



Správy z EUIPO

Polovica mladých spotrebiteľov považuje nákup falzifikátov za prijateľný

Nová štúdia Úradu Európskej únie pre duševné vlastníctvo (EUIPO) naznačuje, že Európania si čoraz viac uvedomujú riziká spojené s nákupom falšovaného tovaru a prístupom k obsahu z nelegálnych zdrojov. Štúdia ukázala, že 80 % Európanov verí, že za falšovanými výrobkami stoja zločinecké organizácie a uznávajú, že takéto nákupy poškodzujú podniky a zamestnanosť. Okrem toho si 83 % myslí, že nákup falzifikátov podporuje neetické správanie a dve tretiny si uvedomujú potenciálne hrozby pre zdravie, bezpečnosť a životné prostredie. Pokiaľ ide o digitálne pirátstvo, 82 % súhlasí, že nezákonný prístup k obsahu prináša riziká, ako sú podvody a vystavenie neplnoletých nevhodnému obsahu.

Napriek týmto zisteniam štúdia odhaľuje nesúlad medzi uvedením a správaním. Jeden z troch Európanov (31 %) považuje za prijateľné kupovať falšované výrobky, ak je cena pravého výrobku príliš vysoká. U mladších spotrebiteľov vo veku 15 až 24 rokov toto číslo predstavuje až 50 %.

V predchádzajúcom roku si falzifikáty úmyselne kúpilo približne 13 % Európanov. Tento podiel je vyšší u osôb vo veku 15 až 24 rokov, konkrétne ide o 26 %, ale klesá na 6 % u osôb vo veku 55 až 64 rokov a pod 5 % u osôb nad 65 rokov.

Štúdia tiež poukazuje na rozdiely medzi krajinami, pričom Bulharsko vedie v zámernom nákupe falzifikátov s 24 %, za ním nasledujú Španielsko (20 %), Írsko (19 %), Luxembursko (19 %) a Rumunsko (18 %).

Jedným z hlavných faktorov, prečo ľudia nakupujú falzifikáty, je ich dostupná cena. Zo štúdie však tiež vyplýva, že niektorí respondenti spájajú nižšiu cenu falzifikátu s rizikom nízkej kvality (27 %), s obavou o bezpečnosť (25 %) alebo s právnymi dôsledkami (21 %).

Štúdia tiež odhaľuje neistotu medzi spotrebiteľmi, pokiaľ ide o pravosť produktov. Takmer 40 % pochybuje o pravosti produktu, ktorý si kúpili, pričom medzi členskými štátmi EÚ existujú rozdiely. V Rumunsku malo takéto pochybnosti 72 % spotrebiteľov v porovnaní s 26 % v Dánsku a Holandsku.

Taktiež 41 % Európanov má neistotu ohľadom legálnosti zdrojov, ktoré využívajú na online obsah. Napriek tomu však 80 % dáva prednosť legálnym zdrojom, ak sú cenovo dostupné. Zvlášť 65 % považuje za akceptovateľné podieľať sa na pirátstve v prípade, že obsah nie je dostupný cez ich predplatné služby.

Výkonný riaditeľ EUIPO Christian Archambeau v rozhovore o štúdiu zdôraznil, že je dôležité porozumieť vnímaniu, aby sme sa mohli zapojiť do zmysluplných dialógov a kampaní na zvyšovanie povedomia o duševnom vlastníctve. Dodal: „Najnovšie vydanie štúdie IP Perception poskytuje nové relevantné poznatky o vnímaní porušovania práv duševného vlastníctva a opäť zdôrazňuje potrebu podpory ochrany spotrebiteľov. Potvrďuje tiež pozitívny vývoj týkajúci sa informovanosti a dostupnosti digitálneho obsahu z legálnych zdrojov.“

Štúdia s názvom Európski občania a duševné vlastníctvo: vnímanie, povedomie a správanie reflektuje 25 824 online rozhovorov z členských štátov EÚ a nadväzuje na predchádzajúce štúdie z rokov 2017 a 2020. Aktuálna štúdia poskytuje relevantné poznatky o vnímaní porušovania práv duševného vlastníctva a zároveň naznačuje pozitívny vývoj vo vnímaní a informovanosti o dostupnosti obsahu z legálnych zdrojov.

História ochranných známk

Ochranné známky od stredoveku po 20. storočie

Obchodníci označovali tovar už od počiatkov poľnohospodárstva a obchodu, či už na označenie vlastníctva (napríklad vyčlenený dobytok), alebo na zaručenie kvality. To bolo napr. jednou z hlavných funkcií vykonávaných stredovekými cechmi. Ešte počas stredoveku vyrábali Vikingovia jedinečne ostré a odolné meče, všetky niesli „ochrannú známku“ „Ulfberht“ orámovanú dvoma krížmi.



V Spojenom kráľovstve bol vôbec prvý štatút ochranných známk (zákon o registrácii ochranných známk) prijatý v roku 1875. Postupný vývoj prispel k formovaniu práva ochranných známk tak, ako ho poznáme dnes. Ochranné známky sa stávajú predmetom vlastníctva a majú rôzne funkcie; odrážajú nielen pôvod a kvalitu, ale aj investíciu a označenie určitého životného štýlu a hodnôt. V tomto zmysle sa už ochranná známka približuje súčasnému chápaniu značiek, ktoré indikujú niečo viac než len komerčný pôvod.

Navyše právo ochranných známk bolo hlboko ovplyvnené postupnou harmonizáciou na medzinárodnej aj regionálnej úrovni. Napríklad v Európskej únii (EÚ) je možné

nielen registrovať ochranné známky pre celú EÚ, ale aj požiadavky a rozsah ochrany národných ochranných známk sú vo všetkých členských štátoch EÚ veľmi podobné. V roku 1988 bola prijatá vôbec prvá smernica EÚ harmonizujúca vnútroštátne právo ochranných známk, pričom v roku 1994 bol zavedený aj celoeurópsky systém ochranných známk, ktorý spravuje dnešný Úrad Európskej únie pre duševné vlastníctvo (EUIPO). Dosiachnutie jednotnej registrácie ochrannej známky platnej v EÚ bolo úspechom integračného procesu EÚ.

Ikonické a menej konvenčné ochranné známky

Po najnovšej reforme systému ochranných známk EÚ je dnes ochrana ochrannej známky v zásade dostupná pre každé označenie, ktoré je schopné označovať pôvod (technicky ide o označenie s rozlišovacou spôsobilosťou) a byť primerane znázornené.

To znamená, že ochrannými známkami môžu byť nielen slová a logá, ale môžu byť registrované aj farby, tvary, zvuky a vzory. Vedeli ste napríklad, že tvar fľaše Coca-Cola je v EÚ chránený ako ochranná známka, ale nie je to prípad tvaru fľaše na vodu Voss? Alebo ste vedeli, že ikonický vzor Cannage od Diora je ochrannou známkou EÚ, no registrácia vlastného vzoru značky Birkenstock bola zamietnutá? Alebo ako ďalší príklad, že syčanie otvárania plechovky s nápojom bolo odmietnuté zapísať ako ochrannú známku,

zatiaľ čo krik Tarzana bol zaregistrovaný? Alebo že ani tvar kociek LEGO, ani tvar čokoládovej tyčinky KitKat nie sú registrované ochranné známky?

Navyše, niekedy byť príliš „slávna“ môže byť pre ochrannú známku problémom, keďže hrozí riziko apelativizácie (zmeny vlastného mena na všeobecné) – a teda môže nastať skutočnosť, že zapísaná ochranná známka sa stane bežným názvom určitého výrobku.

Ochranné známky do budúcnosti

Právo ochranných známk prešlo od svojich začiatkov dlhú cestu a zabezpečenie registrácie ochrannej známky môže slúžiť vlastným strategickým cieľom podniku vrátane širšej ochrany všetkého hodnotného, veď ako ochranné známky si môžete zaregistrovať napríklad názov knihy alebo aj meno postavy.

V tomto všetkom, ako pri akomkoľvek inom práve duševného vlastníctva, ochrana podľa práva ochranných známk je možná len vtedy, ak sú splnené všetky príslušné požiadavky na registráciu. Na to, aby táto oblasť duševného vlastníctva naďalej slúžila svojim účelom ochrany obchodníkov a spotrebiteľov – teraz aj v budúcnosti, je potrebný starostlivý výklad a uplatňovanie zásad ochranných známk vrátane podmienok, za ktorých môže byť označenie chránené.

Eleonora Rosati

duševné REVUE PRE TEÓRIU A PRAX
V OBLASTI DUŠEVNÉHO VLASTNÍCTVA

INTELLECTUAL PROPERTY | GEISTIGES EIGENTUM | LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

vlastníctvo

je tu pre vás 27 rokov!



... PRETOŽE CHCEME, ABY INFORMÁCIE ZO SVETA DV BOLI DOSTUPNÉ KAŽDÉMU,
 ... PRETOŽE SME TU PRE INDIVIDUÁLNYCH PRIHLASOVATEĽOV,
 ... PRETOŽE SME TU PRE UNIVERZITY A VÝSKUMNÉ STREDISKÁ,
 ... PRETOŽE SME TU PRE MALÉ A STREDNÉ PODNIKY,
 ... PRETOŽE OTVORENÁ VEDA JE BUDÚCNOSŤ,
 ... PRETOŽE SI VÁŽIME NAŠICH ČITATEĽOV,
 ... PRETOŽE KRÁČAME S DOBOU, ... A PRETO SME **OPEN ACCESS!**

Časopis Duševné vlastníctvo od roku 2021 vydávame vo forme otvoreného prístupu. Elektronická verzia časopisu sa stala voľne dostupnou každému so záujmom o problematiku duševného vlastníctva. Rovnako vychádzame v ústrety fanúšikom tlačenej verzie časopisu. Naďalej si budete môcť objednať ročné predplatné, resp. kúpiť si samostatne každé číslo. Cena tlačenej verzie časopisu zostáva nezmenená, informácie týkajúce sa odberu nájdete na www.indprop.gov.sk/?dusevne-vlastnictvo.