

Recenzia

Právní nástupnictví v oblasti duševního vlastnictví a související otázky

vyd. spolek ALAI, 2022. 132 s.
ISBN 9788090787605

Zuzana Vlachová



Monografia Zuzany Vlachovej predstavuje druhé prepracované vydanie publikácie vydané v roku 2022, pričom prvé vydanie vyšlo ako diplomová práca autorky ešte v roku 2020.

Dielo bolo vydané vo vydavateľstve ALAI, Česká republika, v rámci vedeckej edície Editio ALAI Bohemica Academica. Už samotné zloženie vedeckej rady z významných osobností špecializujúcich sa na oblasť duševného vlastníctva je zárukou odbornej kvality vydávanej publikácie.

Dielo je tematicky rozdelené do siedmich častí spolu s úvodom a záverom. Hlavný akcent sa kladie na problematiku právneho nástupníctva v práve duševného vlastníctva vrátane zmluvných a mimozmluvných záväzkov a dedičského práva včítane riešenia kolíznych otázok.

Po úvodnej časti, v ktorej nás autorka zoznamuje s problematikou, nasleduje časť venovaná právnemu nástupníctvu v práve duševného vlastníctva, kde sa riešia otázky univerzálnej a singularnej sukcesie s osobitným zreteľom na nehmotné statky a práva k nim. Autorka sama konštatuje, že monografiou sa snaží sčasti vyplniť medzeru v skúmaní zvolenej témy, pričom najväčší prínos vidí v spracovaní právneho nástupníctva ako osobitne neriešenej výskumnej otázky.

Za zmienku stojí časť venovaná prevoditeľnosti práv duševného vlastníctva v kontexte nositeľov práv, ktorá súvisí s riešením problémov prevodu práv, ako aj ich prechodu na právnych nástupcov. Význam tejto časti spočíva v diskusii o osobitostiach úpravy vzhľadom na možnosť, resp. nemožnosť prevodu práv duševného vlastníctva.

V nasledujúcich dvoch častiach autorka intenzívne komunikuje vymedzenie relevantných kolíznych noriem a kladie si otázku o význame uplatňovania zásady teritoriality v čase internetu.

Nesporne zaujímavou je piata časť, v ktorej sa autorka venuje zmluvným dispozíciám s právom duševného vlastníctva. Podrobne skúma kolízne súvislosti nariadenia Rím I, ktorý je použiteľný na zmluvy s medzinárodným prvkom a tiež nariadenia o dedičstve. Obidve normy sú z pohľadu skúmanej témy kľúčové. Osobitnú pozornosť si zaslúži podkapitola venovaná zmluvným záväzkom z pracovno-právnych vzťahov, kde zamestnanca, rovnako ako spotrebiteľa, vníma ako slabšiu zmluvnú stranu. Po časti venovanej zmluvným otázkam je zaradená časť o dedení práv duševného vlastníctva tiež s osobitným zreteľom na otázky kolízneho práva.

V závere autorka prehľadne sumarizuje získané výsledky skúmania, pripomína limitáciu prevoditeľnosti práv duševného vlastníctva *inter vivos* a *mortis causa* vrátane konštitutívneho prevodu, a to aj s ohľadom na postavenie prevodcu ako pôvodného a odvodeného nositeľa práv. Uvedené má vplyv aj na kolíznu oblasť skúmania.

Namiesto zavedeného princípu hraničných určovateľov *lex loci protectionis* typických pre oblasť duševného vlastníctva, v niektorých prípadoch navrhuje zakotvenie *lex loci origins*. Tento prístup možno oceniť najmä v rýchlo sa rozvíjajúcom prostredí internetu. Za istých okolností autorka tiež preferuje uplatnenie hraničného určovateľa *lex electa*, ale poukazuje aj na uplatňovanie obvyklého pobytu, resp. bydliska subjektov, a to tak v nariadení Rím I ako aj v nariadení o dedičstve.

Vzhľadom na osobitný režim prevoditeľnosti autorského práva a práva priemyselného vlastníctva považujeme ucelené spracovanie témy právneho nástupníctva vrátane uplatnenia kolíznych pravidiel za prínosné a doposiaľ v odbornej právnej spisbe takto ucelene nespracované. Adresátni publikácie môžu byť nielen odborníci z oblasti práva, najmä advokáti, sudcovia, notári, exekútori a iní právnici so záujmom o túto oblasť, ale určená je aj pre laickú verejnosť zameranú na špecifickú oblasť ochrany duševného vlastníctva v medzinárodnom kontexte súkromného práva. Vzhľadom na príbuznosť právnej úpravy je dielo vhodné nielen na český trh, ale možno ho odporučiť aj slovenským čitateľom.

Košice 6. 4. 2024

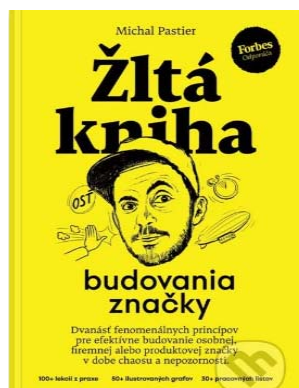
doc. JUDr. Renáta Bačárová, PhD., LL.M.
Právnická fakulta
Univerzity Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach

Recenzia

Žltá kniha budovania značky

vyd. Barcz & Conrad books, 2023. 604 s.
ISBN: 9788082580115

Michal Pastier



Každoročne prichádza na knižný trh nespočetné množstvo publikácií, ktoré sa stretnú s menším či väčším záujmom čitateľov. Niektoré doslova zapadnú prachom a smerujú do výpredajovej sekcie alebo na spodné priečky regálov kníhkupectiev, iné ovládnu trh a na dlhé týždne či mesiace si vyslúžia prívlastok „bestseller“.

Žltá kniha budovania značky je ten druhý prípad. Táto kniha bola vydaná na jeseň minulého roku (10/2023). Autorom publikácie je Michal Pastier, slovenský marketér, ktorý sa marketingu venuje už 15 rokov. Jeho prácu si čitatelia môžu pamätať napríklad z kampane „praví kávičkári“ pre [Popradskú kávu](#) alebo z kampane so šušlavým psom „Ftefanom“ v [reklame pre Kofolu](#). Či už sa tieto reklamy vnímajú pozitívne, alebo negatívne, podstatné je, že sa stali zapamätateľnými. V dynamickom toku reklamného prúdu sa nestratili napriek tomu, že od ich uvedenia ubehli roky.

Michal Pastier vo svojej knihe vychádza nielen z vlastných skúseností, ale aj zo skúseností iných ľudí, podnikateľov, svetových aj lokálnych značiek. Pri tvorbe kapitoly o ochrane duševného vlastníctva autor knihy spolupracoval aj s Úradom priemyselného vlastníctva SR, konkrétne pri dôležitej téme, ktorá väčšine podnikateľov stále nie je známa – pri téme ochranných známok.

Žltá kniha budovania značky sa vo všeobecnosti môže charakterizovať ako publikácia, ktorá prepája tému marketingu s oblasťou duševného vlastníctva a čo je podstatné, zdôrazňuje dôležitosť jeho ochrany.

Prečo je kniha z pohľadu témy duševného vlastníctva dôležitá?

V prvom rade preto, lebo je to populárna publikácia, ktorá na túto tému upozorňuje. Vysvetľuje ju čitateľom veľmi jednoducho a uchopiteľne, demonštruje dôležitosť ochrany práv priemyselného vlastníctva na konkrétnych príkladoch z praxe a čitateľovi dáva jasný odkaz – ak chcete podnikat' v 21. storočí, bez ochrannej známky ani na krok!

Táto kniha je pre tých, ktorí nechcú filozofovať, čo je to značka, ale poznať odpovede na praktické otázky:

- 01 *Čo mám pri rozbiehaní značky reálne robiť?*
- 02 *Na čo si dať pozor?*
- 03 *Ako postaviť vlastnú značku rýchlo a efektívne?*
- 06 *Aké sú konkrétne kroky pre rôzne fázy firmy alebo projektu?*
- 07 *Čo funguje dlhodobo a čo je len trend, móda, hype?*
- 08 *Čo má najväčší dopad na efektívnu komunikáciu?*
- 09 *Prečo si firmy právne chránia aj svoje farby?*
- 10 *Ako odlišiť veci podstatné od vecí naliehavých?*
- 11 *Ako nešpekulovať a makať.*

Zároveň má kniha potenciál osloviť široké masy, ktoré (s vysokou pravdepodobnosťou) o tejto agende nevedia, prípadne vedia, no nepovažujú ju za dôležitú. Čísla a štatistiky hovoria jasne. Len 2 % podnikateľských subjektov na Slovensku využíva ochranu duševného vlastníctva prostredníctvom ochrannej známky, zatiaľ čo európsky priemer je na úrovni približne 9 %. Ak je v našom záujme priblížiť sa európskemu priemeru, práve takýto spôsob popularizácie tém duševného vlastníctva môžeme považovať za kľúčový, pretože doručí informácie presne na miesta, kde ich my doručiť nevieme – priamo k podnikateľom, manažérom či marketérom.

O čom Žltá kniha budovania značky vlastne je?

Odpoveď ukrýva už samotný názov. Hlavným motívom knihy je budovanie značky samej osebe. Je to praktický návod pre všetkých (hlavne začínajúcich) podnikateľov a marketérov, ktorí hľadajú odpovede na otázky, o ktorých ani nevedia, že ich majú. Kniha čitateľa donúti zamyslieť sa nad značkou komplexne, premýšľať nad ňou v kontextoch,

ktoré boli pre neho doposiaľ neznáme, a odhaľuje množstvo „tajomstiev úspechu“.

Michal Pastier vychádza z 19-ročnej praxe marketéra a 15-ročnej praxe podnikateľa. Rukami mu prešlo viac ako 200 projektov, ktoré pomáhal kreovať či rebrandovať. Jeho znalosť potrieb podnikateľov je v tomto smere nesporná. Kniha je napriek svojmu rozsahu (viac ako 600 strán) napísaná stručne a jasne. Čitateľ v nej nájde (pravdepodobne) úplne všetko, čo pri budovaní značky potrebujete vedieť.

Publikácia sa zaoberá témou komplexne – od momentu, keď sa značka (firma) rodí (fáza príprav), cez princípy komunikácie, tzv. brand kódy, cez využívanie aktuálnych trendov, cez budovanie osobnej značky, influencerský marketing a mnoho ďalšieho. Najpodstatnejšou výhodou knihy je fakt, že je písaná tak jednoducho a zrozumiteľne, že jej bude rozumieť naozaj každý. Ako je to možné? Michal Pastier ako marketér vie, že odborné vysvetlenia a siahodlé poučky širšie masy nevidia. Ale to, čo ľudí baví, sú príbehy. A to čitateľom vo svojej knihe ponúka. Na príkladoch známych aj neznámych značiek a reálnych príbehoch demonštruje všetko dôležité. Napríklad to, že významný tvar produktu, ktorý narušuje zaužívané vzorce, vytvorí v mysli spotrebiteľa jasné spojenie so značkou. Teraz sa zrejme zamýšľate, ako to myslím. No keď vám poviem – čokoláda v tvare štvorca, pravdepodobne viete, o ktorej značke hovorím, a vidíte, aký veľký význam má prepájanie teórie s praktickými ukážkami a aký vplyv na pochopenie čitateľov to v konečnom dôsledku môže mať.

Michal Pastier sám o knihe povedal, že nikdy nemal ambíciu napísať najlepšiu knihu o marketingu na svete. Ak by to tak bolo, pravdepodobne by ju nikdy nedopísal, lebo by z jeho pohľadu nikdy nebola dost dobrá. V skutočnosti sa len obzrel, pozbieral svoje aj cudzie odborné skúsenosti a napísal praktický návod, ako budovať značku, ktorá má šancu prežiť v dobe chaosu, v dobe, kedy je tok informácií tak rýchly, že sa v ňom všetci strácame, a v dobe, kedy zabúdame, čo sa stalo pred hodinou.

Knihu odporúčam prečítať každému, kto uvažuje nad vytvorením vlastnej značky. Je to naozaj prehľadný a praktický návod, ktorý vás bude v priebehu podnikania sprevádzať pri riešení problémov či dôležitých otázok. Ak sa vám zdá, že 600 strán je priveľa, nemusíte sa báť. Kniha je členená na samostatné kapitoly a časti, preto ju nemusíte prečítať „na jeden ťah“. S pokojným svedomím ju môžete odložiť na poličku a otvoriť vtedy, keď budete riešiť dôležitú otázku z oblasti kreovania vášho vlastného biznisu. Na 99 % v nej nájdete odpoveď.

*Mgr. art. Jana Záchenská**

Z obsahov vybraných časopisov



Justičná revue

11/2023

- DEÁK, M.: Niekoľko poznámok k navrhovanej úprave konania štatutárneho orgánu v novom súkromnom práve (1. časť)
 IVANČO, M. – SKLENÁR, M.: Právna versus skutková otázka v kontexte zisťovania obsahu právneho úkonu a rozhodovacej činnosti súdov
 LACIAK, O.: Ochrana advokátskeho tajomstva pri prehliadke advokátskej kancelárie
 DUBAJOVÁ JAVÚREKOVÁ, E.: Zákonné požiadavky podmienajúce platnosť inominátnych zmlúv a výklad ich obsahu

12/2023

- ŠOLTYSOVÁ, L., JAKUBÁČ, R.: Konanie o zázname v správnej súdnej praxi
 DEÁK, M.: Niekoľko poznámok k navrhovanej úprave konania štatutárneho orgánu v novom súkromnom práve (2. časť)
 PASSER, J. M.: (R)evoluce, ktorá sa nekonala



Duševní vlastnictví

4/2023

- ČERNÁKOVÁ, N. O nejstarší patentní kanceláři pražské
 RICHTEROVÁ, K – MOŇSKI, O. Mezinárodní spolupráce policijních orgánů v oblasti ochrany práv duševního vlastnictví
 JENERÁL, E. Senát v kazte T 438/19 postoupil Velkému stížnostnímu senátu právní otázky (G 1/23), týkající se interpretace rozhodnutí Velkého stížnostního senátu G 1/92
 JENERÁL, E. K rozhodnutí stížnostního senátu EPÚ T 2391/18
 JENERÁL, E. K rozhodnutí stížnostního senátu EPÚ T 532/20
 JENERÁL, E. K rozhodnutí stížnostního senátu EPÚ T 1362/20

* Článek vyjadruje názory autora recenzie na predmetnú publikáciu a nesúvisí s politikou ÚPV SR.