

Prawna Ochrona Marki

Transkrypt podcastu #008

Umowa o przeniesienie autorskich praw majątkowych. Wszystko co musisz o niej wiedzieć.

11 stycznia 2017 r.

Opis odcinka: <http://znakitowarowe-blog.pl/008>

Witam Cię bardzo serdecznie.

Ja nazywam się **Mikołaj Lech**, a to jest mój podcast pt. *Prawna ochrona marki*, odcinek ósmy.

Jako rzecznik patentowy opowiem Ci, jak możesz zapewnić swojej marce silną ochronę prawną oraz dlaczego jest to takie ważne. Dowiesz się również, jakich błędów jako przedsiębiorca powinieneś unikać. Ten podcast jest również uzupełnieniem wiedzy, którą dzielę się na moim blogu pod adresem znakitowarowe-blog.pl.

Cześć, witam cię w ósmym odcinku mojego podcastu.

Formalnie planowałem go nagrać jeszcze w grudniu, ale się nie udało. W święta postanowiłem sobie odpuścić i po prostu odpocząć. A po świętach pojechaliśmy z narzeczoną w góry. Tym razem **zima miło nas zaskoczyła**. Po blisko 3 latach totalnie beźśnieżnych sylwestrów, teraz było dosłownie jak z obrazka. Śniegu po pas :)

Dzięki temu zamiast tzw. karczmingu całe dni spędzaliśmy na stoku. Ja akurat lubię jeździć na desce. A jako ciekawostkę powiem Ci, że swoją pierwszą deskę snowboardową kupiłem za pieniądze z komunii. Tak więc mam do tego sentyment i wolę deskę od nart. Z gór wróciłem bez kontuzji i z naładowanymi akumulatorami. Planuję nadal utrzymać publikację jednego podcastu na 2 tygodnie. I jeżeli wszystko dobrze pójdzie, za rok o tej porze powinno

być ich już około 30. Do tego oczywiście nagrania wideo i zwykłe artykuły.

Końcówka roku przypomniała mi, że tego typu twórczość **sprawia mi największą radość**. Miałem taki okres w kancelarii, że przez 2 tygodnie byłem totalnie zarzucony pracą. To było męczące psychicznie. I wtedy przyszedł luźniejszy weekend. Kiedy usiadłem do pisania nowego artykułu odżyłem. Ja już to chyba kiedyś mówiłem, że blogowanie uzależnia. Jeżeli długo czegoś nie opublikuję to czuje się z tym źle. Kiedy jednak wrzucam do sieci nowy wpis czuję przyływ endorfin. To jest jak narkotyk. I jednym z głównych planów na ten rok jest tworzyć jeszcze więcej.

No, ale to było tak tytułem wstępu.

Jeżeli chodzi o dzisiejszy podcast to poruszam w nim zagadnienia, które opisałem już na blogu w kilku artykułach. **Tematem przewodnim będą prawa autorskie**. Chodzi o to, że wiele firm nawet nie jest świadomych tego, że nie posiada praw do firmowego logo, grafik czy banerów reklamowych.

Za chwilę dokładniej Ci to wyjaśnię, ale tak w skrócie to musisz wiedzieć, że samo zapłacenie grafikowi za stworzenie logo, nie oznacza automatycznie, że otrzymujesz do tego logo pełnię praw. Do tego konieczna jest osobna umowa. Oczywiście problemu nie ma jeżeli z taką osobą żyjesz w zgodzie. Jednak w przypadku konfliktu **możesz mieć kłopoty**. Taki grafik może żądać zapłaty za używanie firmowego logo a w skrajnym przypadku może **unieważnić znak towarowy**, który zarejestrowałeś w Urzędzie Patentowym.

Część przedsiębiorców o tym niebezpieczeństwie słyszała, dlatego jakąś umowę z grafikiem podpisała. Niestety rzadko kiedy taka umowa jest przygotowana prawidłowo. I w tej części szerzej opowiem o najczęstszych błędach w samodzielnie przygotowywanych umowach.

W ogóle dobrze abyś pamiętał, że każda strona takiej umowy dąży do tego aby zapewnić sobie **jak najlepsze warunki**. Jeżeli podpiszesz umowę przygotowaną przez grafika, to będzie ona korzystna dla niego. A jeżeli taka umowa będzie miała elementarne błędy, może być w ogóle nieważna. Jeżeli tak się stanie, to znów skorzysta na tym grafik. Formalnie bowiem prawa autorskie zostaną przy nim.

No i może w tym miejscu zatrzymam się na chwilę przy grafikach. Kiedyś jedna osoba powiedziała mi, że strasznie grafików demonizuję, że przedstawiam ich w złym świetle. To nie tak. Mam wśród znajomych wielu grafików. Z jednym nawet mocno współpracuję przy tworzeniu materiałów do tego bloga. Jestem absolutnie pewien, że 99% grafików jest uczciwych. Niech ci się jednak trafi ten jeden nieuczciwy i masz problem.

Tak się składa, że w pracy zawodowej **jestem na linii frontu**. Doradzam przedsiębiorcom, którzy mają problemy. Również z grafikami. A większość problemów by się nie pojawiła gdyby strony podpisały porządną umowę. No i temu poświęcam dzisiejszy odcinek.

Na końcu opowiem również, **czy sama nazwa firmy może być chroniona prawem autorskim**. To ciekawa kwestia bo najczęściej pomysłodawcą takiej nazwy jest jedna osoba. Dowiesz się więc czy z tego tytułu ma ona jakieś **prawa do nazwy**.

Jeżeli jesteś przedsiębiorcą to najpewniej dość szybko doszedłeś do wniosku, że nie dasz rady wszystkiego zrobić samodzielnie. Nawet jeżeli znasz się na obsłudze programów graficznych, to nie masz po prostu na to czasu. Naturalnie więc takie rzeczy zleca się na zewnątrz. Albo do freelancerów, albo do agencji reklamowych. Zresztą takie logo może Ci przygotować nawet po znajomości szwagier.

Przedsiębiorcy najczęściej podpisują z grafikiem **umowę o dzieło**. No chyba, że zlecamy coś szwagrowi. Czasami zresztą w ogóle nie ma żadnej umowy, a grafik za swoją pracę wystawia jedynie fakturę. Ty mu płacisz umówioną kwotę i odchodzisz **w błędnym przeświadczeniu**, że kupiłeś właśnie logo.

Musisz wiedzieć, że prawo jest jednak tak skonstruowane, że jeżeli przeniesienie praw do logo, grafiki czy filmu reklamowego nie wynika jednoznacznie z podpisanej umowy, to wszystkie prawa pozostają przy twórcy. Zaniedbanie tej kwestii, nieujęcie jej w umowie, działa na korzyść grafika. Prawo stoi po jego stronie. Nie podpisując dodatkowej umowy, grafik zachowuje pełnię praw do swojej twórczości.

Toleruje jedynie, że zamawiający korzysta z jego utworu.

Twórca z racji przygotowania dla ciebie np. firmowego logo ma dwa rodzaje praw:

Pierwszym są **prawa autorskie osobiste**. Czyli m.in. prawo do oznaczania swojego dzieła imieniem i nazwiskiem. Często graficy korzystają z tego w swoim portfolio. Co ważne prawa osobiste są niezbywalne.

Do drugiej kategorii należą **prawa autorskie majątkowe**. Jest to zespół uprawnień, jakie przysługują twórcy utworu, ze szczególnym uwzględnieniem kwestii ekonomicznych. Art. 17 ustawy o prawie autorskim mówi wyraźnie, że *"twórcy przysługuje wyłączne prawo do korzystania z utworu i rozporządzania nim na wszystkich polach eksploatacji oraz do wynagrodzenia za korzystanie z utworu"*. Prawa autorskie majątkowe są zbywalne i to ich dotyczy umowa o której zaraz będę mówił.

Jeżeli zamawiasz u grafika przygotowanie logo, ale nie podpiszesz z nim umowy o przeniesienie autorskich praw majątkowych, to mówiąc obrazowo **kupujesz odbitkę a negatyw nadal jest u twórcy**. A w takim przypadku nic nie stoi na przeszkodzie, aby kolejną odbitkę sprzedać komuś innemu.

I tutaj jest, jak to się mówi pies pogrzebany. Taka sytuacja powoduje wiele zagrożeń. Jesteś tak naprawdę zdany na łaskę bądź niełaskę twórcy. Jak już mówiłem większość grafików po wykonanej usłudze wróci do swoich zajęć i być może nawet o tobie zapomni. Jednak może pojawić się jeden, który zechce uzyskać od ciebie dodatkowe wynagrodzenie. A sposobów na to ma przynajmniej kilka.

Po pierwsze **twórca grafiki, po lekkim liftingu może ją sprzedać ponownie**.

I właśnie z takim przypadkiem miałem do czynienia kilka lat temu. Wyobraź sobie, że klient prowadził punkt gastronomiczny. Pewnego dnia postanowił stworzyć baner reklamowy. Zadanie to zlecił osobie, która zrobiła zdjęcia jego kanapek, a później wszystko doszlifowała w Photoshopie. Efekt jego pracy był imponujący. Baner nie odbiegał jakościowo od tego co prezentowali renomowani konkurenci. Panowie na koniec oczywiście uczciwie się rozliczyli.

Kilka miesięcy później mój klient pojechał na wakacje i doznał szoku. Znalazł swój baner w kilku nadmorskich restauracjach. Skopiowano wszystko dodając jedynie u góry logo konkretnej restauracji. Co się okazało. Mój klient **nie podpisał z grafiką umowy o przeniesienie autorskich praw majątkowych do baneru**. Prawa pozostały więc przy grafiku. A ten legalnie sprzedał baner kilku innym restauracjom. Działał całkowicie legalnie.

Zresztą podobna historia zdarzyła się marketom Biedronka. Biedronka wprowadziła bardzo popularną akcję zbierania naklejek, które można było wymienić na maskotki. Tzw. *Gang Świerzaków*. I ktoś wyłapał, że agencja reklamowa, która obsługiwała Biedronkę, bliźniaczą akcją, z łudząco podobnymi maskotkami, przeprowadziła 2 lata wcześniej dla portugalskiego Lidla. Teraz po leciutkim liftingu to samo sprzedała Biedronce.

Drugim sposobem na dodatkowy zarobek grafika jest **żądanie przez niego opłat za korzystanie z utworu**.

I znów opowiem Ci historię mojego klienta. Klient zlecił stworzenie gazetki ofertowej ze swoimi produktami. Grafik zdołał profesjonalne zdjęcia w studio i wszystko poskładał jak należy. Wydrukowane materiały prezentowały się bardzo dobrze. Problem w tym, że grafik oświadczył, że za każdy kolejny dodruk tej gazetki, życzy sobie kolejnego honorarium.

Cóż, miał do tego prawo. Nikt w firmie nie zadbał o przeniesienie autorskich praw autorskich.

Po trzecie, **twórca może złożyć ci ofertę podpisania odpłatnej umowy licencyjnej lub umowy na przeniesienie praw do utworu.** I to w sytuacji, kiedy byłeś pewien, że ze wszystkiego już się rozliczyliście.

Taka sytuacja może Cie spotkać kiedy twoja firma osiągnie spektakularny sukces. Grafik, który do tej pory tolerował bezpłatne używanie swojego logo, może zmienić zdanie. Teraz za używanie logo będzie oczekiwał stałej opłaty. A pamiętaj, że w myśl art. 45. ustawy o prawie autorskim *„Jeżeli umowa nie stanowi inaczej, twórcy przysługuje odrębne wynagrodzenie za korzystanie z utworu na każdym odrębnym polu eksploatacji”*. Alternatywnie jak się dogadacie co do ceny, to taki twórca może przenieść na Ciebie prawa autorskie do logo. Jeżeli nie, to zabroni Ci jego używania. Można to nazwać negocjacjami albo po prostu szantażem.

Po czwarte, **jeżeli zarejestrowałeś swój znak towarowy w Urzędzie Patentowym, grafik może unieważnić twoje prawo ochronne.**

Ustawa prawo własności przemysłowej mówi, że znak towarowy nie może naruszać praw osobistych lub majątkowych osób trzecich. Jeżeli nie podpisałeś z twórcą firmowego logo umowy o przeniesienie prawa autorskich, to **powinieneś mieć jego zgodę** na zarejestrowanie znaku. Najczęściej nikt o to nie dba. Tym samym skonfliktowany z Tobą grafik może z czystej złośliwości unieważnić twój znak towarowy. Podniesie po prostu, że poprzez taką rejestrację naruszono jego prawa majątkowe.

Sprawa może się okazać arcy-poważna jeżeli wcześniej zarejestrowany znak wyceniłeś na kilka mln. złotych i wykorzystałeś go np. do optymalizacji podatkowej.

No i w końcu po piąte. **Twórca może sprzedać prawa autorskie majątkowe do utworu twojej konkurencji.** Jeżeli nie zadbałeś o prawa autorskie do firmowego logo, za jakiś czas może się okazać, że do grafika dotrze Twoja konkurencja. Ewentualnie zrobi to pracownik, który postanowił odejść z twojej firmy i otworzyć własną, konkurencyjną działalność. O tego typu historiach rozmawiałem z **Robertem Solgą** w [7 odcinku tego podcastu](#).

Jeżeli konkurencja przejmie prawa autorskie do Twojego logo, to właściwie wszystko o czym przed chwilą powiedziałem, może w ciebie uderzyć jednocześnie. Jedynym ratunkiem będzie [natychmiastowy rebranding](#).

Mówię o tych wszystkich zagrożeniach, ponieważ masa osób jest przekonanych, że z chwilą zapłaty za pracę grafika stają się właścicielami efektów jego pracy. Wiem o tym, ponieważ zawsze kiedy rejestruję dla moich klientów nich znaki towarowe, pytam czy posiadają prawa autorskie do logo. I wtedy słyszę odpowiedzi:

„tak, bo zapłaciłam mu za stworzenie logo”, „tak, bo mam na to fakturę”, „na fakturze jest adnotacja dotycząca praw autorskich”. Najczęściej okazuje się, że **takiej umowy w ogóle nie ma**, albo podpisano jedynie umowę o dzieło gdzie ta kwestia była przemilczana. A jednozdaniowe oświadczenie o przeniesieniu praw autorskich na fakturze jest nieważne.

Kiedy okazuje się, że klienci jednak jakąś umową dysponują, to jest to umowa przygotowana przez grafika, albo agencję reklamową. I tutaj już powinna Ci się zapalić lampka ostrzegawcza. Pytanie bowiem **czyje interesy będzie w głównej chronić** taka umowa. Twoje czy twórcy?

Przykładowo aby zabezpieczyć się przed tym, że grafik sprzeda **logo, które jest plagiatem**, w umowach, które tworzę dla moich klientów, dodaję zapis o **bolesnych konsekwencjach** jakie z tego tytułu grafik poniesie. To jest odpowiedź na pytanie co zrobić aby sprawdzić czy logo nie jest plagiatem. Sprawdzenie tego **jest praktycznie niemożliwe**. Możemy jedynie zmusić grafika aby pisemnie poświadczył, że efekt jego pracy nie łamie prawa.

I z własnego doświadczenia mogę ci powiedzieć, że już dwukrotnie po przeczytaniu tego zapisu, graficy mówili „Ok. Podpisze tą umowę... ale wcześniej muszę logo jeszcze *delikatnie zmienić*”. I dam sobie rękę uciąć, że w żadnej umowie, przygotowanej przez grafika taki zapis się nie znajdzie. Ten zapis chroni ciebie, ale **jest wbrew interesom grafika**.

Pamiętaj również o tym, że graficy nie są prawnikami. Taka umowa może być ściągnięta z internetu, **może mieć błędy** skutkujące jej nieważnością. Jeżeli tak będzie, to znowu skorzysta na tym grafik bo prawa na ciebie nie przejdą.

Całkiem niedawno miałem okazję rozmawiać z klientem, który był przekonany, że dysponuje prawami autorskimi do logo. Pokazał mi nawet umowę przygotowaną przez dużą agencję reklamową. I wiesz jaki był tytuł tej umowy? Umowa licencyjna na używanie słowno-graficznego znaku towarowego. Klientem był młody chłopak, który dopiero zaczynał działalność gospodarczą. Można powiedzieć, że brakowało mu doświadczenia. Nie wiedział, że umowa licencyjna nie przenosi prawa. Licencjodawca, który trzyma te prawa w garści, **udziela jedynie zezwolenia** na korzystanie z utworu licencjodawcy.

Inna historia dotyczyła logo zamówionego na allegro. Klientka zapłaciła za nie ledwie 25 zł. Logo otrzymała na maila wraz z jednozdaniowym oświadczeniem o przeniesieniu na nią autorskich praw majątkowych. Kiedy klientce logo się nie spodobało - zażądała poprawek.

Pomiędzy stronami doszło do kłótni. W efekcie czego poza negatywnym komentarzem, klientka dostała kolejnego maila, w którym informowano ją, że twórca cofa swoje oświadczenie i zabiera jej prawa autorskie. To była istna komedia ponieważ takie przeniesienie praw autorskich **od początku było wadliwe**.

No i w związku masą błędów, które w takich umowach widziałem, chciałem Ci teraz powiedzieć co w takiej umowie absolutnie musi się znaleźć. Co ważne zapisy dot. przeniesienia autorskich praw majątkowych **mogą być częścią umowy o dzieło**. Ja jednak preferuję uregulowanie tego wszystkiego w osobnej umowie.

1. Po pierwsze taka umowa pod rygorem nieważności **musi mieć formę pisemną**. Autorskich praw majątkowych nie da się przenieść np. poprzez umowę ustną. W sądzie nie pomogą wyjaśnienia, że ustnie umówiliście się, że faktura, którą zapłaciłeś miała obejmować również przeniesienie praw autorskich. W takiej formie można zawrzeć umowę licencyjną, ale i tego nie polecam. Cokolwiek się ustali powinno to się dla pewności spisać.

2. Po drugie, w umowie powinno być wyraźnie napisane **czy przeniesienie praw jest odpłatne czy nieodpłatne**. Jeżeli z umowy nie wynika, że przeniesienie autorskich praw majątkowych lub udzielenie licencji nastąpiło nieodpłatnie, twórca przysługuje prawo do wynagrodzenia.

3. Po trzecie, **należy dokładnie określić przedmiot umowy**. Jeżeli w umowie będzie zapis, że chodzi o logo FENIX to trochę za mało. W załączniku trzeba wskazać jak to logo wygląda, ponieważ nie może być najmniejszej wątpliwości, o którą wersję tego logo chodzi.

4. Po czwarte, szalenie ważnym elementem takiej umowy jest **wskazanie pól eksploatacji**. Pola eksploatacji wskazują sposób korzystania z utworu na jaki godzi się twórca. Przykładowe pola eksploatacji można znaleźć w art. 50 ustawy o pr. autorskim. Pamiętaj jednak, że jest to katalog otwarty i można, a nawet **powinno się wszystko dokładnie uszczegółwić**.

Jeżeli chodzi o pola eksploatacji to pamiętam historię, którą usłyszałem na jednym wykładzie. Otóż w Ameryce, pewna wytwórnia muzyczna zwróciła pod koniec lat 90 do znanego muzyka z pytaniem czy nie sprzedał by im praw do dystrybucji internetowej jego muzyki. Ten człowiek odpowiedział, że bardzo chętnie zarobiłby dodatkowe pieniądze, ale dobre 10 lat temu wszystkie prawa sprzedał innej wytwórni. Kiedy prawnicy przyjrzeni się tej umowie zauważyli, że wskazane tam pola eksploatacji obejmują dystrybucję w postaci kaset magnetofonowych czy płyt CD. Nie było tam jednak mowy o użyciu tych utworów w internecie. Te prawa nadal przysługiwały twórcy. Dzięki temu odkryciu muzyk jak to w Stanach bywa zarobił dodatkowe miliony. Ta historia doskonale pokazuje jak ważne jest **wyczerpujące wskazanie w umowie pól eksploatacji**.

5. Dodał bym jeszcze punkt piąty. W umowie **warto uregulować również kwestię praw zależnych**. Chodzi o prawo do opracowania cudzego utworu, w szczególności tłumaczenia czy przeróbki. Jeżeli strony nie umieszczą w umowie żadnego sformułowania dotyczącego prawa zezwalania na wykonywanie praw zależnych, to **prawo to pozostaje przy twórcy**.

Jeżeli masz już podpisaną z twórcą umowę o przeniesienie autorskich praw majątkowych to możesz skonfrontować ją z tym co przed chwilą usłyszałeś. Poprawianie słabej umowy jest zajęciem często dość karkołomnym. Osobiście radziłbym Ci zastanowić się czy nie lepiej **zamówić umowę skrojoną jak garnitur** – pod twoje potrzeby. W [naszej kancelarii](#) przygotowujemy właśnie takie umowy, więc jeżeli chciałbyś, abym taką umowę dla Ciebie przygotował po prostu **skontaktuj się ze mną**. Telefon oraz adres mailowy do mnie znajdziesz na moim blogu pod adresem [znakitowarowe-blog.pl](#).

Dobra umowa będzie maksymalnie zabezpieczać twoje interesy. Co więcej pamiętaj, że taką umowę będziesz mógł później wykorzystywać latami. Wzór takiej umowy możesz wykorzystać do przeniesienia praw do grafik, banerów, czy ulotek. Jeżeli będą to filmy reklamowe, to umowa wymaga delikatnego przeredagowania pól eksploatacji.

Jeżeli po odsłuchaniu tego podcastu uświadomisz sobie, że kwestie praw autorskich u ciebie leżą, to pamiętaj, że taką umowę możesz podpisać nawet po latach. Musisz jedynie znaleźć twórcę i zachęcić go do podpisania umowy. Pytanie tylko czy będzie chciał zrobić to za darmo.

Zresztą dam ci jeszcze jedną radę. Taką umowę warto dać do podpisu twórcy zanim mu się zapłaci. I mówię to z własnego doświadczenia. Dobre 5 lat temu zamówiliśmy u jednego freelancera stworzenie logo kancelarii. Tego charakterystycznego granatowego orzełka. Po kilku tygodniach zaakceptowaliśmy jego finalną wersję i zapłaciliśmy fakturę, która nam wystawił. Cały czas nie odsyłał nam jednak podpisanej umowy o przeniesienie autorskich praw majątkowych. Sytuacja zaczynała być napięta. Na szczęście po jednej męskiej rozmowie zmobilizował się i odesłał co trzeba. Okazało się wtedy, że był studentem i po prostu potraktował to jako zbędne formalności, którymi nie chciało mu się zająć.

No tak tylko dla mnie był to **szalenie ważny papierek**. Gdyby nie podpisał nam ostatecznie tej umowy, to byłem skłonny porzucić to logo. Z bólem serca oczywiście bo bardzo mi się podoba. Nie dopuściłbym jednak do sytuacji, że buduję wizerunek naszej rodzinnej kancelarii w oparciu o logo do którego nie mam praw. To tak dla Twojej wiadomości jak ważna to jest kwestia.

Jako przedsiębiorca musisz mieć pewność prawną. Nie powinieneś doprowadzać do sytuacji, że mogą wyniknąć jakieś [problemy z prawami autorskimi](#). Tak naprawdę podpisaną umowę wrzuca się do teczki i najczęściej się do niej nie wraca. Przydaje się dopiero **kiedy masz jakieś kłopoty**. Np. tak jak mówiłem w [6 odcinku podcastu](#), kiedy ktoś próbuje ci ukraść firmowe logo.

Pomagałem np. klientowi [unieważnić znak](#) zgłoszony przez jego konkurenta właśnie w oparciu o taką umowę. Konkurent zgłosił w 2015 r. jego słowno-graficzny znak towarowy na siebie a my wyciągnęliśmy umowę o przeniesienie autorskich praw majątkowych z 2014 r. No i był szach mat.

Powoli zmierzmy do końca tego podcastu, ale wcześniej chciałem odpowiedzieć na pytanie **czy prawo autorskie może chronić pojedyncze słowo**. Wbrew pozorom nie jest sprawa banalna.

Często się zdarza, że pomysłodawcą nazwy firmy lub nazwy zespołu muzycznego jest jedna osoba. Kiedy dochodzi do konfliktu powstaje pytanie czy z samego faktu wymyślenia nazwy pomysłodawcy przysługują do tego słowa prawa autorskie. Co do zasady pojedyncze słowo **można zarejestrować** w Urzędzie Patentowym jako słowny znak towarowy. Takie słowo nie musi być nawet szczególnie fantazyjne. Ważne, aby nie wskazywało jednoznacznie na towar lub usługę, którą ma oznaczać. Czyli nie było **określeniem opisowym**.

Zauważ, że np. BIEDRONKA, to zarejestrowany słowny znak towarowy m.in. na usługi prowadzenia sklepów. W takich sklepach nikt jednak nie sprzedaje biedronek :) Nazwa więc jest fantazyjna, choć normalnie znaleźć ją można w słowniku.

Jeżeli jednak przyjąć, że nowe słowo jest utworem w myśl prawa autorskiego, to **ma to niebagatelne konsekwencje dla znaków towarowych**. Zastrzegając znak towarowy, nie otrzymujesz monopolu absolutnego na samą nazwę. Ten monopol obejmuje jedynie towary lub usługi wskazane w zgłoszeniu. Oznacza to, że rejestracja znaku MIKPOL na usługi doradztwa prawnego nie jest kolizją dla przedsiębiorcy, który tym określeniem chce oznaczać swoją odzież. W Urzędzie Patentowym zarejestrowanych jest wiele identycznych fonetycznie znaków towarowych. Wszystko jest legalne ponieważ te **znaki funkcjonują w różnych branżach**. Nikt się nie pomyli i idąc do mnie na poradę prawną przez pomyłkę kupi sobie sweter :)

Przyjmując jednak, że pojedyncze słowo jest utworem w świetle prawa autorskiego to taka sytuacja byłaby już niedopuszczalna. Jako twórca słowa MIKPOL mógłbym unieważnić wszystkie inne znaki towarowe, podnosząc właśnie, że naruszono moje prawa majątkowe do utworu.

W 2010 r. zapadł ciekawy wyrok Sądu Najwyższego (IV CSK 359/09). Wskazano w nim, że „*Krótką jednostką słowną, pełniącą rolę znaku towarowego, może być utworem w rozumieniu art. 1 ust 1 Prawa autorskiego, jeżeli wykazuje autonomiczną wartość twórczą*”. No właśnie, kluczem jest tutaj słowo "jeżeli". Doktryna oraz orzecznictwo wypowiada się w tym zakresie dość asekuracyjnie. Nie znajdziesz tam jednoznacznej deklaracji, że pojedyncze słowo może być (lub nie) utworem w myśl prawa autorskiego.

Problem w tym, że nie da się wskazać takiego minimum indywidualności, które należy spełnić dla uzyskania ochrony w prawie autorskim. Wszystko jest ocenne i dość płynne. Generalnie przyjmuje się, że pojedyncze słowa, czy proste zestawienia słów nie mogą być przedmiotem ochrony w oparciu o prawa autorskie ponieważ należą do domeny publicznej. Dzieje się tak

dlatego, ponieważ brak im indywidualnego charakteru. Wielu autorów komentarzy pozostawia sobie jednak pewną „furtkę bezpieczeństwa”. Twierdzą oni, że gdyby jednak tak się zdarzyło, że dane słowo posiadało by autonomiczną wartość twórczą, to **można by je wtedy uznać za utwór**.

Czyli teoretycznie pojedyncze słowo może być uznane za utwór, ale w praktyce jest to bardzo mało prawdopodobne :)

Pisząc artykuł o ochronie nazwy zespołu muzycznego znalazłem zespół, którego nazwa bez cienia wątpliwości jest chroniona prawem autorskim. Zespół ten nazywa się: **40 Synów i 30 Wnuków Jeżdżący na 70 Ośłętach**. Przyznasz, że indywidualny charakter twórczy tej nazwy aż bije po uszach :) Po przeciwległej stronie są za to zespoły z prostymi nazwami jak Łzy, Bracia czy Ich Troje. No i tutaj z pewnością nie może być mowy o ochronie z tytułu praw autorskich.

Wnioski są więc takie, że w przytłaczającej większości przypadków pojedyncze słowo, lub proste zestawienia słów nie zostaną uznane za utwór w świetle prawa autorskiego. Jeżeli jednak będą wybitnie fantazyjne to szansa na to się pojawia. O wszystkim jednak decyduje sąd.

No i w ten sposób dotarliśmy do końca dzisiejszego odcinka. Mam nadzieję, że przyjemnie się tego słuchało. Jeden z moich czytelników zwrócił mi kiedyś uwagę, że fantastycznie, że opowiadam tyle historii swoich klientów. Dzięki temu łatwiej poukładać sobie wszystko w głowie i zrozumieć to o czym mówię. Ten odcinek podcastu w takie historie myślę obfitował.

Jeżeli chcesz się podzielić ze światem informacją o tym podcaście, to nie obrażę się, jeżeli link do niego wrzucisz na Facebooka. To pomoże mi w jego promocji. Wszelkie notatki do tego odcinka znajdziesz na moim blogu pod adresem znakitowarowe-blog.pl/008. Tak jak 8 numer tego odcinka.

Znajdziesz tam również transkrypcję podcastu bezpośrednio w artykule, lub do ściągnięcia w postaci pliku PDF.

Pozdrawiam cię serdecznie z zaśnieżonej Bydgoszczy.

Do usłyszenia.



Potrzebujesz pomocy prawnej? Skontaktuj się ze mną:

+48 575 999 710

mikolaj@lech.bydgoszcz.pl