



ULAGANJE U BUDUĆNOST

MINIVODIČ ZA POSLOVNU ZAJEDNICU

# Intelektualnim vlasništvom do uspješnog poslovanja

 MINPO

 BIZimpact



Ovaj projekt  
sufinancira  
Europski fond za  
regionalni razvoj



Ministarstvo poduzetništva i obrta | [www.minpo.hr](http://www.minpo.hr)



Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije | [www.hamaginvest.hr](http://www.hamaginvest.hr)



Hrvatska gospodarska komora | [www.hgk.hr](http://www.hgk.hr)



Hrvatska obrtnička komora | [www.hok.hr](http://www.hok.hr)



Hrvatski savez zadruga | [www.zadruga.hr](http://www.zadruga.hr)



Hrvatska udruga poslodavaca | [www.hup.hr](http://www.hup.hr)



**HUP**  
Hrvatska udruga poslodavaca

MINISTARSTVO PODUZETNIŠTVA I OBRTA



# Intelektualnim vlasništvom do uspješnog poslovanja

Minivodič za poslovnu zajednicu



DRŽAVNI ZAVOD ZA INTELEKTUALNO VLASNIŠTVO



Ulaganje u budućnost  
Projekt je sufinancirala Europska unija  
iz Europskog fonda za regionalni razvoj

**BIZ**impact

## Predgovor

Provedba projekta "Poboljšavanje informiranosti hrvatske poslovne zajednice – BIZImpact II" trajat će od ožujka 2013. do ožujka 2015. godine. Projekt je dio „Operativnog programa za regionalnu konkurentnost 2007-2013“ koji je financiran sredstvima IPA programa Europske unije i Vlade Republike Hrvatske.

Projekt BIZImpact II u svom radu uključuje brojne institucije koje svojim djelokrugom u potpunosti obuhvaćaju sektor maloga gospodarstva u Republici Hrvatskoj:

- Ministarstvo poduzetništva i obrta (MINPO);
- Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i investicije (HAMAG INVEST);
- Hrvatska gospodarska komora (HGK);
- Hrvatska obrtnička komora (HOK);
- Hrvatska udruga poslodavaca (HUP);
- Hrvatski savez zadruga (HSZ).

Projekt BIZImpact II obuhvaća četiri komponente:

- Komponenta 1: Procjena ekonomskih učinaka za MSP-e;
- Komponenta 2: Razvoj procesa savjetovanja/javno-privatnih dijaloga s poslovnom zajednicom;
- Komponenta 3: Širenje informacija i podizanje svijesti;
- Komponenta 4: Razvoj kapaciteta za organiziranje informativnih kampanja u organizacijama korisnika projekta.

U sklopu komponente 3 ovoga projekta jedan od prioriteta predstavlja ažuriranje i revidiranje sedam minivodiča koji su izrađeni kako bi pružili kratak pregled određenih dijelova zakonodavstva i regulative s posebnim naglaskom na MSP-e.

Mini vodič *Intelektualnim vlasništvom do uspješnog poslovanja* obuhvaća temu intelektualnog vlasništva, upotrebu intelektualnog vlasništva u poslovanju, upliv koji zaštićeno intelektualno vlasništvo ima na poslovanje te pregled promjena u zaštiti intelektualnog vlasništva i poslovanja slijedom članstva Hrvatske u Europskoj uniji.

Mini vodič *Intelektualnim vlasništvom do uspješnog poslovanja* sadržajno je osmislio i realizirao Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske (DZIV), koji obavlja poslove iz područja zaštite prava intelektualnog vlasništva, provodi postupke za priznanje prava industrijskog vlasništva, bavi se stručnom i zakonodavnom djelatnošću te informacijskim i servisnim djelatnostima u području intelektualnog vlasništva. U svom radu DZIV blisko surađuje s gospodarskim i istraživačkim entitetima. Ovaj mini vodič također daje pregled pojedinih oblika intelektualnog vlasništva te osnovne informacije o njihovoj zaštiti.

Željeli bismo zahvaliti Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo koje je preuzelo odgovornost ažuriranja minivodiča, osobito koautorima mini vodiča gđi. Ani Rački Marinković, Zamjenici ravnateljice zavoda, gđi. Tanji Milović, Voditeljici Samostalne službe za izobrazbu, promicanje i razvoj primjene intelektualnog vlasništva, gđi. Andrei Kordić, Višoj upravnoj savjetnici za ispitivanje industrijskog dizajna, g. Emiru Tetariću, Voditelju Odjela za opozive i prigovore i gđi. Višnji Kuzmanović, Načelnici Sektora za žigove i industrijski dizajn.

Tiskana i elektronička inačica mini vodiča bit će distribuirana (široj zemlji) uz pomoć korisnika projekta te korištenjem njihovih baza podataka i mreža. Također, trenutno radimo na izradi novih minivodiča koji će popuniti praznine u informacijama te obuhvatiti potrebe koje su identificirane na području sektora MSP-a.

Dodatne informacije, kao i ažurirani te novi minivodiči za poslovnu zajednicu dostupni su na web stranici projekta: [www.bizimpact.hr](http://www.bizimpact.hr).

## Uloga intelektualnog vlasništva u razvoju inovacija i poslovanju

U suvremenom okruženju zaštita i primjena intelektualnog vlasništva ima značajnu ulogu u uspješnom razvoju inovacija i razvoju poslovanja općenito.

Pojam inovacije odnosi se na razvoj i primjenu novog ili bitno izmijenjenog proizvoda (dobra ili usluge), postupka, nove organizacijske metode, poslovne prakse ili nove marketinške metode, te njezino uvođenje u praktičnu upotrebu odnosno - komercijalizaciju. Stoga postoje različite vrste inovacija - proizvodne inovacije, inovacije u postupku proizvodnje, organizacijske inovacije i marketinške inovacije.

Drugim riječima, osim tehnoloških inovacija postoje i tzv. netehnološke inovacije koje nisu rezultat istraživanja i razvoja ali mogu biti ključne za profitabilni marketing proizvoda i/ili usluga nastalih ulaganjem u istraživanje i razvoj.

Ostvarenje inovacije odvija se putem tzv. inovacijskog procesa koji uključuje tri osnovne faze inovacijskih aktivnosti: koncipiranje, implementaciju i marketing.

Inovacijski proces počinje fazom tzv. koncipiranja, koja uključuje analizu problema i njegovog rješavanja preko razvoja ideje, njezine evaluacije te planiranja projekta. Faza implementacije obuhvaća razvoj (konstruiranje), izradu prototipa, testnu primjenu i testiranja proizvoda. Marketinška faza uključuje proizvodnju i plasiranje proizvoda na tržište te probaj na željeno tržište.

Inovacijske aktivnosti uključuju sve znanstvene, tehnologijske, organizacijske, financijske i komercijalne korake koje stvarno ili potencijalno vode ka implementaciji inovacija. Slijedom toga, inovacijski proces uključuje sudjelovanje različitih stručnjaka iz različitih područja djelatnosti - od tehničkih stručnjaka u istraživanju i razvoju do stručnjaka u području marketinga i financija, sudjelovanje uprave i pravnih odjela tvrtke te vanjskih konzultanata dobavljača, poslovnih partnera i korisnika.

U navedenom kontekstu različiti oblici i aspekti intelektualnog vlasništva bitan su dio svakog pojedinog koraka inovacijskog procesa, od stvaranja novih ideja do ostvarenja i komercijalizacije proizvoda nastalih na temelju novih ideja i znanja. Pri tome je patentni sustav ključan za razvoj tehničkih odnosno tehnologijskih izuma, njihovo ostvarenje i zaštitu na tržištu; zaštita industrijskog dizajna odnosno vanjskog oblika proizvoda osobito je važna u marketinškom smislu; za prepoznatljivost i opstojnost proizvoda i/ili usluga na tržištu ključna je zaštita žigom; uloga autorskog prava i srodnih prava presudna je osobito za inovacije iz područja informacijskih tehnologija i kreativnih industrija, a tijekom inovacijskog procesa nezaobilazni su i neformalizirani oblici zaštite intelektualnog vlasništva kao što su poslovna tajna i tzv. *know-how*.

## Patenti i razvoj tehnoloških inovacija

Od svih oblika intelektualnog vlasništva uz tehnološke inovacije najčešće se veže upravo patent, budući da se patentom štiti bit tehnoloških inovacija - izum. Izum je temelj razvoja tehnološke inovacije, a u kontekstu patentne zaštite izum se može odnositi na novi i inventivni proizvod ili proizvodni postupak, te na novu i inventivnu primjenu postojećih proizvoda ili postupaka. Stvaranje tehnološke inovacije je interaktivni i interdisciplinarni proces u mnogo koraka koji od nove ideje ili koncepta, preko uspješnog marketinga, vode do stavljanja na tržište novog ili poboljšanog proizvoda, te osim potrebnog znanja i vještina uključuju i znatna financijska i materijalna ulaganja. Da bi stvorila inovacije s ciljem uključivanja novih i poboljšanih proizvoda ili usluga na tržište, ili uvođenja novih poboljšanih postupaka proizvodnje, poduzeća nužno ulažu u istraživanje i razvoj. To su najčešće investicije visokog rizika, budući da je od desetak ili stotinu projekata često samo jedan komercijalno uspješan, te najčešće manje od 20% uloženi investicija ostvari svoj puni povrat. Primjerice, procjenjuje se da u farmaceutskoj industriji samo 1 od 8000 farmaceutskih spojeva koji se istražuju na laboratorijskoj razini dolazi na tržište kao novi proizvod odnosno lijek.

U ovoj fazi ključni aspekt patentnog sustava predstavlja mogućnost pretraživanja baza podataka patentnih informacija (prvenstveno podnesenih patentnih prijava i priznatih patenata) i utvrđivanja tzv. stanja tehnike odnosno već postojećih izuma najbližih razmatranome. Ovaj korak važan je iz nekoliko razloga - pronalaženja novih tehnoloških informacija kao osnove za razvoj novih izuma, izbjegavanja ulaganja sredstava u nešto što je već prisutno na tržištu ili već poznato i sadržano u bazama patentnih podataka (tzv. *re-inventing*), te utvrđivanje slobode djelovanja unutar poznatog i zaštićenog stanja tehnike.

Nadalje, kada se novi proizvod ili usluga nađu na tržištu te se stvori novo tržište za proizvod inovativnog poduzeća, postoji velika vjerojatnost imitiranja od strane konkurenata. To može onemogućiti inovativnoj tvrtci ostvarivanje profita dovoljnog za povrat sredstava uloženi u istraživanje i razvoj, kao i sredstava utrošeni za uspješan izlazak proizvoda na tržište. U konačnici to može negativno utjecati na budući interes za razvoj inovacija. Ključna uloga patenta u ovoj fazi je da vlasniku osigura praktični monopol na tržištu s obzirom na njegovo isključivo pravo na iskorištavanje predmeta zaštite patentom u periodu od najviše 20 godina, čime se omogućava povrat uloženi sredstava. Pri tome treba imati na umu da je postupak za zaštitu patentom nužno pokrenuti prije bilo kakve javne objave tehničkih detalja izuma ili stavljanja na tržište proizvoda koji uključuje izum, odnosno čim se tijekom inovacijskog procesa prepozna budući tržišni potencijal izuma.

### **Inovacija ili izum?**

*Kada se govori o inovacijama većina ljudi pod time podrazumijeva tehnološke inovacije. Najčešća posljedica ovakvog razmišljanja jest poistovjećivanje pojmova izum i inovacija. Pri tome je potrebno naglasiti da postoji bitna razlika između izuma i inovacija. Izumi podrazumijevaju stvaranje novih ideja ili znanja u cilju rješavanja određenog tehničkog problema i ne moraju nužno biti povezani s komercijalizacijom. Čak ni vrlo kvalitetni i inventivni izumi ne moraju nužno biti uspješno komercijalizirani odnosno postati inovacija.*

### **Prednosti zaštite patentom u razvoju tehnoloških inovacija**

Izum kao temelj razvoja tehnološke inovacije predstavlja novo tehnološko rješenje određenog problema. Ključne elemente izuma moguće je zaštititi od konkurenta sklonih imitiranju na različite načine – čuvati ih u tajnosti kao poslovnu tajnu, u slučaju nužnosti ograničenog otkrivanja zaštititi ih sporazumom o nerazotkrivanju podataka, odnosno izum zaštititi patentom.

Dostupni podaci ukazuju da mala i srednja poduzeća (MSP) radije kao oblik zaštite svojih inovacija koriste poslovnu tajnu nego patent, jednim dijelom i zbog relativno visokih troškova zaštite patentom i kompleksnosti patentnog sustava. Međutim, patenti mogu biti pouzdan izvor prihoda za poduzeće. Dobrobiti od patenata ovise o njihovoj učinkovitoj upotrebi, koja može uključivati licenciranje, sklapanje unakrsnih licenčnih ugovora te privlačenju vanjskih financijera.

Svrha patentne zaštite je stjecanje praktičnog, vremenski ograničenog monopola na tržištu i zaštita od imitiranja od strane konkurenata u dovoljnom trajanju da bi se povratila sredstva uložena u razvoj izuma. Pri tome je prateća, ne manje bitna, svrha patentnog sustava da nova znanja na kojima se temelje izumi budu, danas putem baza patentnih podataka, dostupna javnosti kao osnova za razvoj budućih inovacija.

Kao i drugi oblici vlasništva patent se može prodati ili ustupiti na korištenje uz naknadu (licencirati), što je osobito važno budući da iznimni izumitelji ne moraju nužno biti i iznimni poduzetnici, i obrnuto. Tržište inovacija tako omogućava izumiteljima i poduzetnicima da kombinirajući svoje talente uspješno dovedu inovaciju na tržište. Zaštita patenta omogućuje manjim laboratorijima ili sveučilištima da izum razviju do ključnog stupnja, a zatim veća poduzeća (specijalizirana i s više sredstava za provedbu npr. kliničkih ispitivanja) putem kupovine ili licenciranja prava, proizvod nadalje razvijaju i dovode na tržište.

Bez zaštite patentom neki izumi ne bi nikada dospjeli na tržište ili bi ostali tek u domeni poslovne tajne, što znači da ni znanja na kojima se zasnivaju ne bi postala dostupna javnosti. Navedeno je važno radi razvoja novih izuma ali i sprječavanja ulaganja sredstava u nešto što je već prisutno na tržištu i u bazama patentnih podataka (tzv. *reinventing*).

S obzirom na uvriježeno povezivanje termina inovacija s tehnološkim inovacijama, patenti se često dovode u vezu s pokazateljima inventivnosti i ekonomskim pokazateljima tržišne uspješnosti proizvoda. Broj patenata koji poduzeće posjeduje često se koristi kao jedan od glavnih indikatora za ustanovljavanje njezine inventivnosti. Također, investitori procjenjuju isplativost investiranja u pojedinu tzv. *start-up* tvrtku procjenjujući njen patentni portfelj.

Važnost zaštite patentom za inovativna poduzeća ovisi i o području djelatnosti. Potreba za patentnom zaštitom osobito je izražena u pojedinim sektorima kojima je razvoj temeljen na novim znanjima, npr. farmaceutici, proizvodnji medicinskih uređaja, razvoju hardvera i proizvodnji automobilskih dijelova.

### **Kada, gdje i kako do zaštite patentom**

Patent je pravo priznato za izum koji nudi novo rješenje nekog tehničkog problema, što se može odnositi na proizvod, postupak ili novu primjenu postojećeg proizvoda ili postupka. Patent se stječe priznanjem prava od strane tijela ovlaštenog za dodjelu tog prava, na temelju prethodno provedenog postupka ispitivanja prijave patenta koja opisuje izum. Sadržajni uvjeti koje izum mora zadovoljiti za priznanje patenta jesu novost u odnosu na postojeće stanje tehnike, odgovarajuća inventivna razina (neočiglednost) i industrijska primjenjivost (praktična primjenjivost u industrijskom opsegu). Zaštita patenta ostvaruje se prema teritorijalnom načelu, tj. vrijedi samo na teritoriju za koji je to pravo priznato. Zaštita patenta može se ostvariti sljedećim putevima: podnošenjem zasebne prijave nadležnom uredu svake zemlje na čijem teritoriju se traži zaštita (u Hrvatskoj je to DZIV); podnošenjem jedne međunarodne prijave putem Ugovora o suradnji na području patenata (*Patent Cooperation Treaty – PCT*), za zemlje članice tog ugovora; te putem nekog od regionalnih patentnih sustava - za zemlje članice Europske patentne organizacije i tzv. zemlje proširenja podnošenjem prijave za Europski patent jednom od nadležnih ureda te organizacije, ili nacionalnih ureda zemalja članica. Međunarodni i regionalni patentni sustavi omogućavaju podnošenje jedne prijave za izum na jednom mjestu sa istovremenim pravnim učinkom u više zemalja.

Ne postoji međunarodno priznati patent, već samo međunarodna prijava patenta, o kojoj konačnu odluku uvijek donosi nacionalni ili regionalni ured kojem je ona podnesena i što u slučaju pozitivnog ishoda rezultira odgovarajućim brojem patenata za isti izum (tzv. patentna porodica)..

*Detaljnije o patentima i njihovoj zaštiti možete saznati u brošuri „Izumima do budućnosti“, hrvatskom izdanju publikacije „Inventing the future“ Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo, namijenjene poduzetnicima.*

## **Žig i stvaranje dodatne vrijednosti proizvoda i usluga na tržištu**

Za razliku od patenta i drugih oblika intelektualnog vlasništva kojima je svrha zaštita rezultata inovativne djelatnosti, prvenstvena svrha zaštite žigom je zaštita i očuvanje ugleda proizvoda ili usluga, odnosno samog proizvođača ili pružatelja usluge, na tržištu.

Temeljna funkcija žiga je razlikovanje proizvoda i usluga poduzetnika na tržištu. Žigom se naime štiti razlikovni (distinktivni) znak kojim se označava određeni proizvod ili usluga - ime, logotip, amblem, etiketa ili neki drugi znak koji je razlikovan u odnosu na proizvode i usluge koje se tim znakom obilježava. Na taj način osigurava se međusobno razlikovanje proizvoda i usluga poduzetnika na tržištu, odnosno omogućuje se potrošaču da identificira proizvod ili uslugu koji odgovaraju njegovim potrebama ili očekivanjima, odnosno izvor takvog proizvoda ili usluge. Dodatne moguće funkcije žiga su privlačenje potrošača, određeno jamstvo kvalitete čime se osigurava lojalnost potrošača, a žig može služiti i kao sredstvo tržišnog natjecanja između poduzetnika.

Zaštitom i primjerenim korištenjem žig može pridonijeti konkurentnosti poduzeća odnosno povećanju njegove dobiti i udjela na tržištu, te služiti kao simbol prepoznatljivosti i reputacije poduzeća odnosno njegovih proizvoda i usluga.

Osobito je značajno istaknuti da se zaštita žiga može produžavati vremenski neograničeno, uz uvjet ispravnog korištenja i održavanja zaštite. Žig stoga može biti sredstvo poslovne strategije tvrtke kojim se vrijednosti ostalih prava intelektualnog vlasništva ograničenog trajanja, kao što su patent ili zaštićeni industrijski dizajn, sadržanih u određenom proizvodu ili usluzi mogu prenijeti u distinktivnu oznaku proizvoda ili usluge, čime se osigurava kontinuitet te trajna održivost poduzeća na tržištu.

### **Žig ili marka (brend) – u čemu je razlika?**

*Često dolazi do nedoumica oko razlike između termina žig i marka (brend). Ova dva koncepta, usprkos mnogim sličnostima, imaju različitu svrhu i prirodu, što se često previđa. Marka (brend) predstavlja ukupni skup signala koji prenose određeno značenje i stvaraju povoljnu sliku o proizvodu ili usluzi u svijesti potrošača kako bi ih privukli proizvodima ili uslugama određenog poduzeća. Drugim riječima, to je slika, skup afirmativnih poruka koja poduzeće daje o svom proizvodu ili usluzi, a razvija se tijekom vremena, najčešće konzistentnom kvalitetom ili nekom drugom karakteristikom prepoznatom i cijenjenom od strane potrošača. S druge strane, žig predstavlja zaštićenu razlikovnu oznaku proizvoda ili usluge, koja je sastavni dio koncepta marke (brenda), i predstavlja pravno sredstvo koje štiti vlasnika marke (brenda) u slučaju neovlaštenog korištenja takve oznake. Također, žig predstavlja pravno sredstvo kod poslovnih transakcija vezanih uz određenu marku (brend).*



## Kada, gdje i kako zaštititi žig

Registracija određene razlikovne oznake proizvoda ili usluge kao žiga nije obavezna, ali predstavlja dokaz isključivog prava njenog korištenja i učinkovito sredstvo zaštite od povreda prava. Registracija odnosno zaštita žiga ostvaruje se prema teritorijalnom načelu, tj. ista vrijedi samo na teritoriju za koji je to pravo priznato. Moguće opcije zaštite žiga su: podnošenje zasebne prijave nadležnom uredu svake zemlje na čijem se teritoriju zaštita traži; za cjelokupni teritorij Europske unije podnošenje prijave za žig Zajednice (*Community Trade Mark*); te (pod određenim uvjetima) podnošenje jedne međunarodne prijave putem tzv. Madridskog sustava za međunarodnu registraciju žigova, koja omogućava zaštitu žiga u preko 90 država. Za zaštitu žiga u Hrvatskoj te u inozemstvu putem Madridskog sustava prijave se podnose DZIV-u, a za zaštitu žiga Zajednice izravno Uredu za harmonizaciju na unutarnjem tržištu (*Office for Harmonization in the Internal Market*, - OHIM) ili posredstvom DZIV-a.

*Detaljnije o žigovima i njihovoj zaštiti možete saznati u brošuri „Stvaranje žiga“, hrvatskom izdanju publikacije „Making a mark“ Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo, namijenjene poduzetnicima.*

## Zaštićeni industrijski dizajn i povećanje konkurentnosti proizvoda

Općenito se pod pojmom „industrijski dizajn“ najčešće podrazumijeva izgled i funkcija nekog proizvoda. Međutim u kontekstu zaštite intelektualnog vlasništva industrijskim dizajnom smatra se isključivo izgled proizvoda.

Izgled proizvoda utječe na stvaranje prvog dojma kod kupca i često ima odlučujuću ulogu u konačnoj odluci o kupnji. Dizajn ima sve važniju ulogu na tržištu budući da danas nije dovoljno samo proizvesti proizvod dobre kvalitete ili funkcionalnosti. Da bi se postigao komercijalni uspjeh proizvod također mora imati privlačan izgled, koji će ga učiniti konkurentnijim od mnoštva sličnih proizvoda na tržištu. Razvoj dizajna često zahtijeva puno rada, vremena i ulaganja a štiteći dizajn proizvoda registracijom industrijskog dizajna kao prava intelektualnog vlasništva vlasnik (dizajner odnosno proizvođač) dobiva isključivo pravo korištenja (izrade, ponude, stavljanja u promet, uvoza, izvoza) takvog dizajna. Vlasnik može dozvoliti korištenje svoga zaštićenog dizajna drugim osobama na određeno vrijeme davanjem licencije ili ga u potpunosti prenijeti na drugu osobu .

## Kada, gdje i kako zaštititi industrijski dizajn

Da bi industrijski dizajn mogao biti zaštićen kao pravo intelektualnog vlasništva mora biti nov i imati individualni karakter u odnosu na postojeće dizajne. Njegova novost može se provjeriti pretraživanjem odgovarajućih baza podataka. Novost i individualni karakter dizajna danas se u pravilu ne provjeravaju u okviru postupka registracije industrijskog dizajna, ali će se zaštita poništiti ako se u postupku pokrenutom od zainteresirane strane utvrdi nepostojanje ovih uvjeta. Registrirani industrijski dizajn ima ograničeno trajanje zaštite, koje se može dodatno produžiti ali ne neograničeno. Najčešće (kako je u Hrvatskoj i u Europskoj uniji) nakon registracije industrijskog dizajna zaštita traje 5 godina, te ju je moguće produžavati do ukupnog trajanja od 25 godina. Nakon registracije podaci o registraciji zaštićenog dizajna dostupni su javnosti. Takva objava daje informaciju

javnosti, odnosno potencijalnim investitorima i korisnicima, o svim relevantnim podacima o registriranom industrijskom dizajnu. Zaštita industrijskog dizajna može se ostvariti na sljedeće načine: podnošenjem zasebne prijave nadležnom uredu svake zemlje na čijem teritoriju se traži zaštita (u Hrvatskoj je to DZIV); za cjelokupni teritorij Europske unije, podnošenjem jedne prijave za dizajn Zajednice (*Registered Community Design*) izravno Uredu za harmonizaciju na unutarnjem tržištu (*Office for Harmonization in the Internal Market*, - OHIM) ili posredstvom DZIV-a; odnosno u drugim zemljama podnošenjem jedne međunarodne prijave putem Haškog sustava za međunarodnu registraciju industrijskog dizajna. Prijave za zaštitu industrijskog dizajna u inozemstvu putem Haškog sustava podnose se izravno Međunarodnom uredu Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo..

Na teritoriju Europske unije, pa tako i u Hrvatskoj od njezinog ulaska u članstvo, određeni stupanj zaštite uživa i neregistrirani industrijski dizajn. Prava neregistriranog dizajna Zajednice (*Community Design*) stječu se samim otkrivanjem dizajna javnosti bilo gdje na području Europske unije,. Međutim, takva zaštita je vremenski i sadržajno ograničenija od zaštite koju pruža registrirani dizajn Zajednice.. U slučaju neregistriranog dizajna radi se o zaštiti od neovlaštenog umnožavanja dizajna koja traje 3 godine od datuma otkrivanja javnosti na području Europske unije.

*Detaljnije o industrijskom dizajnu i njegovoj zaštiti možete saznati u brošuri „Dobar izgled“, hrvatskom izdanju publikacije „Looking Good“ Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo, namijenjene poduzetnicima.*

## **Oznake zemljopisnog podrijetla i izvornosti i povećanje tržišne vrijednosti proizvoda**

Oznake zemljopisnog podrijetla/izvornosti daju informaciju potrošaču da je proizvod proizveden u određenom području radi čega ima određene posebne karakteristike koje se pripisuju upravo tom području. Zaštitom ovakvih oznaka pomaže se gospodarski razvoj, posebice ruralnih područja, poticanjem obiteljskih gospodarstava te očuvanjem i razvojem tradicionalne proizvodnje. Obzirom na svjetski trend pojačane potražnje za takvim proizvodima uslijed sveprisutne globalizacije proizvodnje, proizvodi obilježeni oznakama zemljopisnog podrijetla/izvornosti postižu u pravilu veću tržišnu vrijednost. Zaštita oznaka zemljopisnog podrijetla/izvornosti kao, za razliku od većine ostalih prava intelektualnog vlasništva, kolektivnih prava potiče udruživanje proizvođača radi kontrole, održavanja i unapređenja proizvodnje, čime se doprinosi konkurentnosti tih proizvoda na tržištu. Time se ujedno štiti i potrošače od prijevarnog korištenja takvih oznaka na proizvodima koje ne potječu od proizvođača sa područja zaštićene oznake, niti su proizvedeni u skladu sa utvrđenim posebnim svojstvima proizvoda. Razlika između oznaka izvornosti i oznaka zemljopisnog podrijetla je u tome što su kriteriji za oznaku izvornosti stroži, te se kod oznaka izvornosti u pravilu zahtijeva da se proizvodnja, priprema i obrada proizvoda ili usluga u cijelosti odvija u naznačenom području.

### **Kako i gdje zaštititi oznaku zemljopisnog podrijetla/izvornosti?**

Zaštita oznake zemljopisnog podrijetla/izvornosti kao intelektualnog vlasništva ostvaruje se provođenjem odgovarajućeg postupka registracije oznake koju provodi za to nadležno tijelo, a pravo na njezino korištenje provedbom postupka upisa u registar korisnika. Osim definiranja zemljopisnog područja na koje se oznaka odnosi, pri zahtjevu za registraciju potrebno je i detaljno specificirati osobite kvalitete i svojstva koja proizlaze iz naznačenog podrijetla. Po registraciji same oznake zemljopisnog podrijetla/izvornosti, kako bi se ista mogla koristiti, potrebno je provesti postupak upisa

u registar korisnika. Ukoliko zbog strogih uvjeta zaštite proizvođači nisu u mogućnosti registrirati oznaku zemljopisnog podrijetla/izvornosti, kao i za zaštitu tijekom trajanja samog postupka registracije oznake zemljopisnog podrijetla/izvornosti, određeni opseg zaštite moguće je ostvariti i kroz zaštitu jamstvenog žiga. Postupak zaštite jamstvenog žiga jednostavniji je, a uvjeti za zaštitu su manje složeni od onih koji se traže za zaštitu oznake zemljopisnog podrijetla/izvornosti.

Postupke za zaštitu oznaka zemljopisnog podrijetla i oznaka izvornosti na teritoriju Hrvatske za poljoprivredne i prehrambene proizvode (hranu), vina i jaka alkoholna pića provodi Ministarstvo poljoprivrede, a za ostale proizvode i usluge Državni zavod za intelektualno vlasništvo.

Dok je zaštita oznaka zemljopisnog podrijetla/izvornosti nepoljoprivrednih proizvoda za koju je nadležan Državni zavod za intelektualno vlasništvo moguća isključivo na teritoriju Hrvatske, zaštita oznaka zemljopisnog podrijetla/izvornosti poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda kao i jakih alkoholnih pića i vina koju provodi Ministarstvo poljoprivrede se ostvaruje na cjelokupnom teritoriju Europske unije. Naime, nakon registracije oznake na teritoriju Hrvatske proizvođači trebaju putem Ministarstva poljoprivrede podnijeti zahtjev za registraciju Europskoj komisiji koja je nadležna za donošenje odluke o zaštiti oznaka na teritoriju Europske unije..

### **Oznake zemljopisnog podrijetla/izvornosti zaštićene u Hrvatskoj\***

*Registrirane oznake izvornosti poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda:*

*EKSTRA DJEVIČANSKO MASLINOVO ULJE CRES, OGULINSKI KISELI KUPUS/ZELJE, VARAŽDINSKO ZELJE, ISTARSKI PRŠUT.*

*Registrirane oznake zemljopisnog podrijetla poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda: VIROVITIČKA PAPRIKA, BARANJSKI KULEN, DALMATINSKI PRŠUT, DRNIŠKI PRŠUT, KRČKI PRŠUT, LIČKI KRUMPIR, MESO ZAGORSKOG PURANA, POLJIČKI SOPARNIK.*

*Registrirane oznake izvornosti jakih alkoholnih pića:*

*HRVATSKA LOZA, HRVATSKA STARA ŠLJIVOVICA, SLAVONSKA ŠLJIVOVICA, ZADARSKI MARASCHINO, PELINKOVAC i HRVATSKA TRAVARICA.*

*Zaštićene oznake izvornosti nepoljoprivrednih proizvoda:*

*PAŠKA, LEPOGLAVSKA I SVETOMARSKA ČIPKA.*

---

\*U vrijeme objave ovog izdanja.

## Kreativne industrije i uloga autorskih i srodnih prava

Autorska i srodna prava danas su temelj razvoja niza poslovnih djelatnosti koja imaju značajan potencijal za stvaranje nove vrijednosti i radnih mjesta. Budući da su kreativne industrije, osobito s obzirom na mogućnosti današnjih digitalnih tehnologija, izložene riziku kopiranja, zaštita autorskih i srodnih prava te odgovor na izazove razvoja tehnologije ima izniman značaj za održavanje i razvoj potencijala kreativnih poduzeća. Uređenje i upravljanje autorskim i srodnim pravima ima značajnu ulogu i u određivanju doprinosa i pripadajućih prava različitih sudionika u kreativnim djelatnostima, te u njihovom odnosu prema korisnicima odnosno javnosti.

Autorsko pravo je pravo koje pripada autorima (stvarateljima) djela iz književnog, znanstvenog ili umjetničkog područja, a koje im daje isključivo pravo korištenja svog djela, te pravo da isključivo svakog drugog od tog korištenja. Pri tome je važno istaći da su predmet autorskog prava izražaji a ne ideje, postupci, metode rada ili matematički koncepti kao takvi.

Autor djela je uvijek fizička osoba koja je djelo stvorila, dok pravna osoba u pravilu autorsko pravo može steći isključivo pravnim poslom. Za razliku od prethodno spomenutih prava intelektualnog vlasništva (patenta, žiga, i dizajna, koji pripadaju podskupini tzv. industrijskog vlasništva) autorsko pravo pripada autoru izravno, samim činom stvaranja autorskog djela, te za stjecanje tog prava nije potrebno provesti bilo kakav administrativni registracijski postupak. Prava koja pripadaju autoru mogu se svrstati u dvije skupine - moralna, koja su u pravilu neotuđiva, te imovinska prava koja mogu biti predmet pravnih poslova.

U autorskom pravu srodna prava ubrajaju se prava umjetnika-izvođača na njihovim izvedbama, prava proizvođača fonograma, prava filmskih producenata, prava organizacija za radiodifuziju, prava nakladnika na njihovim izdanjima te prava proizvođača baze podataka. Nositelji srodnih prava uživaju prava koja su u nekim elementima vrlo slična autorskim pravima, ali su u pravilu od njih ograničenija.

Nositelji autorskih i srodnih prava svoja prava mogu iskorištavati individualno i kolektivno, pri čemu je za neka prava način ostvarivanja propisan. Ako se radi o korištenju pojedinačnog autorskog djela, kao što je npr. izdavanje knjige, autor može sam ili putem svog zastupnika sklopiti pojedinačni autorskopравни ugovor i obaviti sve druge potrebne poslove ostvarivanja svog autorskog prava. Međutim, kada se radi velikom broju djela, koja k tome koristi veliki broj korisnika, autor nije u mogućnosti za svako djelo, sa svakim pojedinim korisnikom, sklopiti pojedinačni ugovor. U takvim slučajevima i za autora i za korisnike djela prikladnije je kolektivno ostvarivanje prava, gdje udruga autora ili drugih nositelja prava daje odobrenje za korištenje svih djela, te prikuplja i raspodjeljuje naknade autorima ili drugim nositeljima prava prema raspoloživim podacima o korištenju djela i utvrđenim pravilima raspodjele. Kolektivno ostvarivanje prava obavljaju udruge nositelja prava koje udovoljavaju zakonskim pretpostavkama za tu djelatnost, te posjeduju odgovarajuće odobrenje od nadležnog tijela (u Hrvatskoj je to DZIV). Kod kolektivnog ostvarivanja prava naknada za korištenje predmeta zaštite utvrđuje se u pravilu ugovorom između udruge za kolektivno ostvarivanje prava i korisnika predmeta zaštite, odnosno udruge ili komore korisnika predmeta zaštite. Ukoliko naknada nije utvrđena na ovaj način, ista se plaća prema odgovarajućem cjeniku udruge za kolektivno ostvarivanje prava, koji se donosi sukladno propisanom postupku.

Autorsko pravo traje za života autora i 70 godina nakon njegove smrti, nakon čega djelo ulazi u javnu domenu i može se slobodno koristiti. Srodna prava u pravilu traju 50 godina od izvedbe, izdanja ili priopćavanja javnosti, uz značajnu iznimku trajanja zaštite prava proizvođača baze podataka od 15 godina.

*Detaljnije o upotrebi autorskog prava i srodnih prava u poslovanju kreativnih poduzeća možete saznati u publikaciji „Upravljanje kreativnim poduzećima“ hrvatskom izdanju publikacije “Managing Creative Enterprises“ Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo, namijenjene poduzetnicima.*

## **Udruge za kolektivno ostvarivanje autorskog i srodnih prava**

U Hrvatskoj postoji osam udruga koje su ovlaštene za kolektivno ostvarivanje autorskog i srodnih prava. Sukladno postojećem sustavu, udruge u pravilu na temelju ugovora o reciprocitetu s odgovarajućim inozemnim udrugama prikupljaju naknade i za domaće i za strane nositelje prava.

### **Udruge ovlaštene za kolektivno ostvarivanje autorskog i srodnih prava u Hrvatskoj su sljedeće:**

- *Hrvatsko društvo skladatelja (HDS) obavlja djelatnost kolektivnog ostvarivanja autorskih glazbenih prava ( putem svoje službe ZAMP),*
- *Hrvatska udruga za zaštitu izvođačkih prava (HUZIP) obavlja djelatnost kolektivnog ostvarivanja prava izvođača,*
- *Udruga za zaštitu, prikupljanje i raspodjelu naknada fonogramskih prava (ZAPRAF) obavlja djelatnost kolektivnog ostvarivanja prava proizvođača fonograma,*
- *Društvo hrvatskih filmskih redatelja (DHFR) obavlja djelatnost kolektivnog ostvarivanja autorskih prava u audiovizualnim djelima i prava filmskih redatelja,*
- *Udruga za zaštitu prava nakladnika (ZANA) obavlja djelatnost kolektivnog ostvarivanja prava nakladnika na naknadu za reproduciranje za privatno korištenje,*
- *Društvo hrvatskih književnika (DHK) obavlja djelatnost kolektivnog ostvarivanja prava na javnu posudbu i djelatnost kolektivnog ostvarivanja prava autora na naknadu za reproduciranje za privatno korištenje (reprografiju),*
- *Društvo za zaštitu novinarskih autorskih prava (DZNAP) obavlja djelatnost kolektivnog ostvarivanja prava novinara u tzv. press clipping servisima i internetskim portalima ,*
- *Hrvatska udruga za zaštitu prava likovnih umjetnika “ARS CROATICA“ obavlja djelatnost kolektivnog ostvarivanja prava slijeđenja pri preprodaji likovnog djela.*

## Članstvo Hrvatske u Europskoj uniji i promjene u zaštiti intelektualnog vlasništva i poslovanju

### *Neposredni učinci na zaštitu prava*

Pozitivan učinak članstva Hrvatske u Europskoj uniji ogleda se prvenstveno u ulasku u sustav unitarnih prava intelektualnog vlasništva na teritoriju Europske unije - tzv. žiga Zajednice (očekivanog budućeg imena Europski žig ili Žig Europske unije) i industrijskog dizajna Zajednice. Iako se radi o otvorenim sustavima koji su i ranije bili dostupni poduzećima i pojedincima iz Hrvatske, zaštitom žigom Zajednice odnosno dizajnom Zajednice nije bila obuhvaćena Hrvatska, u kojoj je zaštitu bilo potrebno provesti putem drugih raspoloživih sustava (nacionalnim ili međunarodnim). Međutim, od 1. srpnja 2013. zaštitom žiga Zajednice odnosno registriranog dizajna Zajednice obuhvaćena je i Hrvatska kao dio Europske unije, čime se provedbom jedinstvenog postupka zaštite osigurava zaštita na ukupnom jedinstvenom tržištu. Pri tome je značajan dio postupaka i servisa Ureda za harmonizaciju na unutarnjem tržištu (pod kojim nazivom djeluje tijelo Europske unije nadležno za zaštitu žiga i dizajna Zajednice, izvorne kratice OHIM) dostupan na hrvatskom jeziku, a baze podataka OHIM-a sadržavaju i sve podatke vezane uz Hrvatsku. Pristupanjem Europskoj uniji u Hrvatskoj se primjenjuje i novo pravo intelektualnog vlasništva – neregistrirani dizajn Zajednice. Ovo pravo se stječe bez formaliziranog postupka registracije, odgovarajućim otkrivanjem dizajna javnosti na području Europske unije, koje od 1. srpnja uključuje i Hrvatsku. Prava temeljem neregistriranog dizajna uža su od prava koja proizlaze iz registriranog dizajna i odnose se na zabranu uporabe koja proizlazi iz umnožavanja zaštićenog dizajna. Uvođenje neregistriranog dizajna utjecat će na one proizvodne grane za koje je karakteristična stalna dinamična promjena dizajna proizvoda (npr. modna industrija odnosno proizvodnja odjeće i obuće).

U području patenata članstvo Hrvatske u Europsku uniju nije donijelo značajnijih neposrednih učinaka, s obzirom da se postojeći sustav Europskog patenta<sup>1</sup> temelji na Europskoj patentnoj konvenciji kao međunarodnom pravnom instrumentu neovisnom o zakonodavstvu Europske unije, te je Hrvatska punopravna članica tog sustava još od 2008. godine. Neposredan učinak članstva Hrvatske u području patente zaštite ogleda se u uvođenju od 1. srpnja 2013. novog instituta - svjedodžbe o dodatnoj zaštiti za lijekove namijenjene ljudima ili životinjama, odnosno za sredstava za zaštitu bilja. Ovim novim institutom omogućeno je produženje trajanja zaštite temeljnog patenta priznatog za ove vrste proizvoda za čije je stavljanje u promet potrebno odobrenje nadležnog državnog tijela. Time se nositelju temeljnog patenta nadoknađuje vrijeme tijekom kojeg nije mogao staviti svoj proizvod na tržište zbog obveze dugotrajnih ispitivanja nužnih za njegovu registraciju. Uvođenje instituta svjedodžbe o dodatnoj zaštiti pogoduje farmaceutskim i dijelu kemijskih tvrtki koje svoje poslovanje temelje na vlastitom istraživanju i razvoju.

Važna neposredna posljedica članstva u Europskoj uniji, koja se odnosi na sve oblike zaštite intelektualnog vlasništva, jest promjena teritorija na kojem vrijedi načelo tzv. iscrpljenja prava intelektualnog vlasništva, a koja je sada proširena na ukupni teritorij EU-a. Navedeno načelo podrazumijeva da nositelj prava ne može zabraniti daljnju distribuciju proizvoda koji sadrži predmet prava intelektualnog vlasništva na teritoriju na čijem ga je tržištu prvi put stavio u promet.

---

<sup>1</sup>Tijelo nadležno za postupke zaštite Europskog patenta je Europski patentni ured

### ***Posredni učinci na poslovanje***

Uz navedene neposredne učinke na mogućnosti zaštite intelektualnog vlasništva, članstvo Hrvatske u Europskoj uniji proizvodi i neke posredne učinke na poslovanje u Hrvatskoj. Najvažniji od njih je jednokratno znatno povećanje broja zaštićenih prava žiga i industrijskog dizajna na teritoriju Hrvatske. Zbog ulaska u sustav žiga Zajednice broj žigova u važenju u Hrvatskoj povećao se u trenutku ulaska u Europsku uniju za preko 800 000, što predstavlja višestruko povećanje od broja žigova koji su prethodno bili u važenju. Odgovarajuće povećanje broja prava registriranog industrijskog dizajna još je izrazitija, s obzirom na relativno mali prethodni broj prava registriranog industrijskog dizajna u Hrvatskoj. Osobito je važno istaći da je navedenim povećanjem broja prava industrijskog vlasništva u Hrvatskoj znatno sužen prostor za poslovno djelovanje bez prethodne provjere moguće povrede prava drugih strana, čime raste potreba za učinkovitim upravljanjem pravima intelektualnog vlasništva od strane domaćih poduzeća.

S obzirom na slobodu kretanja roba i usluga na zajedničkom tržištu, članstvo Hrvatske u Europskoj uniji očekivano će povećati interes za provedbu i već ranije postojećih prava intelektualnog vlasništva u Hrvatskoj, u odnosu na raniju situaciju kada taj interes nije bio tako izražen s obzirom na zasebno relativno malo nacionalno tržište.

**Detaljnije o različitim oblicima intelektualnog vlasništva i njihovoj zaštiti možete saznati u slijedećim brošurama koje čine sadržajnu cjelinu s ovim kratkim vodičem:**

„Izumima do budućnosti“, hrvatsko izdanje publikacije “Inventing the future“ *Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo, namijenjene poduzetnicima*

„Stvaranje žiga“, hrvatsko izdanje publikacije “Making a mark“ *Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo, namijenjene poduzetnicima*

„Dobar izgled“, hrvatsko izdanje publikacije “Looking Good“ *Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo, namijenjene poduzetnicima.*

„Upravljanje kreativnim poduzećima“ hrvatsko izdanje publikacije “Managing Creative Enterprises“ *Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo, namijenjene poduzetnicima.*

**Opće informacije o intelektualnom vlasništvu možete pronaći na slijedećim internetskim stranicama:**

[www.dziv.hr](http://www.dziv.hr)

Internetska stranica Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo (DZIV), najpotpuniji izvor informacija o zaštiti intelektualnog vlasništva u Republici Hrvatskoj

[www.wipo.int](http://www.wipo.int)

Portal Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo (*World Intellectual Property Organization – WIPO*), obuhvaća sva područja međunarodnog sustava intelektualnog vlasništva.

[www.wipo.int/sme/en/](http://www.wipo.int/sme/en/)

Potportal internetske stranice Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo s vrlo korisnim sadržajima namijenjenim malom i srednjem poduzetništvu

[www.epo.org](http://www.epo.org)

Internetska stranica Europskog patentnog ureda (*European Patent Office – EPO*), izvršnog tijela Europske patentne organizacije koje je i Hrvatska članica, jedan od najznačajnijih izvora patentnih informacija

[oami.europa.eu](http://oami.europa.eu)

Internetska stranica Ureda za harmonizaciju na unutarnjem tržištu (*Office for Harmonization in the Internal Market - OHIM*), tijela Europskog unije neposredno nadležnog za zaštitu žiga Zajednice i industrijskog dizajna Zajednice, te nadležnog za druga pitanja zaštite prava intelektualnog vlasništva na zajedničkom tržištu Europske unije.

**Za više informacija obratite se na:**

Informacijski centar za intelektualno vlasništvo (INCENTIV),

Državni zavod za intelektualno vlasništvo

Ulica grada Vukovara 78, Zagreb

tel.: (01) 6109 825

faks: (01) 6112 017

el.pošta: info@dziv.hr





**Ministarstvo poduzetništva i obrta**

Ulica grada Vukovara 78

10000 Zagreb

Tel.: 01 610 61 11

Fax.: 01 610 69 21

[provedba@minpo.hr](mailto:provedba@minpo.hr)

[www.minpo.hr](http://www.minpo.hr)



**Središnja agencija za financiranje i ugovaranje  
programa i projekata Europske unije**

Ulica grada Vukovara 284 (objekt C)

10000 Zagreb

Tel.: 01 459 12 45

Fax.: 01 459 10 75

[info@safu.hr](mailto:info@safu.hr)

[www.safu.hr](http://www.safu.hr)



**Poboljšavanje informiranosti hrvatske poslovne zajednice**

**BIZimpact II**

Savska cesta 41/VI kat

10000 Zagreb

Tel.: 01 798 0982

Fax.: 01 798 0982

[info@bizimpact.hr](mailto:info@bizimpact.hr)

[www.bizimpact.hr](http://www.bizimpact.hr)

**Za dodatne informacije o EU fondovima posjetite:**

[www.strukturnifondovi.hr](http://www.strukturnifondovi.hr)



DZIV