

Z uwagi na szybki rozwój techniki, nieustanne innowacje w otaczającej nas rzeczywistości, proponujemy Państwu cykl artykułów, które przybliżą zagadnienia dotyczące prawa własności intelektualnej. W kolejnych publikacjach prezentować będziemy m.in. zagadnienia związane z wzorami przemysłowymi, wynalazkami, prawami autorskimi oraz nieuczciwą konkurencją. Pierwszy artykuł został poświęcony problematyce znaków towarowych.

Marka – trendy, strategie i rzeczywistość

Rozwijać sprzedaż usług lub produktów, wydawać istotne pieniądze na ich promocje i nie chronić ich marki? Wydawałoby się, że dbałość o swoje prawa to oczywistość. Niestety nie, bowiem często w wizerze zarządzania firmą dziedzina własności intelektualnej umyka uwadze i chowa się w dziale marketingu (gdzie przeszkadza), w dziale prawnym (gdzie nie ma na nią czasu i cierpliwości) lub w dziale.... kadr! Życie pokazuje, że wagę znaków towarowych, wynalazków, wzorów przemysłowych czy użytkowych, a właściwie dbałość o strategię firmy w tym zakresie można łatwo przeoczyć.

Warto przyjrzeć się czy, a jeżeli tak, to dlaczego tak wiele firm na świecie, w tym coraz więcej w Polsce, stawia strategię dot. własności intelektualnej, a zwłaszcza przemysłowej, na pierwszym miejscu?

Zacznijmy od znaku towarowego, marki, brandu, oznaczenia, logo.....

W różnych systemach dostępne są rozmaite statystyki. Światowa Organizacja Własności Intelektualnej podsumowując rok 2016 dokonała ciekawego zestawienia zgłoszeń znaków towarowych w tzw. systemie madryckim, a także analizy dot. urzędów, do których wpływa najczęściej zgłoszeń znaków towarowych, jak i udziału zgłaszających znaki z poszczególnych państw. I tak.....

Źródło Światowa Organizacja Własności Intelektualnej

Dane mówią same za siebie. Branże elektroniczne, usługowe, związane z technologią, edukacją czy modą stawiają na ochronę znaków towarowych. Światowi liderzy konsekwentnie zgłaszają znaki towarowe, nie tylko firmowe (oznaczenia firm), ale i marki produktowe /usługowe, nie na jednym terytorium, a perspektywnie na docelowych obszarach działalności. Oczywiście jest, że produkując towary w Chinach nie można zapomnieć o ochronie znaku również tam. To naturalny krok dla każdego, kto zna strategię działania rynku azjatyckiego, śledzi trend i chce uniknąć blokady swoich produktów. Zgłoszeń znaków towarowych w największych urzędach w roku 2016 było około 6 milionów!

Na świecie oczywiste jest, że dobry znak towarowy zmienia firmę z „niewidzialnej” w „rozpoznawalną”, tworzy wartość niematerialną, która ma kluczowe znaczenie dla prowadzonej działalności. W zasadzie bez znaku towarowego firma, czy produkt bądź usługa, w dzisiejszym świecie nie istnieje.

