

# Dejavnosti licenciranja MSP: podatki lastnikov blagovnih znamk EU

Povzetek



## POVZETEK

Sredstva intelektualne lastnine imajo vse pomembnejšo vlogo v poslovnih strategijah, saj lahko omogočijo višje dobičke in ustvarijo vrednost za podjetje. To pomeni, da imajo sredstva intelektualne lastnine, tako kot vsa druga sredstva v lasti podjetja, svojo vrednost. Količinska opredelitev te vrednosti pa lahko pomeni izziv, zato vrednotenje intelektualne lastnine ostaja glavna ovira za to, da bi se pravice intelektualne lastnine štela za sredstvo, s katerim se trguje. Blagovna znamka je vrsta pravice intelektualne lastnine (PIL), ki podjetju pomaga vzpostaviti lastno znamko in je temelj njegove prepoznavnosti na trgu. V poročilu EUIPO/EPO o prispevku panog, v katerih se intenzivno uporabljajo PIL, h gospodarstvu EU<sup>1</sup> je navedeno, da panoge, v katerih se intenzivno uporabljajo blagovne znamke, največ prispevajo h gospodarstvu EU, saj (neposredno ali posredno) zagotavljajo 30 % delovnih mest v EU in ustvarijo 37 % BDP EU.

Lastnik lahko svojo blagovno znamko uporablja za označevanje blaga ali storitev, ki jih proizvaja, ali pa dovoli drugemu podjetju (pridobitelju licence), da uporablja blagovno znamko v zameno za ekonomsko korist. Licenciranje blagovne znamke je torej eden od načinov za pridobivanje ekonomske koristi na podlagi pravic intelektualne lastnine. V tem poročilu so ocenjene vrednosti sredstev, ki jih podjetje ima v obliki blagovnih znamk, na podlagi ugotovljenih značilnosti vzorca malih in srednjih podjetij (MSP), ki imajo v lasti blagovne znamke EU in jih licencirajo drugim. Posledično je dokapitalizirana vrednost blagovne znamke EU ocenjena kot pričakovan skupni prihodek, pridobljen z licenciranjem v gospodarski življenjski dobi blagovne znamke.

Raziskava, namenjena MSP, ki imajo v lasti blagovne znamke EU, je pokazala, da je 7,5 % MSP, ki imajo v lasti blagovne znamke EU, v obdobju 2013–2017 te blagovne znamke licenciralo drugim podjetjem. Poleg tega je iz raziskave razvidno, da je bil letni povprečni prihodek od licenciranja blagovnih znamk EU v obdobju 2013–2017 ocenjen na 64 924 EUR na podjetje (kar ustreza 5,7 % povprečnega prometa evropskih MSP), tako da so letni prihodki od licenciranja blagovnih znamk EU vseh MSP v EU ocenjeni na 1,9 milijarde EUR.

Po podatkih iz registra EUIPO je povprečna življenjska doba blagovne znamke EU, ki jo registrirajo MSP, 20 let. Na podlagi tega in ob upoštevanju rezultatov raziskave je bruto dokapitalizirana vrednost blagovnih znamk EU, ki jih licencirajo MSP, za njihovo celotno življenjsko dobo ocenjena na 38 milijard EUR, kar ustreza 1,3 milijona EUR na podjetje, ki je dajalec licence.

<sup>1</sup> Poročilo EUIPO/EPO: Gospodarske panoge, v katerih se intenzivno uporabljajo pravice intelektualne lastnine, in gospodarska uspešnost v Evropski uniji. Poročilo o analizi na panožni ravni, september 2019. Tretja izdaja.

Raziskava tudi kaže, da je verjetneje, da bodo licenco za svoje blagovne znamke EU podelila MSP v sektorju storitev in da bodo imela višje prihodke od licenc, tako v absolutnih številkah kot sorazmerno glede na povprečni promet vseh MSP.

## Dejavnosti licenciranja MSP: podatki lastnikov blagovnih znamk EU

