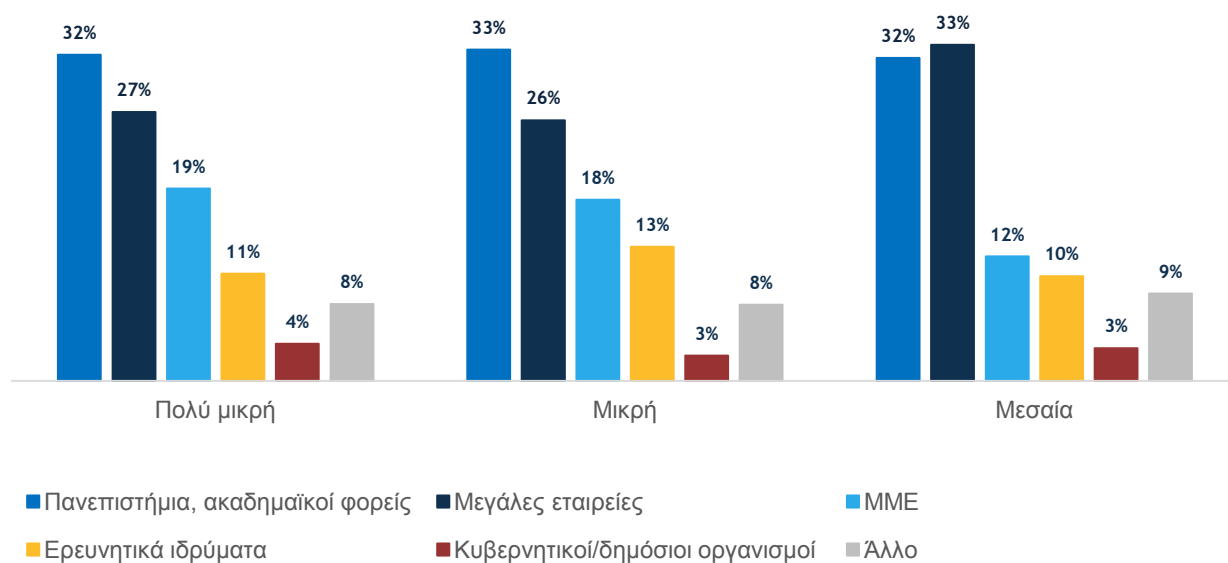
Βασικά πορίσματα

Καινοτομία — Αντιλήψεις και πραγματικότητα

Η καινοτομία είναι καίριας σημασίας για την οικονομική ανάπτυξη και η πλειονότητα των ΜΜΕ (58 %) ισχυρίζονται ότι είναι καινοτόμες. Οι κάτοχοι ΔΔΙ είναι πιο πιθανό να αναπτύξουν καινοτόμο πνεύμα, από το οποίο ισχυρίζεται ότι διακατέχεται το 73 % των κατόχων ΔΔΙ και μόλις το 42 % των μη κατόχων. Οι περισσότερες καινοτομίες αφορούν την ανάπτυξη νέων προϊόντων, με το 63 % των κατόχων ΔΔΙ και το 31 % των μη κατόχων να καινοτομούν στον εν λόγω τομέα.

Επιπλέον, οι κάτοχοι ΔΔΙ έχουν διπλάσιες πιθανότητες να συνεργαστούν με άλλους οργανισμούς για ανάπτυξη καινοτομιών σε σχέση με τους μη κατόχους. Τα πανεπιστήμια και οι ακαδημαϊκοί φορείς αποτελούν τον συνηθέστερο εταίρο συνεργασίας των κατόχων ΔΔΙ, ήτοι ήταν εταίροι στο περίπου ένα τρίτο (32 %) των περιπτώσεων. Οι μη κάτοχοι όταν συνεργάζονται επιλέγουν για εταίρους μεγάλες εταιρείες (34 %).

Εταίροι κατόχων δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας ανά μέγεθος επιχείρησης



Για τους κατόχους των ΔΔΙ, η κατοχύρωση ΔΔΙ είναι αποτέλεσμα συνεργασίας σχεδόν στο ήμισυ των περιπτώσεων (46 %), και οι ΜΜΕ έχουν την κυριότητα ή τη συγκυριότητα των ΔΔΙ στο 76 % των περιπτώσεων. Η ομάδα αυτή πιστεύει ότι τα σήματα είναι τα πιο σημαντικά δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, με το 58 % να δηλώνει ότι τα σήματα έχουν «μεγάλη» σημασία για την προστασία του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που αποκτούν οι επιχειρήσεις από την καινοτόμο δραστηριότητά τους.

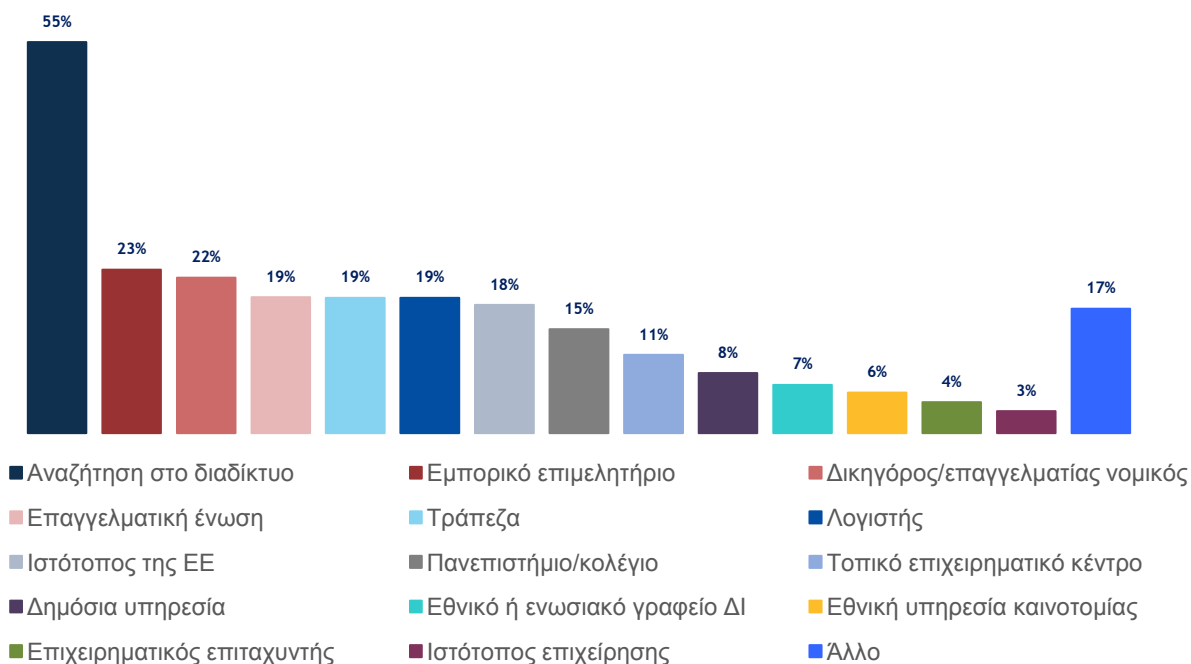
Σύγκριση της σπουδαιότητας που αποδίδουν οι ΜΜΕ στην προστασία του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (2016-2019)

ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ	2019	2016
Σήμα	58 %	38 %
Δίπλωμα ευρεσιτεχνίας	32 %	16 %
Πνευματική ιδιοκτησία	21 %	16 %
Σχέδιο ή υπόδειγμα	24 %	22 %
Γεωγραφική ένδειξη	12 %	14 %
Δικαίωμα παραγωγού/Δικαίωμα επί φυτικής ποικιλίας	7 %	2 %
Τοπογραφία ημιαγωγών	6 %	1 %
Υπόδειγμα χρησιμότητας	11 %	7 %

Γνώση των ΔΔΙ και των πηγών πληροφοριών

Υπάρχουν πολλές πηγές πληροφοριών σχετικά με τη στήριξη επιχειρήσεων και είναι συχνά δύσκολο για τις ΜΜΕ να γνωρίζουν πού να τις αναζητήσουν. Η πιο διαδεδομένη πηγή πληροφοριών για τις ΜΜΕ που κατέχουν ΔΔΙ για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων είναι το διαδίκτυο, με το 55 % της συγκεκριμένης ομάδας να χρησιμοποιεί τη μέθοδο αυτή. Εμπειρογνώμονες όπως το Εμπορικό Επιμελητήριο (23 %) και οι νομικοί σύμβουλοι (22 %) συγκαταλέγονται μεταξύ των άλλων πιο χρησιμοποιούμενων πηγών.

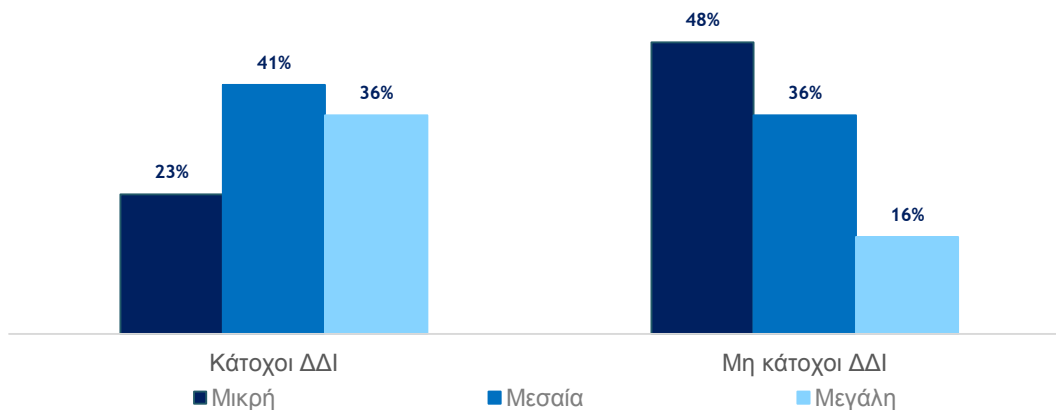
Πηγές πληροφοριών για τους κατόχους των ΔΔΙ για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων



Ωστόσο, για την αναζήτηση πηγών πληροφοριών που σχετίζονται ειδικά με την καταχώριση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας, οι κάτοχοι ΔΔΙ είναι πιθανότερο να προσφεύγουν σε επαγγελματίες του νομικού κλάδου (50 %). Μόνο το 19 % των μη κατόχων αναζήτησε πληροφορίες προτού αποφασίσει να μην προβεί στην καταχώριση. Το διαδίκτυο ήταν η προτιμώμενη πηγή πληροφόρησής τους, καθώς το 26 % όσων αναζήτησαν συμβουλές επέλεξε αυτή τη λύση.

Το πρώτο βήμα για τη χρήση της διανοητικής ιδιοκτησίας είναι η κατανόηση του αντικειμένου και του αντίκτυπού της στην επιχείρηση. Όπως είναι αναμενόμενο, οι ΜΜΕ που διαθέτουν δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας είναι περισσότερο ενημερωμένοι για αυτά από ό, τι οι μη κάτοχοι: το 77 % των κατόχων ΔΔΙ είναι μετρίως έως πολύ ενημερωμένοι, σε σύγκριση με το 52 % των μη κατόχων.

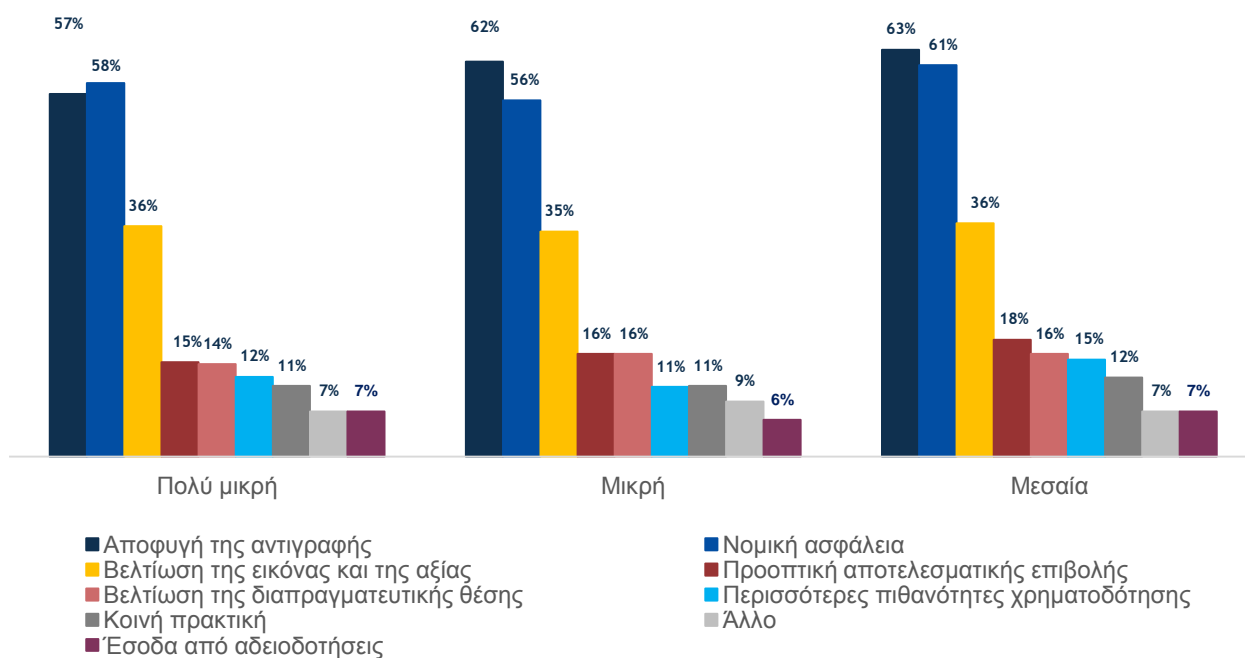
Εξοικείωση με τα ΔΔΙ ανά είδος επιχείρησης



Λόγοι και αντίκτυπος των αποφάσεων για την καταχώριση των ΔΔΙ

Ένας από τους βασικούς παράγοντες για την ευρύτερη χρήση των ΔΔΙ είναι η βελτίωση της κατανόησης των οφελών τους. Οι κύριοι λόγοι για τους οποίους οι ΜΜΕ που διαθέτουν ΔΔΙ προέβησαν στην καταχώρισή τους ήταν η πρόληψη της αντιγραφής (59 %), η αύξηση της ασφάλειας δικαίου (58 %) και η βελτίωση της εικόνας και της αξίας της επιχείρησης (36 %). Αντίστοιχα ποσοστά παρατηρούνται επίσης για τις ΜΜΕ όταν τα στοιχεία αναλύονται ανά μέγεθος επιχείρησης. Ωστόσο, οι μικρές επιχειρήσεις δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στη σημασία της ασφάλειας δικαίου από ό,τι στην πρόληψη της αντιγραφής.

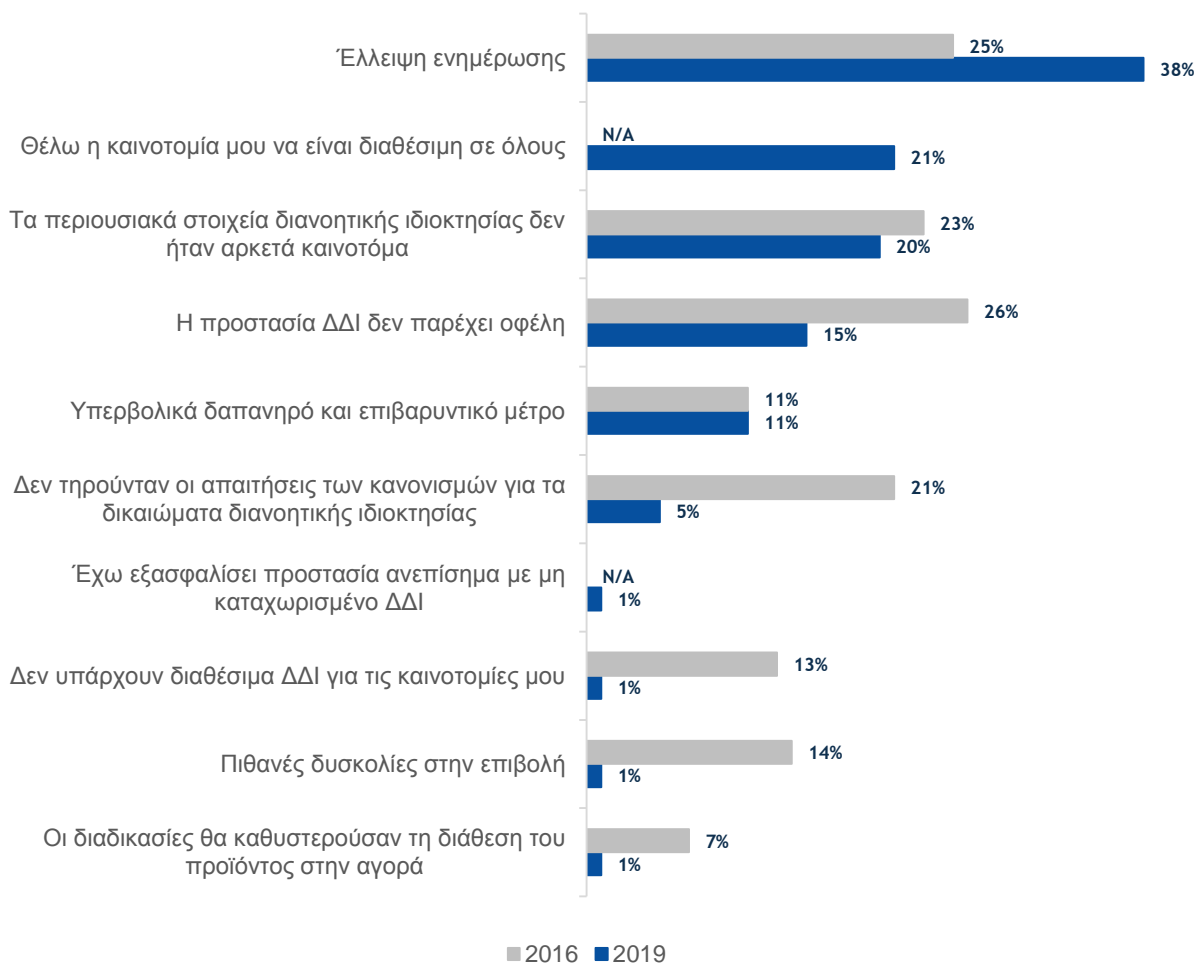
Κύριοι λόγοι για την καταχώριση ΔΔΙ ανά μέγεθος επιχείρησης



Μετά την καταχώριση, το 54 % των κατόχων ισχυρίστηκαν ότι η καταχώριση των ΔΔΙ είχε θετικό αντίκτυπο. Οι κυριότερες συνέπειες που προσδιορίστηκαν ήταν η ενίσχυση της φήμης (52 %), η αύξηση του κύκλου εργασιών (39 %) και η ικανότητα πρόσβασης σε νέες αγορές (37 %). Μόνο το 1 % των κατόχων ΔΔΙ έχει παρατηρήσει αρνητικό αντίκτυπο, από τους οποίους το 53 % χαρακτήρισαν υπερβολικές τις δαπάνες (χρόνο και χρήμα) που συνδέονται με την καταχώριση. Ωστόσο, αυτό δεν είναι η κοινή αντίληψη. Το 61 % των κατόχων ΔΔΙ δήλωσαν ότι δεν είχαν δυσκολίες κατά την καταχώριση των ΔΔΙ.

Για όσους δεν έχουν καταχωρίσει ΔΔΙ, ο κύριος λόγος για τη μη καταχώριση ήταν η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με το αντικείμενο της ΔΙ και τα οφέλη της. Το ποσοστό αυτό αυξήθηκε από 25 % το 2016 σε 38 % το 2019. Πράγματι, το 61 % των μη κατόχων θα είχε εξετάσει το ενδεχόμενο να καταχωρίσει τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας εάν είχε ενημερωθεί καλύτερα για αυτά. Ο δεύτερος βασικός λόγος για τη μη καταχώριση το 2019 είναι περισσότερο αλτρουιστικός —το 21 % των ΜΜΕ δήλωσε ότι επιθυμεί να διατίθεται δωρεάν η καινοτομία τους σε όποιον θα ήθελε να τη χρησιμοποιήσει.

Κύριοι λόγοι που προέβαλαν οι μη κάτοχοι ΔΔΙ για μη καταχώριση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας (ΔΔΙ)



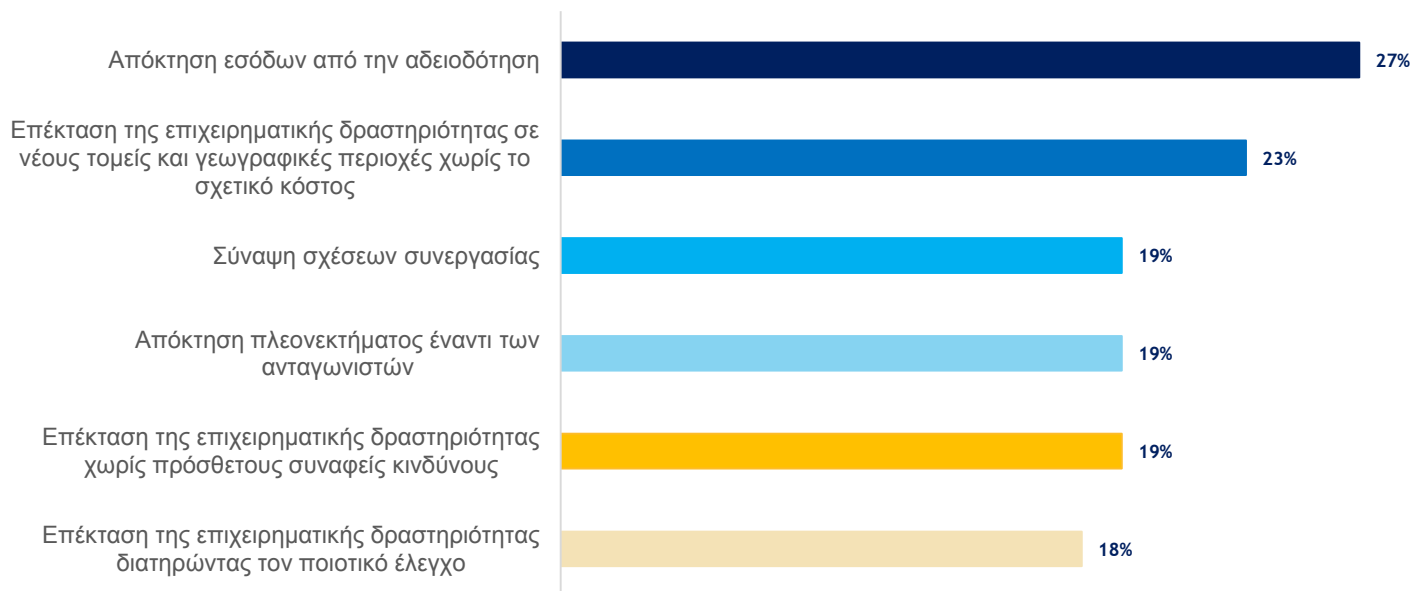
Οικονομική εκμετάλλευση της καινοτομίας

Τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας συχνά θεωρούνται από τις ΜΜΕ μάλλον ως δαπάνη παρά ως επενδυτικό μέτρο, διότι η προστιθέμενη αξία συχνά δεν γίνεται αντιληπτή. Μόνο το 25 % των μεσαίων επιχειρήσεων που διαθέτουν ΔΔΙ αποτίμησαν επαγγελματικά την αξία των περιουσιακών τους στοιχείων ενώ το ποσοστό αυτό μειώνεται στο 20 % για τις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις που διαθέτουν ΔΔΙ.

Η γενική έλλειψη κατανόησης για το πώς μπορεί να μεγιστοποιηθούν οι δυνατότητες των ΔΔΙ προκύπτει από το μικρό ποσοστό των ΜΜΕ που έχουν επιχειρήσει να αποκτήσουν χρηματοδότηση με βάση τα άυλα περιουσιακά στοιχεία τους. Αν και η πρόσβαση σε χρηματοδότηση είναι ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα για τις ΜΜΕ, μόνο το 13 % των κατόχων ΔΔΙ έχουν επιχειρήσει να αποκτήσουν χρηματοδότηση χρησιμοποιώντας τα άυλα στοιχεία ενεργητικού τους. Ωστόσο, θετικό είναι το γεγονός ότι το 9 % το έχουν πράξει επιτυχώς.

Όσον αφορά την εμπορική εκμετάλλευση, το 24 % των κατόχων ΔΔΙ που ερωτήθηκαν έχουν υπογράψει συμφωνίες αδειοδότησης ΔΔΙ, από τους οποίους το 71 % παραχώρησαν άδεια χρήσης των ΔΔΙ τους σε άλλους οργανισμούς. Οι κύριοι λόγοι ήταν να αποκομίσουν πρόσθετα έσοδα (27 %) και να επεκταθούν σε νέους τομείς και γεωγραφικές περιοχές χωρίς να επωμιστούν τις σχετικές δαπάνες (23 %).

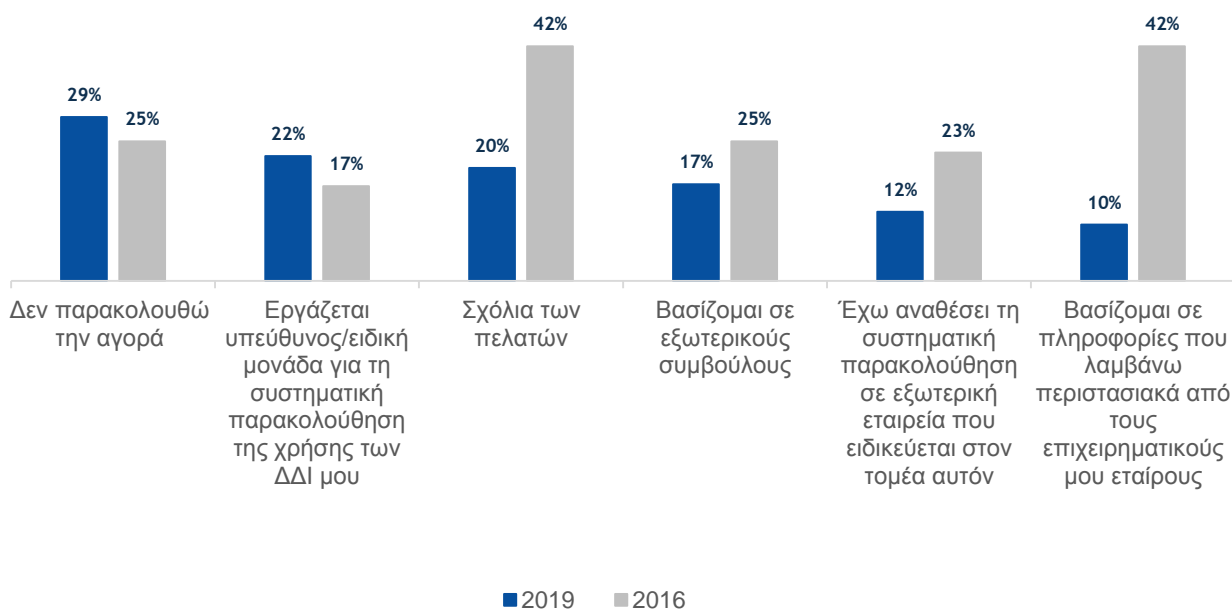
6 σημαντικότεροι λόγοι για την αδειοδότηση των ΔΔΙ από τους κατόχους ΔΔΙ



Επιβολή

Η παραβίαση των καταχωρισμένων ΔΔΙ εγείρει ανησυχίες για τις ΜΜΕ. Περίπου το 55 % των κατόχων ΔΔΙ δηλώνουν ότι η αντιγραφή από ανταγωνιστές θα είναι η μεγαλύτερη απειλή για τα ΔΔΙ τους το επόμενο έτος. Ωστόσο, το 29 % των κατόχων δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας δεν έχει λάβει μέτρα παρακολούθησης της αγοράς για παραβίαση των ΔΔΙ. Οι επιχειρήσεις που έχουν λάβει τέτοια μέτρα, συνήθως διαθέτουν προσωπικό ή ειδική μονάδα αρμόδια για την παρακολούθηση της χρήσης (22 %) και χρησιμοποιούν τα σχόλια που λαμβάνουν από τους πελάτες (20 %).

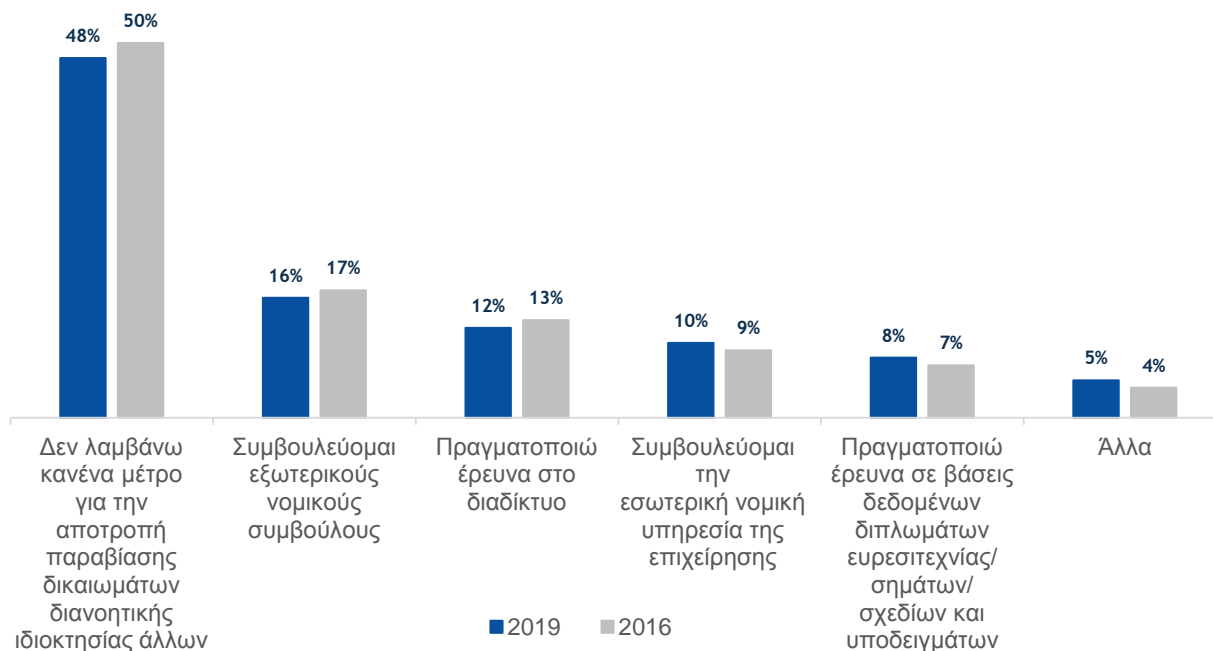
Μέτρα που εφαρμόζονται από τις ΜΜΕ για την παρακολούθηση των παραβιάσεων ΔΔΙ (2016-2019)



Ο αριθμός των ΜΜΕ που έχουν υποστεί παραβιάσεις των ΔΔΙ κατά τα προηγούμενα 3 έτη μειώθηκε από 31 % το 2016 σε 24 % το 2019. Τα εμπορικά σήματα ήταν το δικαίωμα που παραβιάστηκε περισσότερο (48 %), ακολουθούμενα από τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας (24 %). Οι συνηθέστερες επιπτώσεις των παραβιάσεων ΔΔΙ ήταν η απώλεια του κύκλου εργασιών (33 %) και η φήμη της φήμης (27 %).

Δεδομένης της ζημίας που μπορεί να προκαλέσει η παραβίαση, μια τάση που γεννά ανησυχία είναι ότι σχεδόν το ήμισυ (48 %) των ΜΜΕ δεν λαμβάνουν ακόμη μέτρα για να αποφευχθεί η παραβίαση των ΔΔΙ των άλλων εταιρειών. Τα πιο κοινά μέτρα που έχουν ληφθεί είναι η διαβούλευση με νομικούς συμβούλους (16 %) και η διεξαγωγή της διαδικτυακής έρευνας (12 %).

Σύγκριση των μέτρων που λαμβάνονται από τις ΜΜΕ ώστε να μην παραβιάζονται τα ΔΔΙ τρίτων



Η παρούσα μελέτη υπογραμμίζει ότι ο κύριος ανασταλτικός παράγοντας στην καταχώριση των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας (ΔΔΙ) για τις ΜΜΕ είναι η έλλειψη γνώσεων σχετικά με το τι είναι η διανοητική ιδιοκτησία και πώς μπορεί να ωφελήσει την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Πολλές είναι δεκτικές σε πληροφορίες που θα υποστηρίξουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα, αλλά εξακολουθεί να υπάρχει ανάγκη βελτίωσης της ευαισθητοποίησης σχετικά με τα οφέλη των ΔΔΙ.

Προκειμένου να ενθαρρυνθεί περαιτέρω η ανάπτυξη των ΜΜΕ σε αυτό το περιβάλλον, τα μηνύματα για την ενίσχυση της ευαισθητοποίησης σχετικά με τα ΔΔΙ θα πρέπει να υπογραμμίζουν τις θετικές επιπτώσεις που μπορεί να έχει η ΔΙ στην ενίσχυση της επιχειρηματικής δραστηριότητας των ΜΜΕ. Αυτά τα μηνύματα θα πρέπει στη συνέχεια να αναρτηθούν σε συγκεκριμένα μέρη και να διαδοθούν μέσω των διαύλων που χρησιμοποιούν οι ΜΜΕ. Η μελέτη τονίζει ότι οι συγκεκριμένοι διάλογοι είναι συχνά διαφορετικοί για τους κατόχους ΔΔΙ και τους μη κατόχους, ενώ μπορεί επίσης να διαφέρουν σημαντικά από χώρα σε χώρα, με αποτέλεσμα να απαιτείται μια προσαρμοσμένη προσέγγιση για τη διάδοση της ευαισθητοποίησης.



2019
ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ
ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ
ΔΙΑΝΟΗΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

Περίληψη



Οκτώβριος 2019