

**Weronika Ratajczak\***  <https://orcid.org/0009-0006-3176-5948>

Wyższa Szkoła Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi

e-mail: [weronikaratajczak09@gmail.com](mailto:weronikaratajczak09@gmail.com)

## **Rola i wyzwania prawa własności intelektualnej we wspieraniu innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw**

[https://doi.org/10.25312/2391-5129.39/2024\\_02wer](https://doi.org/10.25312/2391-5129.39/2024_02wer)

W artykule przedstawiono rolę prawa własności intelektualnej we wspieraniu innowacyjności oraz konkurencyjności przedsiębiorstw, zwracając uwagę na wyzwania, jakie niesie ze sobą dynamicznie zmieniające się środowisko biznesowe. Własność intelektualna, obejmująca patenty, znaki towarowe czy prawa autorskie, stanowi fundament strategii ochrony innowacji w firmach, takich jak Adidas, Tesla czy LEGO. Przykłady te ilustrują, jak różnorodne formy ochrony mogą zabezpieczać technologie, marki i innowacyjne rozwiązania, przyczyniając się do uzyskania przewagi konkurencyjnej na rynku. Artykuł jest też próbą odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób prawo własności intelektualnej wpływa na zarządzanie innowacjami, umożliwiając przedsiębiorcom skuteczne zabezpieczanie ich rozwiązań technologicznych oraz wspierając rozwój nowych produktów i usług. W kontekście globalnej rywalizacji ochrona własności intelektualnej staje się niezbędnym narzędziem dla firm, które pragną umacniać swoją pozycję na rynku. Efektywne zarządzanie prawami własności intelektualnej może zwiększyć wartość przedsiębiorstwa, przyciągnąć inwestorów oraz przeciwdziałać zagrożeniom związanym z piractwem i kopiowaniem treści w erze cyfrowej.

**Słowa kluczowe:** własność intelektualna, innowacyjność, konkurencyjność, patenty, zarządzanie innowacjami

---

\* Weronika Ratajczak – studentka prawa oraz absolwentka kryminologii Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi. Interesuje się tematyką prawa karnego, kryminalistyką oraz psychologią przestępczości, które zgłębia zarówno od strony teoretycznej, jak i praktycznej. Specjalizuje się w analizie prawnej oraz praktycznych aspektach stosowania prawa w odniesieniu do zjawisk przestępczych.

## Wprowadzenie

Prawo własności intelektualnej odgrywa kluczową rolę w stymulowaniu innowacji i rozwoju technologicznego, zapewniając twórcom ochronę prawną oraz zachęty do dalszej pracy twórczej. Innowacje napędzają postęp ekonomiczny i społeczny, dlatego istotne jest, aby twórcy, wynalazcy oraz firmy mieli pewność, że ich pomysły, produkty oraz technologie będą chronione przed nieautoryzowanym kopiowaniem lub użyciem. Prawo własności intelektualnej obejmuje różne formy ochrony, w tym patenty, prawa autorskie czy znaki towarowe. Każda z tych form ochrony ma na celu zabezpieczenie innych aspektów działalności innowacyjnej. Na przykład patenty chronią wynalazki techniczne, prawa autorskie zabezpieczają utwory literackie i artystyczne, a znaki towarowe pomagają budować i chronić markę. W kontekście innowacji prawo własności intelektualnej umożliwia twórcom czerpanie korzyści finansowych z ich prac, co może wspierać inwestycje w badania i rozwój oraz przyczyniać się do rozwoju całych sektorów gospodarki.

Celem artykułu jest przedstawienie kluczowej roli oraz wyzwań związanych z prawem własności intelektualnej w kontekście wspierania innowacyjności i konkurencyjności współczesnych przedsiębiorstw. W dobie cyfryzacji i globalizacji prawo własności intelektualnej staje się narzędziem o strategicznym znaczeniu, umożliwiającym przedsiębiorstwom skuteczną ochronę ich unikalnych rozwiązań, marek oraz technologii. Artykuł jest też próbą odpowiedzi na pytanie, jak różnorodne formy ochrony – patenty, znaki towarowe, prawa autorskie itp. – przyczyniają się do zwiększenia wartości firm, przeciwdziałają ryzyku oraz tworzą fundamenty dla przewagi konkurencyjnej na dynamicznym rynku.

## Definicja własności intelektualnej

Własność intelektualna to rezultaty pracy ludzkiego umysłu, które powstają w wyniku kreatywnego procesu, przez co przyjmują materialną formę. Obejmuje ona wszelkie twórcze osiągnięcia, takie jak rysunki, szkice, projekty, utwory literackie, teksty piosenek, kompozycje muzyczne czy programy komputerowe (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024). Własność intelektualna łączy w sobie dwa aspekty: własność, która wskazuje na prawo rzeczowe o skutku *erga omnes*, czyli skuteczne wobec wszystkich, oraz intelektualność, która podkreśla pochodzenie tych dóbr z ludzkiej inwencji i intelektu (Młodnicki, 2020). Pierwszy z nich, własność, wskazuje na jej prawo o charakterze rzeczowym, co oznacza, że działa ono *erga omnes*, czyli jest skuteczne wobec wszystkich. W praktyce oznacza to, że osoby trzecie muszą respektować prawa przysługujące właścicielowi, niezależnie od tego, czy są bezpośrednio związane z daną własnością intelektualną, czy też nie. Właściciel takiego prawa ma wyłączne możliwości korzystania z niego, a także decydowania, w jaki sposób inni mogą z jego własności korzystać. Prawo własności

intelektualnej jako prawo wyłączne umożliwia właścicielowi kontrolę nad tym, jak jego utwór, wynalazek lub znak jest używany, udostępniany czy reprodukowany. Drugi aspekt, intelektualność, odnosi się do kreatywnego i niematerialnego charakteru własności intelektualnej. Podkreśla, że te dobra są wynikiem ludzkiej inwencji, pomysłowości oraz intelektu. Powstają one w wyniku procesu twórczego, którego efektem są unikalne i oryginalne rozwiązania, dzieła czy produkty. Własność intelektualna obejmuje więc dobra, które nie są fizyczne, ale mają ogromną wartość dla ich twórców i społeczeństwa, chroniąc ich interesy oraz motywując do dalszej innowacji i twórczości. Niewątpliwie te dwa aspekty, własność i intelektualność, razem tworzą złożony mechanizm prawny, który zabezpiecza prawa autorów, wynalazców i twórców, jednocześnie wspierając rozwój gospodarki opartej na wiedzy i innowacji. Korzystanie z praw własności intelektualnej jest możliwe jedynie w określonym czasie oraz na wyznaczonym terytorium. Mają one charakter majątkowy, są zbywalne – z wyjątkiem osobistych praw autorskich, które nie podlegają przeniesieniu, można je sprzedać, przekazać lub dziedziczyć. Różne elementy tego samego produktu mogą być chronione odrębnymi prawami własności intelektualnej (Młodnicki, 2020). Własność intelektualna przenika niemal wszystkie dziedziny życia – od edukacji i rozrywki po działalność gospodarczą, bez względu na wielkość i zasięg firmy. W sektorach kreatywnych i innowacyjnych pełni rolę kluczową, ale jest także niezwykle ważna w tradycyjnych branżach. To nie tylko unikalne i nowatorskie efekty twórczości człowieka, ale również nieodzowny element współczesnego biznesu.

Prawa własności intelektualnej dzielimy na trzy podstawowe kategorie:

- prawa własności przemysłowej obejmujące patenty na wynalazki, wzory użytkowe, wzory przemysłowe, znaki towarowe, oznaczenia geograficzne i topografie układów scalonych,
- prawa autorskie i prawa pokrewne,
- know-how (informacje o sposobie produkcji, które nie są objęte patentami ani umowami licencyjnymi, dotyczą takich procesów, które nie spełniają kryteriów wynalazczości) (Młodnicki, 2020).

Warto jednak wiedzieć, że w kręgu szeroko rozumianych praw własności intelektualnej znajdują się także na przykład prawo wyłączne do nowych odmian roślin, prawo do firmy czy prawo do wizerunku (Rzążewska i in., 2021). Regulacje prawne, takie jak Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, zwana dalej w skrócie p.a., Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej, zwana dalej w skrócie p.w.p., Ustawa z dnia 27 lipca 2001 r. o ochronie baz danych, zwana dalej w skrócie u.o.b.z., oraz Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, zwana dalej w skrócie u.z.n.k., nadają tym prawom charakter wyłączny. Oznacza to, że wyłącznie ich właściciele mogą decydować o sposobach wykorzystania swojego dobra intelektualnego oraz czerpać z niego korzyści finansowe i niematerialne (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024).

Dzięki ochronie na różnych poziomach jeden produkt może być zabezpieczony przez różne rodzaje praw własności intelektualnej: jego wygląd zewnętrzny – wzorem

przemysłowym, logo – znakiem towarowym, a nowatorskie rozwiązanie technologiczne – patentem. Posiadanie i odpowiednie zarządzanie różnorodnymi prawami własności intelektualnej pozwala firmom wspierać innowacyjność oraz zdobywać przewagę konkurencyjną. Zrozumienie i skuteczne wykorzystanie praw własności intelektualnej, takich jak prawa autorskie, patenty, znaki towarowe czy wzory przemysłowe, stanowi podstawę sukcesu dla przedsiębiorstw w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu. Pomagają one rozwijać kreatywność, budować silną markę oraz zabezpieczać się przed nieuczciwą konkurencją. W dobie globalizacji i cyfryzacji skuteczna ochrona własności intelektualnej staje się jednym z kluczowych elementów strategii biznesowej, umożliwiając firmom nie tylko przetrwanie, ale i rozwój na konkurencyjnym rynku.

## **Rodzaje własności intelektualnej istotne dla innowacji**

Własność intelektualna odgrywa kluczową rolę w rozwoju innowacji, chroniąc efekty pracy twórców oraz stymulując inwestycje w badania i rozwój. Różne rodzaje własności intelektualnej, takie jak patenty, znaki towarowe, prawa autorskie i wzory przemysłowe, umożliwiają firmom zabezpieczenie swoich unikalnych pomysłów i technologii. Dzięki odpowiedniej ochronie innowacyjne przedsiębiorstwa mogą skutecznie konkurować na rynku, budować swoją markę oraz czerpać korzyści z kreatywności i nowatorskich rozwiązań, które wnoszą do gospodarki.

### **Prawa autorskie**

Autor i jego dzieło to kluczowe pojęcia w koncepcji prawa autorskiego (Nowikowska, 2021b). Prawo autorskie chroni oryginalne utwory twórcze, takie jak oprogramowanie, projekty graficzne, utwory literackie oraz muzyczne. Ochrona ta odgrywa istotną rolę w zakresie własności intelektualnej, zwłaszcza w branżach kreatywnych i technologicznych, gdzie innowacyjność często opiera się na twórczości intelektualnej. Utworem, zgodnie z definicją, jest dzieło stworzone lub przetworzone w sposób, który czyni je nowym i dotąd nieistniejącym tworem (Wyrok NSA z 21.01.2021 r., II GSK 954/18). Zgodnie z artykułem 1 p.a. przedmiotem prawa autorskiego jest każdy przejaw działalności twórczej, który ma indywidualny charakter i jest ustalony w jakiegokolwiek formie. Oznacza to, że aktywność twórcza autora jest uznawana za utwór niezależnie od celu jego powstania oraz wartości materialnej czy artystycznej. Ochrona takiego utworu zaczyna obowiązywać, gdy spełnione są dwa warunki: musi on być ustalony w jakiegokolwiek formie (nawet jeśli jest niedokończony) oraz posiadać indywidualny charakter. Na przykład różne obrazy przedstawiające ten sam widok centrum miasta, stworzone przez różnych artystów, będą miały unikalny charakter związany ze stylem danego malarza (Cheda, 2021: 63).

Prawa autorskie przyznają twórcom wyłączne prawa do tak powstałego utworu, co ogranicza jego powszechną dostępność i podkreśla, że dzieło stanowi wyraz indywidualnej osobowości autora (Nowikowska, 2021a). Ochrona ta obejmuje dobra nie-

materialne, istniejące niezależnie od formy materialnej, w której zostały zapisane, na przykład książki czy nagrania. Ważne jest również to, że ochrona prawnoautorska nie wymaga spełnienia formalności, takich jak oznaczenia na egzemplarzu utworu czy jego rejestracja – wystarczy, by utwór został ujawniony osobom trzecim (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024). Jednakże wiele utworów pozostaje nieukończonych, mimo to korzystają one z pełnej ochrony prawnoautorskiej. Prawo wymaga jedynie, aby utwór istniał w formie umożliwiającej opisanie jego cech, charakterystyki oraz przymiotów indywidualizujących. Przykładem może być proces tworzenia rzeźby z gliny, który ma charakter ciągły. Zatem nawet nieukończone czy porzucone dzieło autora może być objęte ochroną prawnoautorską (Cheda, 2021: 64). Co więcej, pojedyncze słowa, niezależnie od tego, czy są to powszechnie używane wyrazy, czy nowe formacje językowe, na ogół nie spełniają kryterium twórczości (Wyrok SN z 14.10.2021 r., IV CSKP 44/21). Ochrona prawnoautorska nie obejmuje więc prostych wyrazów, a skupia się na twórczych zestawieniach i strukturach, które odzwierciedlają oryginalność oraz kreatywność autora. Prawo autorskie daje twórcom wyłączne prawo do korzystania z ich dzieł oraz udzielania zgody na ich wykorzystywanie przez inne osoby, co umożliwia kontrolę nad dziełem i zapewnia odpowiednie wynagrodzenie za twórczość (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024). Ochrona obowiązuje niezależnie od wartości, przeznaczenia czy formy wyrazu utworu.

Majątkowe prawa autorskie obowiązują przez 70 lat po śmierci autora, a w przypadku utworów współtworzonych czas ten liczy się od śmierci ostatniego współautora. Po upływie tego okresu dzieło przechodzi do domeny publicznej, co umożliwia jego swobodne wykorzystywanie przez innych (Rzążewska i in., 2021). Należy także zaznaczyć, że ochrona praw autorskich nie obejmuje czynności odtwórczych, polegających na wykorzystaniu istniejącej wiedzy i umiejętności jej przekazywania. Sam pomysł lub koncepcja – jeśli nie przyjęły konkretnej formy utworu – również nie podlegają ochronie. Potwierdza to Wyrok NSA z 21.05.2024 r., II GSK 2361/23, który wskazuje brak podstaw do ochrony idei bez ich uzewnętrznienia w formie dzieła.

W kontekście innowacji prawa autorskie odgrywają kluczową rolę w zabezpieczeniu rezultatów twórczej działalności, co motywuje autorów do dalszego tworzenia i wprowadzania nowych pomysłów. Ochrona ta nie tylko chroni interesy twórców, ale również wspiera rozwój gospodarki kreatywnej. Dzięki prawom autorskim przedsiębiorstwa mogą czerpać zyski z opracowanych dzieł, co jest szczególnie istotne dla firm zajmujących się tworzeniem oprogramowania, projektów wizualnych oraz treści medialnych. Ponadto prawa autorskie umożliwiają licencjonowanie utworów, co sprzyja tworzeniu nowych modeli biznesowych oraz współpracy na rzecz innowacji. Dzięki możliwości udzielania licencji twórcy mogą łatwo dzielić się swoimi dziełami, co prowadzi do synergii pomiędzy różnymi branżami. Na przykład współpraca między autorami książek a twórcami filmów czy gier może skutkować nowymi, unikalnymi produktami, które przyciągają szerszą publiczność i otwierają nowe rynki (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024).

Interesującym przykładem jest Wattpad, platforma umożliwiająca użytkownikom publikowanie, dzielenie się i odkrywanie różnorodnych treści literackich. Ochrona praw autorskich jest kluczowym elementem funkcjonowania platformy Wattpad, zarówno dla autorów, jak i dla samej platformy. Kiedy autor publikuje swoje dzieło na Wattpadzie, automatycznie nabywa prawa autorskie do tej treści. Oznacza to, że nikt inny nie może kopiować, modyfikować ani publikować tych utworów bez zgody autora. Ta ochrona jest szczególnie ważna w środowisku internetowym, gdzie łatwy dostęp do treści może prowadzić do ich nieautoryzowanego użycia.

Publikując na Wattpadzie, autorzy zgadzają się na określone warunki korzystania z platformy, w tym przyznanie Wattpadowi ograniczonej licencji na wykorzystywanie treści w celach promocyjnych. Dzięki temu autorzy zachowują prawa do swoich prac, ale jednocześnie pozwalają platformie na pewne formy ich wykorzystania. Wattpad stwarza unikalne możliwości dla autorów, którzy mogą zdobyć rozgłos i budować swoją markę literacką. Dzięki prawom autorskim mogą oni chronić swoje prace, co jest istotne w kontekście potencjalnych umów wydawniczych lub adaptacji (na przykład filmowych czy serialowych). Wielu autorów, którzy zaczęli na Wattpadzie, zdobyło popularność, co prowadzi do wydania książek przez tradycyjne wydawnictwa. Choć Wattpad oferuje ochronę praw autorskich, autorzy mogą napotykać wyzwania związane z plagiatem lub kopiowaniem ich dzieł przez innych użytkowników. Platforma posiada politykę zgłaszania naruszeń praw autorskich, co umożliwia autorom zgłaszanie przypadków nieautoryzowanego użycia ich treści (*Co to jest Wattpad?*, 2022).

## Patenty

Wynalazek definiowany jest jako techniczne rozwiązanie konkretnego problemu. Na każdy wynalazek można uzyskać patent, który przyznawany jest twórcy wynalazku – osobie fizycznej, niezależnie od tego, czy wynalazek powstał w wyniku zamierzonego działania, czy przypadkowo (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024).

Patenty można uzyskać dla czterech głównych kategorii wynalazków:

1. Produkty – obejmują nowe materiały, substancje chemiczne, farmaceutyki itp.
2. Urządzenia – dotyczą maszyn, narzędzi i innych wynalazków o funkcji technicznej.
3. Sposoby – odnoszą się do procesów lub metod produkcji, obróbki i przetwarzania.
4. Nowe zastosowania produktów – chronią nowe sposoby wykorzystania już znanych produktów w nieznanym wcześniej sposób (Rzążewska i in., 2021).

Należy stwierdzić, że wynalazek może powstać w jakiegokolwiek działalności przemysłowej – nie wykluczając rolnictwa. Za wynalazki nie uważa się między innymi odkryć, teorii naukowych i metod matematycznych, wytworów o charakterze jedynie estetycznym, schematów, zasad i metod przeprowadzania procesów myślowych, rozgrywania gier lub prowadzenia działalności gospodarczej, programów



komputerowych oraz przedstawienia informacji. Do tej grupy zaliczają się również odmiany roślin lub rasy zwierząt oraz czysto biologiczne sposoby hodowli roślin lub zwierząt, a także wytwory uzyskiwane takimi sposobami oraz sposoby leczenia ludzi i zwierząt metodami chirurgicznymi lub terapeutycznymi, a ponadto sposoby diagnostyki stosowane na ludziach lub zwierzętach (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024). Każda z tych kategorii umożliwia wynalazcom ochronę ich innowacyjnych rozwiązań, zapewniając im wyłączne prawo do korzystania z tych wynalazków.

Opis wynalazku, zgodnie z art. 33, ust. 1 w związku z art. 31, ust. 1, pkt 2 p.w.p., powinien ujawniać jego istotę, aby umożliwić ocenę zdolności patentowej oraz sprawdzenie, czy zgłoszone rozwiązanie spełnia wszystkie cztery kryteria określone w art. 24 p.w.p. Jeśli opis nie zawiera dostatecznego ujawnienia istoty wynalazku, na przykład w odniesieniu do produktu leczniczego skomponowanego ze znanych substancji bez określenia jego skutków leczniczych, to uchybienie powinno być uwzględniane przy ocenie spełniania wymagań określonych w art. 24 p.w.p. (Wyrok NSA z 5.05.2017 r., II GSK 2350/15). Proces uzyskiwania patentu rozpoczyna się od zgłoszenia wynalazku do urzędu patentowego, gdzie oceniane są jego nowość, wynalazczość i użyteczność (Młodnicki, 2020). Jednakże, aby uzyskać patent, wynalazek musi spełniać określone warunki, które ocenia się według przepisów obowiązujących w dniu zgłoszenia (Wyrok WSA w Warszawie z 4.10.2017 r., VI SA/Wa 864/17).

Zgodnie z art. 252 p.w.p. do postępowania przed Urzędem Patentowym Rzeczypospolitej Polskiej stosuje się przepisy kodeksu postępowania administracyjnego, chyba że ustawa stanowi inaczej. Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej jako organ administracji publicznej musi przestrzegać zasady dochodzenia prawdy materialnej, co obejmuje wyczerpujące rozpatrzenie i ocenę materiału dowodowego (Wyrok WSA w Warszawie z 4.10.2017 r., VI SA/Wa 864/17). Aby uzyskać ochronę patentową, każdy wynalazek musi spełniać kryteria nowości, poziomu wynalazczego oraz przemysłowej stosowalności. W przypadku uzyskania patentu na wynalazek przez osobę nieuprawnioną uprawniony może żądać unieważnienia tego patentu (Wyrok WSA w Warszawie z 13.01.2020 r., VI SA/Wa 1730/19). Poza zgłoszeniem wynalazku na poziomie krajowym istnieje możliwość ubiegania się o patent na poziomie regionalnym oraz międzynarodowym. Patent europejski oraz regionalną ochronę można uzyskać poprzez Europejski Urząd Patentowy (EPO) z siedzibą w Monachium. Dzięki jednolitemu zgłoszeniu wynalazku możliwe jest uzyskanie patentu europejskiego w aż 38 krajach członkowskich Europejskiej Organizacji Patentowej (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024). Należy jednak pamiętać, że ważność patentu europejskiego musi być potwierdzona w krajowych urzędach patentowych, co wiąże się z koniecznością wniesienia opłaty. Proces ten nazywany jest walidacją patentu europejskiego. Wniosek o uznanie ważności patentu w urzędach krajowych, w których planujemy, aby patent obowiązywał, należy złożyć w ciągu trzech miesięcy od daty publikacji przez Europejski Urząd Patentowy

(EPO) informacji o udzieleniu patentu europejskiego. Warto podkreślić, że szczególne wymagania dotyczące procedury walidacji patentów europejskich różnią się w zależności od konkretnego kraju (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024). Co ważne, patent jest zbywalny, co oznacza, że można go sprzedać innym osobom lub podmiotom. Oprócz tego patent podlega również dziedziczeniu, co umożliwia przekazywanie praw do wynalazku następcom prawnym (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024).

Patenty stanowią kluczowy element zarządzania innowacjami technologicznymi, przyznając wynalazcy wyłączne prawo do wykorzystywania wynalazku przez określony czas, zazwyczaj do 20 lat pod warunkiem uiszczania corocznych opłat (Rzążewska i in., 2021). Te okresy ochrony są istotne dla przedsiębiorstw, ponieważ pozwalają na długoterminowe zabezpieczenie inwestycji w badania i rozwój, co sprzyja innowacyjności i konkurencyjności na rynku. Utrzymanie patentu w mocy wymaga nie tylko spełnienia wymogów formalnych, ale również regularnego dokonywania opłat, co podkreśla znaczenie aktywnego zarządzania portfelem patentowym przez wynalazców i przedsiębiorstwa. Ochrona patentowa jest istotna, ponieważ chroni nowe wynalazki oraz technologie, co motywuje firmy do inwestowania w badania i rozwój (R&D). Dzięki patentom przedsiębiorstwa mogą skutecznie kontrolować wykorzystanie swoich innowacji przez inne podmioty, co sprzyja zwrotowi z inwestycji i zachęca do dalszego rozwoju technologii. Patenty pomagają także w budowaniu przewagi konkurencyjnej, umożliwiając firmom wyróżnienie się na rynku oraz ograniczając ryzyko kopiowania ich technologii przez konkurencję (Rzążewska i in., 2021).

Przykładem zastosowania tych zasad są systemy baterii opracowane przez Teslę, Inc. oraz Panasonic Holdings Corporation, których wynalazcami są Jeffrey R. Dahn, Jing Li i Stephen Laurence Glazier (numer patentu: 12100812). Ich prace skupiają się na ulepszonych systemach baterii litowo-jonowych, które wykorzystują mieszanki dwóch dodatków w rozpuszczalniku elektrolitu. W skład tych systemów wchodzi rozpuszczalniki węglowe, organiczne oraz opcjonalnie octan metylu. Dodatnia elektroda może być wykonana ze związków niklowo-manganowo-kobaltowych litu, podczas gdy ujemna elektroda może być wykonana z grafitu naturalnego lub sztucznego (*Battery systems based on two-additive electrolyte system*, 2024). Z kolei w przypadku patentów firmy Pfizer Inc. można wskazać na sól tosyłową pyrrolo[2,3-d] pirimidyny, jej formę krystaliczną oraz proces wytwarzania i pośrednie produkty (numer patentu: 12116368). Niniejszy wynalazek dotyczy nowej soli kwasu p-toluenosulfonowego oraz krystalicznej formy polimorficznej Formy 1 tej soli 1-((2S,5R)-5-((7H-pyrrolo[2,3-d] pyrimidin-4-yl) amino)-2-methylpiperidin-1-yl) prop-2-en-1-one. Obejmuje również kompozycję farmaceutyczną zawierającą ten związek oraz jej przygotowania i zastosowania. Dodatkowo wynalazek ujawnia nową sól kwasu fosforowego tego samego związku oraz kompozycję farmaceutyczną, która ją zawiera (*Pyrrolo[2,3-d]pyrimidine tosylate salt, crystalline form thereof and manufacturing process and intermediates thereto*, 2024).



Warto dodać, że w przypadku patentów dotyczących farmaceutyków istnieje możliwość przedłużenia ochrony o dodatkowe 5 lat poprzez uzyskanie dodatkowego prawa ochronnego. Rozwiązanie to ma na celu zrekompensovanie czasu potrzebnego na uzyskanie zgód regulacyjnych na wprowadzenie leków na rynek (Rzążewska i in., 2021).

### Znaki towarowe

Znakiem towarowym może być każde oznaczenie, które pozwala odróżnić towary lub usługi jednego przedsiębiorcy od towarów lub usług innego oraz może być przedstawione w rejestrze znaków towarowych tak, aby jednoznacznie i precyzyjnie określić zakres ochrony przyznanej znakowi. Znaki towarowe chronią elementy identyfikujące markę, takie jak logo, nazwa firmy, slogany czy grafiki, które odróżniają produkty i usługi na rynku (Rzążewska i in., 2021). Znak towarowy zyskuje odróżniający charakter w wyniku jego używania, gdy zaczyna identyfikować dany produkt jako pochodzący z określonego przedsiębiorstwa, co umożliwia mu odróżnienie się od towarów innych firm.

Znaki towarowe rejestruje się dla określonych towarów lub usług przypisanych do specjalnych kategorii według międzynarodowej klasyfikacji, znanej jako klasyfikacja nicejska. System ten obejmuje 45 klas, z czego klasy 1–34 przeznaczone są dla towarów, a klasy 35–45 dla usług (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024).

Najczęściej spotykanymi formami znaków towarowych są:

- znaki słowne: oznaczenia słowne w postaci na przykład wyrazów, zdań, sloganów reklamowych,
- znaki graficzne: oznaczenia graficzne, takie jak rysunki, ornamenty,
- znaki słowno-graficzne: oznaczenia stanowiące kombinację znaków słownych i graficznych,
- znaki przestrzenne: trójwymiarowe formy przedmiotów, towarów lub opakowań,
- znaki niestandardowe: multimedialne (animacje, wideo), hologramy, dźwięki lub krótkie melodie (Rzążewska i in., 2021).

Aby ocenić odróżniający charakter znaku towarowego, konieczne jest przeprowadzenie całościowej analizy jego zdolności do identyfikowania towarów lub usług jako pochodzących z konkretnego przedsiębiorstwa. W tej ocenie uwzględnia się kilka istotnych aspektów, takich jak udział znaku w rynku, intensywność jego używania, zasięg geograficzny, długość okresu stosowania, nakłady na promocję oraz odsetek odbiorców, którzy dzięki temu znakowi rozpoznają towar jako pochodzący od konkretnego producenta. Warto również wziąć pod uwagę opinie izb handlowych i innych organizacji zawodowych (Wyrok SN z 21.04.2023 r., II CSKP 623/22). Z kolei znaki, które nie posiadają wystarczających znamion odróżniających, uznawane są za niezdolne do pełnienia funkcji znaku towarowego, chyba że zyskają te znamiona w wyniku używania. Oznaczenie, które może być zarejestrowane jako znak towarowy, nie

może być wyłącznie opisowe, co oznacza, że nie powinno składać się z elementów przekazujących informacje o cechach, właściwościach i przeznaczeniu towarów. W przeciwnym razie takie oznaczenie jedynie informowałoby o samym sobie, a nie wskazywałoby na pochodzenie towaru lub usługi od konkretnego przedsiębiorcy. Udzielenie ochrony takiemu oznaczeniu ograniczałoby swobodę działania innych uczestników obrotu gospodarczego, co mogłoby zakłócić normalne funkcjonowanie rynku, uniemożliwiając innym podmiotom informowanie klientów o rodzaju, przeznaczeniu czy właściwościach towarów. Z tego względu monopolizacja używania takiego oznaczenia przez jednego przedsiębiorcę byłaby nieuzasadniona i szkodliwa dla konkurencji (Wyrok WSA w Warszawie z 5.08.2022 r., VI SA/Wa 615/22).

W kontekście innowacji znaki towarowe odgrywają kluczową rolę w budowaniu i ochronie marki, zwłaszcza w momencie wprowadzania na rynek nowych produktów lub usług. Dzięki nim przedsiębiorstwa mogą skutecznie wyróżniać się na tle konkurencji, co jest niezbędne w dynamicznie zmieniającym się środowisku rynkowym. Dzięki znakom towarowym przedsiębiorstwa mogą chronić swoją tożsamość i unikalne cechy, które są istotne dla budowania lojalności konsumentów. Znaki towarowe wspierają innowacje marketingowe, ponieważ umożliwiają firmom wprowadzanie nowatorskich strategii brandingowych i wyróżnianie się wśród konkurencji. Ochrona marki za pomocą znaków towarowych pomaga także zapobiegać nadużyciom, takim jak podrabianie produktów, co ma bezpośredni wpływ na reputację i pozycję rynkową firmy (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024).

Znak towarowy jest chroniony przez 10 lat od daty zgłoszenia, ale jego ochrona może być przedłużana w nieskończoność dzięki regularnie wnoszonym co 10 lat opłatom okresowym, jednocześnie warunkiem kontynuowania ochrony jest rzeczywiste używanie znaku towarowego w odniesieniu do towarów lub usług objętych rejestracją (na przykład znak towarowy „Coca-Cola”) (Rzążewska i in., 2021). Jednakże zgodnie z treścią art. 169, ust. 1, pkt 1 p.w.p., prawo ochronne na znak towarowy wygasa w wyniku nieużywania zarejestrowanego znaku towarowego w sposób rzeczywisty dla towarów objętych ochroną przez okres nieprzerwany 5 lat od dnia wydania decyzji o udzieleniu prawa ochronnego, chyba że istnieją ważne powody uzasadniające jego nieużywanie (Wyrok NSA z 30.08.2023 r., II GSK 691/23).

Przykładem firmy, która bardzo mocno dba o swój znak towarowy, jest firma Apple, która chroni swoje logo oraz nazwy produktów, takie jak iPhone, MacBook czy Apple TV, jako znaki towarowe. Tego rodzaju ochrona wzmacnia tożsamość marki i zabezpiecza ją przed podróbkami oraz nieautoryzowanym użyciem. W kontekście nieautoryzowanego użycia znaki towarowe firmy Apple, takie jak Apple, iPod, iTunes, Macintosh, iMac oraz inne, w tym graficzne symbole, logo i ikony, nie mogą być wykorzystywane ani rejestrowane w całości ani w części. Zakazane jest także ich użycie w nazwach firm, produktów lub usług, o ile nie jest to wyraźnie przewidziane w wytycznych Apple. Jeśli chodzi o logo Apple i inne graficzne symbole, Apple

nie dopuszcza ich umieszczania na stronach internetowych, produktach, opakowaniach, materiałach promocyjnych i podręcznikach bez wyraźnego pisemnego upoważnienia, na przykład w ramach licencji lub umowy z autoryzowanym sprzedawcą. Autoryzowane użycie z kolei przysługuje jedynie Apple, jej licencjobiorcom oraz autoryzowanym sprzedawcom, którzy są upoważnieni do korzystania z logo w materiałach reklamowych i sprzedażowych. Podmioty te muszą przestrzegać określonych warunków oraz wytycznych, a sposób użycia logo musi odpowiadać ich statusowi, na przykład jako autoryzowanego sprzedawcy, dostawcy usług czy hurtownika. Deweloperzy mogą wykorzystywać znaki słowne Apple, takie jak Macintosh lub iMac, w kontekście referencyjnym, na przykład na opakowaniach lub w materiałach promocyjnych, aby wskazać, że ich produkty są kompatybilne z technologią Apple. W takim przypadku znaki Apple nie mogą być częścią nazwy produktu, a ich użycie nie może sugerować poparcia ani współpracy z Apple. Tego rodzaju przepisy umożliwiają ochronę marki Apple, a jednocześnie pozwalają innym podmiotom na informowanie o zgodności ich produktów z urządzeniami Apple.

### **Wzory przemysłowe**

Wzór przemysłowy to unikalna i wyróżniająca się forma produktu lub jego części, nadana mu przez takie cechy, jak linie, kontury, kształty, kolorystyka, faktura, materiał czy ornamentacja. Właściwości te mają na celu przyciągnięcie uwagi poprzez estetyczne walory towaru, co wpływa na jego atrakcyjność wizualną. Wzory przemysłowe są formą ochrony zewnętrznego wyglądu różnorodnych produktów, zarówno przemysłowych, jak i rzemieślniczych, oraz wspierają ich oryginalny design na konkurencyjnym rynku (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024).

Aby wzór przemysłowy mógł zostać skutecznie zarejestrowany, musi spełniać dwa podstawowe wymogi:

- nowość: wzór nie może być wcześniej udostępniony publicznie ani mieć identycznego lub niemal identycznego odpowiednika,
- indywidualny charakter: wzór powinien wyraźnie odróżniać się od innych, wcześniej opublikowanych wzorów (Rzążewska i in., 2021).

Ocena nowości wzoru użytkowego opiera się na przepisach dotyczących nowości wynalazków (art. 100, ust. 1 w zw. z art. 25 p.w.p.) (Wyrok NSA z 15.11.2011 r., II GSK 1124/10). W kontekście oceny nowości postaci wytworu objętego wzorem przemysłowym należy zwrócić uwagę na to, że przedmiotem porównania są konkretne postacie wytworów. Zakres prawa z rejestracji wzoru przemysłowego definiują zarówno rysunek wzoru, jak i istotne cechy opisane w dokumentacji. Wzór przemysłowy uznaje się za nowy, jeżeli przed datą, która oznacza pierwszeństwo do uzyskania prawa z rejestracji, identyczny wzór nie został publicznie udostępniony, na przykład przez użycie, wystawienie czy ujawnienie w inny sposób. Należy pamiętać, że wzór uznaje się za identyczny z udostępnionym publicznie, nawet jeśli różni się jedynie nieistotnymi szczegółami (Wyrok WSA w Warszawie z 4.10.2010 r., VI SA/

Wa 736/10). W ten sposób wzory przemysłowe nie tylko chronią innowacje estetyczne, ale również przyczyniają się do budowania konkurencyjności na rynku, umożliwiając firmom skuteczne wyróżnianie się wśród innych produktów. Wzór przemysłowy chroni wygląd produktów, takich jak etykiety, wzory graficzne, logo oraz formy przestrzenne, obejmujące meble, ubrania, butelki, opakowania, uchwyty czy elementy budowlane. Zgodnie z art. 102, pkt 1 p.w.p. wzorem przemysłowym jest nowa i posiadająca indywidualny charakter postać wytworu lub jego części, nadana mu przez cechy linii, konturów, kształtów, kolorystykę, fakturę lub materiał wytworu oraz przez jego ornamentację. Dzięki tej ochronie właściciel uzyskuje wyłączne prawo do korzystania ze wzoru, co pozwala mu na zakazywanie innym kopiowania lub sprzedaży podobnych produktów. Maksymalny okres ochrony wzoru przemysłowego wynosi 25 lat, jednak zgłoszenie musi być regularnie odnawiane i opłacane co 5 lat. Niezachowanie terminów płatności skutkuje utratą prawa z rejestracji (Rzążewska i in., 2021).

Warto pamiętać, że ochrona wzoru przemysłowego dotyczy wyłącznie elementów zewnętrznych, które są postrzegane wzrokiem. Jak wskazuje Wyrok WSA w Warszawie z 19.04.2006 r., VI SA/Wa 196/06, kluczowe znaczenie ma zatem aspekt estetyczny i wizualny wzoru, który stanowi jego główną wartość ochronną.

Przykładem firmy, która skutecznie walczy o ochronę własnych wzorów przemysłowych, jest firma LEGO. Jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek zabawek na świecie, symbolem jakości i kreatywności. Firma konsekwentnie chroni unikalny charakter swoich produktów (*Uczciwe działania*, 2024). W 1996 roku pojawił się pomysł rejestracji przestrzennego znaku towarowego dla klocka LEGO w ówczesnym OHIM (obecnie EUIPO). Po przezwycięzeniu początkowych trudności rejestracja została zatwierdzona 19 października 1999 roku. Dwa dni później Ritvik Holdings Inc. złożył jednak wniosek o unieważnienie, twierdząc, że kształt klocka pełni funkcję techniczną niezbędną dla produktu. W 2004 roku Wydział Unieważnień EUIPO unieważnił rejestrację, a Grupa LEGO złożyła apelację do Wielkiej Izby Odwoławczej. Izba orzekła, że zarówno poszczególne elementy klocka, jak i całość służą technicznej funkcji, co wyklucza możliwość ochrony na podstawie znaku towarowego z uwagi na brak elementów dekoracyjnych (Gradek-Lewandowska, 2021). LEGO odwołało się do Sądu UE w 2006 roku, jednak sąd podtrzymał wcześniejsze decyzje o unieważnieniu. Następnie w wyroku Trybunału Sprawiedliwości UE z 14 września 2010 roku (C-48/09 P) orzeczono, że nadanie ochrony na taki znak towarowy stworzyłoby monopol na techniczne rozwiązania zastosowane w klockach. Tym samym przepisy zakazujące rejestracji znaków składających się wyłącznie z formy mającej jedynie funkcję techniczną uniemożliwiły ochronę przestrzennego znaku towarowego LEGO (Gradek-Lewandowska, 2021).

W 2010 roku firma LEGO A/S złożyła w EUIPO wniosek o ochronę wzoru przemysłowego dla swojego klocka, co zostało zarejestrowane 2 lutego 2010 roku w klasie 21.01 Porozumienia Lokarneńskiego jako „klocki konstrukcyjne” (Gradek-

-Lewandowska, 2021). W grudniu 2016 roku Delta-Sport Handelskontor GmbH złożyła wniosek o unieważnienie wzoru, wskazując, że jego wygląd wynika wyłącznie z funkcji technicznej, co – zgodnie z art. 8, ust. 1 rozporządzenia nr 6/2002 – wyklucza ochronę. EUIPO odrzuciło wniosek, uznając, że funkcja klocka polega na jego łączeniu z innymi elementami, ale Delta-Sport nie wykazała, że techniczna funkcja całkowicie determinuje wygląd produktu. Po apelacji Delta-Sport Trzecia Izba Odwoławcza EUIPO 10 kwietnia 2019 roku uchyliła tę decyzję, unieważniając wzór na podstawie oceny, że wszystkie charakterystyczne cechy klocka – w tym wypustki i kształt – służą technicznej funkcji łączenia i stabilności konstrukcji. Odnosząc się do wcześniejszych decyzji Wielkiej Izby Odwoławczej i Sądu UE, uznano, że te same techniczne cechy wykluczają ochronę wzoru przemysłowego. Sprawa zakończyła się wyrokiem sądu z 24 marca 2021 r., który potwierdził, że LEGO posiada prawo do wzoru dla „klocków w zestawie konstrukcyjnym dla dzieci”. Sąd przypomniał, że zgodnie z rozporządzeniem nr 6/2002 wzór wspólnotowy nie obejmuje cech, które muszą być odtworzone w konkretnych formach i wymiarach dla mechanicznego połączenia. Wyjątek stanowią produkty modułowe, gdzie takie cechy mogą stanowić istotną wartość handlową i kwalifikować się do ochrony. Sąd podkreślił, że wzór może zostać unieważniony, jeśli wszystkie jego cechy mają wyłącznie funkcję techniczną, lecz jeśli choć jedna cecha ma charakter pozatechniczny, wzór podlega ochronie. Sąd zauważył także, że gładka powierzchnia na klocku LEGO, położona przy czterech wypustkach, nie została uwzględniona przez Izbę Odwoławczą, co było błędem. W ten sposób obowiązek dowodu, że wszystkie cechy wzoru wynikają wyłącznie z funkcji technicznej ciążył na wnioskującym o unieważnienie (Gradek-Lewandowska, 2021).

### **Wzory użytkowe**

Wzór użytkowy to techniczne rozwiązanie, które musi być zarówno nowatorskie, jak i użyteczne, obejmujące aspekty kształtu, budowy lub zestawienia elementów przedmiotu o trwałej postaci (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024). Wzór użytkowy to rozwiązanie dotyczące zagadnienia technicznego, mające na celu odróżnienie go od wzorów przemysłowych. Wprowadzenie tego wymogu jest istotne, ponieważ wyklucza ochronę dla wytworów o charakterze wyłącznie estetycznym. Techniczny charakter wzoru użytkowego oznacza, że jego głównym zadaniem jest przedstawienie sposobu oddziaływania na materię w celu osiągnięcia zamierzonego efektu, który zaspokaja potrzeby ludzkie wykraczające poza aspekt estetyczny (Kępiński, 2020: 33).

Aby uzyskać prawo ochronne na wzór użytkowy, rozwiązanie powinno spełniać kilka kluczowych kryteriów:

- nowość – rozwiązanie nie może być wcześniej publicznie znane,
- charakter techniczny – wzór powinien zawierać co najmniej jeden nowy, funkcjonalny element techniczny,

- użyteczność – wzór powinien być praktyczny, pełniąc określoną funkcję,
- trwałość – musi dotyczyć obiektu, który jest fizycznie wyodrębnialny (*Właśność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024).

Spełnienie tych warunków umożliwia uzyskanie prawa ochronnego na wzór użytkowy.

Badanie nowości wzoru użytkowego koncentruje się na identyfikacji cech, które różnią go od istniejących rozwiązań technicznych. Kluczowe jest nie tylko zauważenie różnic, ale także ich konkretne odniesienie do kształtu, budowy czy zestawienia. Stwierdza się, że nowość nie jest spełniona, jeśli wszystkie cechy zgłoszonego rozwiązania są już ujawnione w stanie techniki przed datą zgłoszenia. W szczególności wcześniejsze dokumenty muszą jasno przedstawiać istotę wzoru użytkowego, by dowodzić jego braku nowości (Wyrok NSA z 31.01.2020 r., II GSK 1693/18). Warto również podkreślić, że wzory użytkowe muszą zawierać elementy, które mogą być oceniane estetycznie, co odróżnia je od innych form ochrony, takich jak patenty. Wskazuje się na konieczność analizy cech wizualnych wzoru. Oceniając nowość, podkreśla się znaczenie zestawienia cech całego wzoru, a nie pojedynczych elementów, co może prowadzić do skomplikowanych analiz w przypadku spornych zgłoszeń (Wyrok WSA w Warszawie z 13.02.2020 r., VI SA/Wa 2158/19). Zgodnie z prawem wzór użytkowy nie spełnia wymogu nowości, jeśli wszystkie jego cechy lub warianty są już znane w stanie techniki przed datą zgłoszenia. Jak wynika z Wyroku WSA w Warszawie z 19.12.2017 r., VI SA/Wa 1973/17, warunek nowości nie zostaje spełniony, jeśli wcześniejszy dokument w sposób jasny i bezpośredni ujawnia istotę wzoru użytkowego oraz jego zastrzegane cechy. To oznacza, że twórcy muszą dokładnie badać istniejące rozwiązania przed złożeniem zgłoszenia, aby uniknąć sytuacji, w której ich innowacje są uznawane za nieoryginalne. Ponadto zaznacza się, że dowody publicznego ujawnienia wzoru muszą być niewątpliwe i dokumentować dokładną datę tego ujawnienia. W sytuacji gdy dowody te są nieprecyzyjne, jak w przypadku ulotek reklamowych bez daty, nie mogą stanowić wystarczającego potwierdzenia braku nowości. Przykładem jest Wyrok NSA z 18.10.2022 r., II GSK 887/19, który podkreśla, że jedynie wiarygodne dowody mogą potwierdzić publiczne ujawnienie wzoru użytkowego przed datą pierwszeństwa.

Wzory użytkowe odgrywają kluczową rolę w ochronie innowacyjnych rozwiązań technicznych, umożliwiając twórcom wyłączone korzystanie z opracowanych pomysłów. Zasadniczo wzór użytkowy definiuje się jako nową formę wytworu, wyróżniającą się unikalnym kształtem, budową lub zestawieniem elementów, co stanowi o jego technicznym charakterze. W przeciwieństwie do patentów ochrona wzoru użytkowego obejmuje również aspekty estetyczne, co podkreśla jego wartość w kontekście ochrony innowacyjności. Wzory użytkowe łączą techniczne i wizualne aspekty w jednym rozwiązaniu, dlatego ich nowatorskość jest kluczowym kryterium przyznania ochrony. Proces ten wymaga szczegółowej analizy zgłaszanych cech wzoru w odniesieniu do istniejącego stanu techniki. Orzecznictwo sądowe dostarcza



istotnych wskazówek dotyczących interpretacji i oceny wzorów użytkowych, podkreślając znaczenie przejrzystych dowodów i kompleksowej analizy całego wzoru. W obliczu dynamicznego rozwoju technologii skuteczna ochrona wzorów użytkowych staje się niezbędna dla twórców, pozwalając na obronę ich praw oraz komercjalizację innowacyjnych rozwiązań.

## **Prawo własności intelektualnej a zarządzanie innowacjami w kontekście przedsiębiorców**

Skuteczne zarządzanie zasobami firmy ma kluczowe znaczenie dla jej pozycji na rynku, rozwoju i rentowności. W szczególności prawo własności intelektualnej odgrywa fundamentalną rolę w procesie zarządzania innowacjami, zwłaszcza w kontekście działalności przedsiębiorców. Firmy, które efektywnie chronią swoje innowacje oraz twórczość, zdobywają przewagę konkurencyjną, co potwierdzają przykłady takich liderów, jak Apple i Tesla przedstawione w poprzedniej części artykułu. Ochrona prawna pozwala przedsiębiorcom nie tylko zabezpieczyć ich pomysły, ale także maksymalizować zwroty z inwestycji w badania i rozwój. Własność intelektualna staje się zatem jedną z najważniejszych wartości dla firm, które koncentrują się na wytwarzaniu towarów lub usług. Własność intelektualna w przedsiębiorstwie odnosi się do aspektów prawnych i komercyjnych dotyczących twórczości umysłowej, obejmując takie elementy, jak znaki towarowe, wzory przemysłowe, prawa autorskie i wynalazki. Jest to istotny zasób, który może znacząco przyczynić się do konkurencyjności, innowacyjności oraz wartości rynkowej firmy. Dla wielu przedsiębiorstw własność intelektualna stanowi fundament ich strategii biznesowej, umożliwiając ochronę innowacji przed konkurencją. Firmy, które inwestują w nowe technologie, produkty czy usługi, mogą zabezpieczyć swoje prawa do wyników tej pracy. Rejestracja znaku towarowego pozwala odróżniać produkty od innych ofert na rynku, natomiast prawa autorskie chronią oprogramowanie, systemy oraz treści stworzone przez firmę. Właściwie wykorzystane patenty i znaki towarowe dają przedsiębiorcom kontrolę nad tym, jak ich innowacje są wykorzystywane przez innych, co jest szczególnie ważne w intensywnie konkurencyjnych branżach, takich jak technologia, moda czy przemysł kreatywny, gdzie pomysły mogą być łatwo kopiowane (*Zarządzanie własnością intelektualną w firmie*, 2023).

Aby uzyskać formalną ochronę prawną, wiele form własności intelektualnej wymaga rejestracji lub zgłoszenia w odpowiednich urzędach, takich jak urzędy patentowe, urzędy znaków towarowych czy urzędy praw autorskich. Każda forma własności intelektualnej ma swoje specyficzne zasady ochrony oraz procedury rejestracyjne, co czyni skuteczne zarządzanie tymi prawami kluczowym elementem strategii biznesowej przedsiębiorstw. Komercjalizacja własności intelektualnej to proces przekształcania innowacji, twórczości lub wynalazków objętych ochroną prawną w wartość gospodarczą, co pozwala na generowanie zysków lub innych

korzyści komercyjnych. W kontekście zarządzania innowacjami przez przedsiębiorców istnieje kilka kluczowych sposobów komercjalizacji własności intelektualnej, które mogą wspierać ich rozwój i konkurencyjność na rynku. Przedsiębiorstwo może udzielić licencji innym podmiotom na korzystanie ze swojej własności intelektualnej w zamian za opłatę licencyjną. Dzięki temu firma nie tylko generuje dodatkowe przychody, ale także umożliwia innym wykorzystanie jej innowacji, co może prowadzić do szerszego wdrażania technologii i usług na rynku (*Zarządzanie własnością intelektualną w firmie*, 2023).

Komercjalizacja może obejmować opracowanie i wprowadzenie na rynek nowych produktów lub usług, opartych na innowacjach firmy. Ten proces często wymaga znacznych inwestycji w rozwój, produkcję, marketing i dystrybucję, co może przynieść długoterminowe korzyści finansowe. Jeśli przedsiębiorstwo dysponuje unikalnym modelem biznesowym, może rozważyć oferowanie franczyzy. W ramach tego modelu firma przekazuje swoją własność intelektualną, taką jak znaki towarowe, innym przedsiębiorcom, którzy stają się franczyzobiorcami. W zamian za opłaty licencyjne i prowizje korzystają oni z uznanej marki oraz wsparcia ze strony firmy macierzystej. Firmy mogą wykorzystać swoją własność intelektualną do wprowadzania innowacji w procesach produkcyjnych. Na przykład, posiadając opatentowany proces produkcji, przedsiębiorstwo może wytwarzać unikalne produkty, które wyróżniają się na rynku, co daje mu przewagę konkurencyjną. Nawiązywanie strategicznych partnerstw z innymi podmiotami to kolejny sposób na efektywne wykorzystanie własności intelektualnej. Partnerstwa mogą obejmować wspólną produkcję, dystrybucję, marketing lub badania i rozwój, co pozwala na synergiczne wykorzystanie zasobów i umiejętności obu stron (*Zarządzanie własnością intelektualną w firmie*, 2023).

Właściwie zarządzana własność intelektualna staje się zatem fundamentem rozwoju innowacyjnych produktów i usług, a także kluczem do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej na rynku. Współpraca marki Adidas z polskim raperem Mata w ramach linii Campus 00s stanowi doskonały przykład efektywnego wykorzystania własności intelektualnej w kontekście innowacji i marketingu. Ta współpraca nie tylko promuje nową linię butów, nawiązującą do stylu lat 2000, ale również wpisuje się w dynamiczny świat kultury młodzieżowej, co ma kluczowe znaczenie w kontekście konkurencyjności na rynku (Melaniuk, 2024). Mata jako artysta wyrazisty i rozpoznawalny jest postrzegany jako głos młodego pokolenia w Polsce – dodaje autentyczności i świeżości do oferty Adidas. Dzięki jego współpracy z tą firmą linia Campus 00s nabiera wyjątkowego charakteru i odnosi się do młodzieżowej subkultury, którą reprezentuje Mata. W kampaniach reklamowych promujących buty Mata występuje jako ambasador produktu, co wzmacnia przekaz autentyczności i świeżości, z którymi Adidas chce być kojarzony. Jego zaangażowanie w kampanie reklamowe wzmacnia przekaz marki, czyniąc ją bardziej dostępną i atrakcyjną dla młodzieży. W ten sposób Adidas skutecznie korzysta z jego wizerunku i popularności, co jest formą licencjonowania własności intelektualnej, w której artysta staje się ambasado-

rem produktu (Melaniuk, 2024). Współpraca między Adidas a Matą w ramach projektu Campus 00s jest doskonałym przykładem synergii, w której obie strony mają udziały w projektowaniu i promowaniu kolekcji. Dzięki temu zarówno Adidas, jak i Mata zyskują prawo do korzystania z wytworzonych dzieł, takich jak projekty wizualne, kampanie promocyjne oraz ewentualne utwory muzyczne, co wzmacnia ich pozycję na rynku (Melaniuk, 2024).

Współpraca Campus 00s x Mata może być również rozpatrywana w kontekście wzorów przemysłowych, które są istotnym elementem ochrony własności intelektualnej, szczególnie w branży modowej. Wzory przemysłowe dotyczą unikalnych cech wyglądu produktu – kształtu, wzoru, kolorystyki czy innych elementów dekoracyjnych. Dzięki nim firmy, takie jak Adidas mogą chronić wizualną oryginalność swoich produktów i zapewnić, że są one rozpoznawalne na rynku, co przyciąga klientów szukających unikalnych stylów.

Wzory przemysłowe obejmują specyficzne detale projektu butów, które mogą odzwierciedlać zarówno styl Adidas, jak i artystyczną wizję Maty (Melaniuk, 2024). Na przykład:

1. Specjalne elementy dekoracyjne: linia Campus 00s zawiera szczególne grafiki, unikalne elementy brandingowe czy też wzory, które odwołują się do estetyki lat 2000. Elementy te mogą być chronione jako wzory przemysłowe, co uniemożliwia innym markom ich bezpośrednio kopiowanie.
2. Kolorystyka i styl: opracowane w ramach współpracy wzory, kolorystyka czy logo mogą odzwierciedlać tożsamość Maty jako artysty. Takie wizualne elementy mogą być chronione, co zapewnia, że ich unikalny wygląd zostanie zastrzeżony.

W kolekcji Campus 00s x Mata mogą pojawić się wzory przemysłowe, takie jak:

- unikalne detale: elementy, takie jak hafty, specjalne przeszycia czy nadruki na cholewce butów mogą odwoływać się do stylu Maty lub lat 2000,
- wzory na podeszwie butów: specjalnie zaprojektowana podeszwa, która ma charakterystyczne wgłębienia, logo lub kształty, może być zastrzeżona jako wzór przemysłowy.

Przyglądając się designowi, zauważamy wyjątkowe zdobienia, takie jak koronkowe detale, uśmiechnięte buźki na zapiętku czy brelok z symbolem „<33” oraz trzema podkreśleniami. Wkładki z sygnaturą „Mata” podkreślają indywidualny charakter i oryginalność całej kolekcji (Melaniuk, 2024). Te starannie zaprojektowane elementy nie tylko przyciągają uwagę, ale również mogą być przedmiotem ochrony w ramach prawa własności intelektualnej, co czyni tę współpracę jeszcze bardziej wartościową dla obu stron. Wspólne przedsięwzięcia tego rodzaju często korzystają ze znaków towarowych, aby budować rozpoznawalność, zabezpieczyć wartości intelektualne i umocnić pozycję rynkową obu stron – zarówno marki Adidas, jak i artysty Maty.

Jak wspomniano wcześniej, znaki towarowe to symbole, nazwy, logotypy, hasła czy nawet kształty, które wyróżniają produkty jednej marki od innych. W kontekście

współpracy firmy Adidas z Matą ochrona własności intelektualnej pozwala zabezpieczyć:

1. Logo Adidas oraz specyficzne oznaczenia Campus 00s: produkty z linii Campus 00s posiadają oznaczenia, które jednoznacznie kojarzą się z tą kolekcją. Ochrona tych znaków towarowych zapobiega ich bezprawnemu wykorzystaniu przez innych i pozwala na kontrolowanie, kto może ich używać.
2. Nazwę i wizerunek Maty: w tej współpracy Mata wnosi swoją markę osobistą. Chociaż jego wizerunek i imię nie zawsze są rejestrowane jako znaki towarowe, ich użycie w promocji produktów podlega ochronie. Mata może zastrzec swoje imię, pseudonim lub logo jako znak towarowy, co pozwala na kontrolowanie, kto może legalnie wykorzystywać jego wizerunek w kontekście promocyjnym (Melaniuk, 2024).

Powyższy przykład podkreśla znaczenie prawa własności intelektualnej będącego kluczowym elementem strategii zarządzania innowacjami w przedsiębiorstwach. Oferuje mechanizmy ochrony, które sprzyjają innowacyjności i stymulują inwestycje w badania i rozwój. Odpowiednie wykorzystanie regulacji z zakresu własności intelektualnej pozwala firmom na skuteczne zarządzanie swoimi zasobami intelektualnymi, co przekłada się na zwiększenie konkurencyjności oraz zdolności do wprowadzania innowacyjnych produktów na rynek. W obliczu rosnącej globalizacji i intensywnej konkurencji znaczenie prawa w kontekście innowacji będzie nadal rosło, co podkreśla potrzebę jego znajomości i umiejętności efektywnego stosowania przez przedsiębiorstwa.

## Wyzwania w ochronie własności intelektualnej

Dla przedsiębiorstw koncentrujących się na innowacyjności efektywne zarządzanie i ochrona własności intelektualnej stanowią fundament sukcesu, umożliwiając długofalowy rozwój i zabezpieczając przed ryzykiem utraty cennych zasobów intelektualnych na konkurencyjnym rynku (*Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje*, 2024). W dobie współczesnych technologii łatwość kopiowania i udostępniania materiałów bez zgody właściciela staje się istotnym wyzwaniem dla ochrony własności intelektualnej. W szczególności przedsiębiorstwa, które koncentrują się na innowacyjności, muszą stosować nowoczesne rozwiązania i narzędzia do identyfikacji i ścigania naruszeń praw autorskich. Nie można pominąć faktu, iż w dzisiejszych czasach niemal każda branża działa w przestrzeni wirtualnej, prowadząc sprzedaż, promocję lub inne formy interakcji z klientami online. Obecność firmy w internecie niesie ze sobą zarówno wiele możliwości, jak i wyzwań związanych z ochroną własności intelektualnej i przestrzeganiem przepisów prawa. Obecność firm w przestrzeni wirtualnej, chociaż otwiera nowe możliwości, wiąże się także z wyzwaniami z zakresu ochrony praw. Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej wskazuje na szereg obszarów, w których przedsiębiorstwa mogą napotkać trudności, takich jak:

- tworzenie stron internetowych – kwestie dotyczące layoutów, elementów graficznych, a także rejestracja domen i spory dotyczące praw do ich używania,
- pozycjonowanie stron – wymaga znajomości zasad SEO oraz przestrzegania etycznych praktyk marketingowych,
- ochrona przed podróbkami – internet sprzyja dystrybucji towarów podrzobionych, co wymaga od firm monitorowania sprzedaży swoich produktów,
- e-commerce i prawa własności intelektualnej – działalność handlowa online wymaga przestrzegania przepisów dotyczących korzystania z fotografii i opisów produktów,
- ochrona oprogramowania – skuteczne zabezpieczenia prawne przed nieautoryzowanym kopiowaniem programów komputerowych,
- tworzenie i ochrona baz danych – ochrona baz danych przed ich nieuprawnionym wykorzystaniem przez osoby trzecie,
- ochrona wizerunku – zabezpieczenie wizerunku osób i firm przed nieuprawnionym wykorzystywaniem, szczególnie w mediach społecznościowych (Rzążewska i in., 2021).

Przy efektywnym zarządzaniu innowacjami ochrona własności intelektualnej jest nie tylko zabezpieczeniem pomysłów, ale także narzędziem wspierającym rozwój przedsiębiorstwa i zwiększającym jego przewagę na rynku. Integracja zarządzania z procesami innowacyjnymi przyczynia się do lepszej kontroli nad rozwojem nowych produktów i technologii, minimalizując jednocześnie ryzyko związane z ich ochroną i komercjalizacją.

## Podsumowanie

W artykule wskazano, że prawo własności intelektualnej nie tylko chroni innowacje, ale również staje się strategicznym narzędziem wspierającym rozwój i trwałość biznesu. Firmy, które efektywnie zarządzają swoimi prawami, mogą zabezpieczać technologie, budować silne marki oraz wprowadzać unikalne rozwiązania na rynek, co pozwala im wyróżnić się na tle konkurencji. Przykłady firm, takich jak Grupa LEGO czy Adidas, pokazują, jak prawa własności intelektualnej przyczyniają się do ochrony innowacji, tworzenia lojalności klientów i zwiększania wartości marki. Warto zaznaczyć, że takie partnerstwa wymagają zaawansowanego zarządzania własnością intelektualną, które obejmuje monitorowanie potencjalnych naruszeń, zabezpieczanie praw autorskich, rejestrację znaków towarowych oraz ochronę tajemnic handlowych. Jest to kluczowe, aby chronić się przed nieautoryzowanym kopiowaniem i umożliwić firmom długoterminową kontrolę nad ich innowacyjnymi projektami. Dla globalnych marek, takich jak Adidas, odpowiednie zarządzanie IP pozwala również na zapobieganie podróbkom. Takie działanie zwiększa zaufanie konsumentów do autentyczności produktów, co jest szczególnie istotne w branży modowej i rozrywkowej. W artykule podkreślono, że takie partnerstwa wymagają

zaawansowanego zarządzania własnością intelektualną, w tym monitorowania naruszeń, zabezpieczania praw autorskich i rejestracji znaków towarowych. Skuteczna ochrona przed nieautoryzowanym kopiowaniem jest niezbędna dla długoterminowej kontroli nad innowacyjnymi projektami.

W obliczu szybkiego postępu technologicznego wyzwania związane z globalizacją i cyfryzacją wymagają od firm zaawansowanych strategii monitorowania i egzekwowania praw zarówno na rynkach lokalnych, jak i międzynarodowych. Ostatecznie skuteczne zarządzanie własnością intelektualną nie tylko wzmacnia pozycję rynkową firmy, ale także przyciąga inwestorów i partnerów, co ma kluczowe znaczenie dla długoterminowego rozwoju i rentowności przedsiębiorstwa. Firmy, które potrafią skutecznie monitorować, zabezpieczać i egzekwować swoje prawa, mają większe szanse na sukces w konkurencyjnym środowisku, gdzie innowacyjność i unikalność są niezbędne do przetrwania i rozwoju.

## Bibliografia

- Battery systems based on two-additive electrolyte system* (2024), Justia Patents, <https://patents.justia.com/patent/12100812> [dostęp: 23.10.2024].
- Cheda J. (2021), *Utwór jako przedmiot ochrony w polskim prawie autorskim. Część 1. Pojęcie utworu na gruncie polskiego prawa autorskiego*, „Karpacki Przegląd Naukowy”, nr 2(36), s. 61–71.
- Co to jest Wattpad?* (2022), Internet matters, <https://www.internetmatters.org/pl/hub/news-blogs/what-is-wattpad-a-breakdown-for-parents/> [dostęp: 22.10.2024].
- Copyright, Trademark and DMCA* (2024), Adobe, <https://www.adobe.com/pl/legal/permissions.html> [dostęp: 23.10.2024].
- Gradek-Lewandowska M. (2021), *LEGO – ostateczne starcie?*, <https://lgl-iplaw.pl/2021/03/lego-ostateczne-starcie/> [dostęp: 27.10.2024].
- Guidelines for Using Apple Trademarks and Copyrights* (2024), Apple, <https://www.apple.com/pl/legal/intellectual-property/guidelinesfor3rdparties.html> [dostęp: 22.10.2024].
- Kępiński J. (2020), *Czy wzór użytkowy może być utworem?*, [https://uprp.gov.pl/sites/default/files/2020-05/1\\_2020%20KWARTALNIK\\_0.pdf#page=34](https://uprp.gov.pl/sites/default/files/2020-05/1_2020%20KWARTALNIK_0.pdf#page=34) [dostęp: 23.10.2024].
- Melaniuk W. (2024), *Premiera butów adidas zaprojektowanych przez Matę*, <https://www.vogue.pl/a/relacja-z-premiery-adidas-campus-00s-x-mata> [dostęp: 23.10.2024].
- Młodnicki F. (2020), *Własność intelektualna*, [https://mfiles.pl/pl/index.php/W%C5%82asno%C5%9B%C4%87\\_intelektualna](https://mfiles.pl/pl/index.php/W%C5%82asno%C5%9B%C4%87_intelektualna) [dostęp: 22.10.2024].
- Nowikowska M. (2021a), 2. *Zasady prawa autorskiego*, [w:] J. Sieńczyło-Chlabicz (red.), *Prawo własności intelektualnej. Teoria i praktyka*, Wolters Kluwer, Warszawa.



- Nowikowska M. (2021b), *Część I. Prawo autorskie i prawa pokrewne*, [w:] J. Sieńczyło-Chlabicz (red.), *Prawo własności intelektualnej. Teoria i praktyka*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Pyrrrolo[2,3-d]pyrimidine tosylate salt, crystalline form thereof and manufacturing process and intermediates thereto* (2024), Justia Patents, <https://patents.justia.com/patent/12116368> [dostęp: 23.10.2024].
- Rzążewska D., Gawliczek T., Kupińska-Szczygielska A., Tołwińska K. (2021), *Własność intelektualna dla przedsiębiorcy*, <https://uprp.gov.pl/sites/default/files/2020-12/W%C5%82asno%C5%9B%C4%87%20intelektualna%20dla%20przeds%C4%99biorcy.pdf> [dostęp: 22.10.2024].
- Uczciwe działania* (2024), <https://www.lego.com/pl-pl/legal/notices-and-policies/fair-play> [dostęp: 22.10.2024].
- Własność intelektualna w firmie – podstawowe informacje* (2024), Gov.pl. Serwis informacyjno-usługowy dla przedsiębiorcy, <https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/00367> [dostęp: 23.10.2024].
- Zarządzanie własnością intelektualną w firmie* (2023), Akademia Leona Koźmińskiego, <https://www.kozminski.edu.pl/pl/review/zarzadzanie-wlasnoscia-intelektualna-w-firmie-strategie-biznesowe-komercjalizacja-technologie> [dostęp: 22.10.2024].

### **Wykaz aktów prawnych i orzecznictwa**

- Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Dz.U. 2022, poz. 1233 t.j.
- Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Dz.U. 2022, poz. 2509 t.j.
- Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej, Dz.U. 2023, poz. 1170 t.j.
- Ustawa z dnia 27 lipca 2001 r. o ochronie baz danych, Dz.U. 2021, poz. 386 t.j.
- Wyrok WSA w Warszawie z 19.04.2006 r., VI SA/Wa 196/06, LEX nr 198475.
- Wyrok WSA w Warszawie z 4.10.2010 r., VI SA/Wa 736/10.
- Wyrok NSA z 15.11.2011 r., II GSK 1124/10, LEX nr 1132044.
- Wyrok SN z 11.02.2016 r., V CSK 331/15, LEX nr 1975475.
- Wyrok NSA z 5.05.2017 r., II GSK 2350/15, LEX nr 2328816.
- Wyrok WSA w Warszawie z 4.10.2017 r., VI SA/Wa 864/17, LEX nr 2457884.
- Wyrok WSA w Warszawie z 19.12.2017 r., VI SA/Wa 1973/17, LEX nr 2452873.
- Wyrok WSA w Warszawie z 13.01.2020 r., VI SA/Wa 1730/19, LEX nr 3010794.
- Wyrok NSA z 31.01.2020 r., II GSK 1693/18, LEX nr 3065555.
- Wyrok WSA w Warszawie z 13.02.2020 r., VI SA/Wa 2158/19, LEX nr 3026980.
- Wyrok NSA z 21.01.2021 r., II GSK 954/18, LEX nr 3118365.
- Wyrok SN z 14.10.2021 r., IV CSKP 44/21, OSNC-ZD 2023, nr 1, poz. 4.
- Wyrok WSA w Warszawie z 5.08.2022 r., VI SA/Wa 615/22, LEX nr 3546598.
- Wyrok NSA z 18.10.2022 r., II GSK 887/19, LEX nr 3506149.

Wyrok SN z 21.04.2023 r., II CSKP 623/22, LEX nr 3594960.

Wyrok NSA z 30.08.2023 r., II GSK 691/23, LEX nr 3622142.

Wyrok NSA z 21.05.2024 r., II GSK 2361/23, LEX nr 3728730.

### Summary

#### **The role and challenges of intellectual property law in supporting innovation and competitiveness of enterprises**

This article presents the key role of intellectual property law in supporting innovation and competitiveness of enterprises, highlighting the challenges posed by the dynamically changing business environment. Intellectual property, which includes patents, trademarks, and copyrights, forms the foundation of innovation protection strategies in companies such as Adidas, Tesla, and LEGO. These examples illustrate how various forms of protection can secure technologies, brands, and innovative solutions, contributing to achieving a competitive advantage in the market. The article also analyzes how intellectual property law influences innovation management, enabling entrepreneurs to effectively secure their technological solutions and supporting the development of new products and services. In the context of global competition, the protection of intellectual property becomes an essential tool for companies that wish to strengthen their market position. Effective management of intellectual property rights can increase the value of an enterprise, attract investors, and counteract threats related to piracy and content copying in the digital age.

**Keywords:** intellectual property, innovation, competitiveness, patents, innovation management

### About the Author

**Weronika Ratajczak** – a law student and a graduate of criminology from the University of Business and Health Sciences in Lodz. She is interested in criminal law, forensic science, and the psychology of crime, exploring these topics from both theoretical and practical perspectives. She specializes in legal analysis and the practical aspects of law application in relation to criminal phenomena.

Ten utwór jest dostępny na [licencji Creative Commons Uznanie autorstwa-Na tych warunkach 4.0 Międzynarodowe](#).

