

**ANDRZEJ ROSA**

rzecznik patentowy

POLSERVICE Kancelaria Rzeczników Patentowych Sp. z o.o.

Budowanie strategii patentowej

w oparciu o informacje i źródła patentowe

Organizacja chcąc zbudować konkurencyjną pozycję rynkową rywalizuje w zakresie wiedzy i jej unikalności z wiedzą swoich konkurentów. W związku z tym kluczowe wydaje się zidentyfikowanie istniejących zasobów, oszacowanie ich wartości, a następnie opracowanie odpowiedniej strategii zarządzania nimi – takiej, która będzie wspierała organizację w ochronie nowo tworzonych zasobów wiedzy, jak również nabywaniu odpowiednich aktywów niematerialnych oraz ich optymalnym wykorzystaniu w organizacji.

Strategie patentowe w najprostszym tego słowa znaczeniu służą zarządzaniu całym portfolio własności intelektualnej, na które składa się szereg aktywów niematerialnych. Należą do nich m.in. wynalazki, wzory użytkowe i przemysłowe, znaki towarowe, know-how, tajemnica przedsiębiorstwa, utwory – np. programy komputerowe – i inne.

Celem strategii patentowych jest zatem identyfikowanie nowych zasobów wiedzy w organizacji oraz wspomaganie innowacyjności organizacji, tak aby rezultaty tych działań przynosiły organizacji wymierne korzyści. Z jednej strony ma to na celu zabezpieczenie organizacji przed narażeniem jej na naruszenie praw wyłącznych innych podmiotów, a z drugiej – ciągłe zwiększanie potencjału dotyczącego aktywów niematerialnych tej organizacji.

Trzy główne strategie patentowe

Aktywa niematerialne przynoszą organizacjom wymierne korzyści tylko wówczas, gdy są odpowiednio wykorzystywane przez umiejętne i optymalne zarządzanie nimi, ze świadomością ich funkcjonowania.

Można wyróżnić trzy zasadnicze strategie patentowe dotyczące zarządzania własnością intelektualną:

- strategia zakładająca pełny stopień wyłączności,
- strategia zakładająca ograniczony stopień wyłączności,
- strategia zakładająca pełną otwartość i dostępność.

Strategia zakładająca pełny stopień wyłączności wyklucza współpracę z innymi podmiotami. Oznacza to zatem pełną wyłączność, opartą na silnej ochronie oraz aktywnym egzekwowaniu praw na drodze postępowań o naruszenie i blokowanie dostępu do rynku innym podmiotom. Strategia ta wykorzystuje wszelkie możliwe narzędzia prawne, aby ścigać osoby i podmioty odpowiadające za naruszenia i dochodzić praw organizacji, poczynawszy od wysyłania listów ostrzegawczych do naruszcycieli, aż po pozwy składane do odpowiednich sądów.

Strategia zakładająca ograniczony stopień wyłączności to strategia zezwalająca na współpracę z innymi podmiotami, bazująca na umożliwieniu im korzystania z posiadanych aktywów niematerialnych i wynikających z nich praw, w pewnym zakresie i na pewnych z góry zdefiniowanych

warunkach. Ten rodzaj strategii pozwala generować przychody z umów licencyjnych, a zatem *de facto* z rozszerzania i szerszego rozpowszechniania aktywów niematerialnych należących do organizacji.

Strategia zakładająca pełną otwartość i dostępność dopuszcza pełną otwartość i dostępność dla wszystkich użytkowników oraz uczestników rynku. Umożliwia korzystanie nieodpłatnie z pewnych aktywów niematerialnych, np. w celu spopularyzowania danej technologii czy uzyskania dostępu do konkretnego rynku. Ta strategia nierzadko prowadzi do ulepszenia produktów danej organizacji oraz poprawy jej wizerunku w oczach konsumentów.

Wybór strategii patentowej w głównej mierze jest uzależniony od sektora przemysłu, w którym działa organizacja oraz jej wielkości i obecności na globalnym rynku. Zatem odpowiednia strategia powinna uwzględniać miejsce jej wdrożenia, tzn. powinna być dopasowana do organizacji, w której jest wdrażana oraz celu, który chcemy dzięki niej osiągnąć dla naszej organizacji. Zastosowanie odpowiedniej strategii zabezpiecza przed nieuzasadnionym ponoszeniem kosztów oraz prowadzeniem prac rozwojowych nad technologiami, które są już bardzo silnie chronione i wejście w ten segment rynku może być nieopłacalne dla organizacji.

Optymalne podejście

Najbardziej pożądaną strategią patentową dotyczącą zarządzania własnością intelektualną w obecnych czasach jest taka, która pozwoli realizować zarówno strategię pasywną, jak i aktywną. Dlatego dziś korzystniejsze jest stosowanie wszystkich trzech wspomnianych wcześniej strategii patentowych jednocześnie w danej organizacji. Można wówczas zakładać z jednej strony bezwzględne dochodzenie roszczeń z określonej części praw posiadanych przez organizację, a z drugiej – udzielenie licencji innym podmiotom, a nawet umożliwienie korzystania z pewnych praw posiadanych przez organiza-

cję innym podmiotom nieodpłatnie, w celu osiągnięcia pewnych korzyści przez organizację na późniejszym etapie jej funkcjonowania.

Zastosowanie odpowiedniej strategii jest zatem kluczowe dla właściwego rozwoju organizacji, wzmocnienia jej pozycji konkurencyjnej w stosunku do innych uczestników rynku, zapewnienia bezpieczeństwa prawnego organizacji i czerpania wymiernych korzyści z posiadanych aktywów niematerialnych, np. w postaci zwiększania dzięki nim udziałów w rynku, jak i polepszenia jakości istniejących produktów oraz relacji z klientami.

Zarządzanie własnością intelektualną w obecnych czasach wymaga zatem elastycznego podejścia w porównaniu z latami minionymi. Jest to spowodowane w głównej mierze szybkim tempem zmian w prawodawstwie międzynarodowym dotyczącym ochrony własności intelektualnej oraz co za tym idzie zmianą podejścia wielu organizacji do zarządzania własnością intelektualną w aspekcie strategicznym. Chodzi o umożliwienie

rozeznania stanu techniki, czystości patentowej i zdolności patentowej oraz wszelkiego rodzaju analizy patentowe, np. analizy trendów rynkowych oraz kierunku rozwoju interesujących nas technologii w danym sektorze w oparciu o informacje patentowe.

Informacje patentowe podnoszą efektywność wdrożonych rozwiązań w ramach opracowanej strategii patentowej. Dzięki takim działaniom wspomagana jest decyzyjność organizacji m.in. w zakresie tego, kiedy należy dokonać zgłoszenia (np. wynalazku) i czy w ogóle powinno się go dokonywać, na jakim obszarze geograficznym organizacja powinna ubiegać się o ochronę, czy warto dalej inwestować w dany produkt, czy będzie opłacalne wejście w dany segment rynku itp.

Zaniedbanie powyższego lub nieprawidłowe zarządzanie własnością intelektualną może narazić każdą organizację na ryzyko naruszenia czyichś praw wyłącznych, ale także na straty wynikające ze zbyt późnego zdefiniowania lub niewykorzysta-

■ NAJBARDZIEJ POŻĄDANĄ STRATEGIĄ PATENTOWĄ DOTYCZĄCĄ ZARZĄDZANIA WŁASNOŚCIĄ INTELEKTUALNĄ W OBECNYCH CZASACH JEST TAKA, KTÓRA POZWOLI REALIZOWAĆ ZARÓWNO STRATEGIE PASYWNE, JAK I AKTYWNE.

organizacji swobodnego wejścia na dany rynek przy zapewnieniu minimalnego ryzyka naruszenia cudzych praw, a zatem zagwarantowanie organizacji możliwie największej pewności w aspekcie prawnym.

Dodatkowe czynniki budowania konkurencyjności

Niezależnie od tego, jaką strategię patentową wybierze organizacja, należy regularnie prowadzić badania patentowe, takie jak badanie

nia potencjału organizacji w szybko zmieniającym się świecie bazującym na zasobach wiedzy. Organizacja powinna mieć jak najbardziej otwartą strukturę, obserwować działania konkurencji oraz zmieniające się trendy i przyzwyczajenia konsumentów, a także czerpać z zasobów ich wiedzy.

Andrzej Rosa
rzecznik patentowy
POLSERVICE, Kancelaria Rzeczników Patentowych