



FUNDACJA
nowoczesna
Polska



PRAWO KULTURY



Trust for Civil Society
in Central and Eastern Europe

KRÓTKI KURS WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ MATERIAŁY DLA UCZELNI





Wykład 6.

Bazy danych Zwalczanie nieuczciwej konkurencji



FUNDACJA
nowoczesna
Polska



PRAWO KULTURY



Trust for Civil Society
in Central and Eastern Europe

Bazy danych

Bazy danych to szczególna kategoria dóbr intelektualnych. Przykładem takich baz są elektroniczne bazy danych pojazdów mechanicznych, strony internetowe z rozbudowanymi linkami, szczegółowe terminarze meczów narodowych lig piłki nożnej, bazy danych o wirusach, wykorzystywane przez oprogramowanie antywirusowe.

Nie każda baza danych będzie podlegać ochronie prawnej, musi bowiem stanowić:

- 1) **zbiór**
- 2) **danych** lub **jakichkolwiek innych materiałów i elementów**
- 3) zgromadzonych według **określonej systematyki lub metody**
- 4) **indywidualnie dostępnych w jakikolwiek sposób**, w tym środkami elektronicznymi
- 5) **wymagający istotnego**, co do jakości lub ilości, **nakładu inwestycyjnego** w celu sporządzenia weryfikacji lub prezentacji jego zawartości



Warto pamiętać, że:

- bazy danych **nie wymagają rejestracji** i podlegają ochronie wprost na podstawie ustawy o ochronie baz danych
- uprawnionym do bazy danych jest jej **producent, czyli podmiot, który poniósł ryzyko nakładu inwestycyjnego** przy tworzeniu bazy danych. Takie prawo można sprzedać komuś innemu
- producentem jest osoba, której nazwisko lub nazwę w tym charakterze uwidoczniono na egzemplarzach bazy danych lub podano do publicznej wiadomości



Uprawnienia producenta bazy danych

Producent posiada on **wylącznie prawo** do tzw. pobierania danych oraz do wtórnego ich wykorzystania w całości lub w istotnej części, co do jakości lub ilości.

- przykładem **pobierania danych** może być skopiowanie całej bazy danych na własny nośnik
- przykładem **wtórnego wykorzystania** będzie np. publiczne udostępnienie bazy danych na stronie internetowej np. porównywarka cen, która za pośrednictwem strony www umożliwia klientom korzystanie z elektronicznych baz danych w celu odszukania i zakupu produktów w najniższej cenie

Warto pamiętać, że:

- producent bazy danych może zakazać podejmowania takich czynności innym osobom, chyba że uzyskają one od niego zgodę. Z reguły zgoda ta przyjmie postać odpłatnej licencji
- istnieją nieliczne wyjątki od tej zasady - np. użytkownik bazy danych może pobierać lub wtórnie wykorzystywać **niewielkie (tzw. nieistotne) części jej zawartości**, o ile nie narusza to tzw. „normalnego korzystania” z baz danych lub nie godzi w słuszne interesy producenta baz danych
- ponadto można bez zgody producenta korzystać z rozpowszechnionej bazy danych:
 - do **własnego użytku osobistego**, ale tylko z zawartości nieelektronicznej bazy danych
 - w charakterze **ilustracji**
 - **w celach dydaktycznych lub badawczych**, ze wskazaniem źródła, jeżeli takie korzystanie jest uzasadnione niekomercyjnym celem, dla którego wykorzystano bazę
 - **do celów bezpieczeństwa wewnętrznego, postępowania sądowego lub administracyjnego**



Czas ochrony baz danych



Czas trwania ochrony bazy danych wynosi **piętnaście lat** następujących po roku, w którym baza danych została sporządzona lub udostępniona publicznie po raz pierwszy.

Jednakże gdy dojdzie do istotnej zmiany treści bazy danych, w tym jej uzupełnienia, zmiany lub usunięcia jej części, okres ochrony tej bazy ulega przedłużeniu.

W przypadku częstych modyfikacji bazy danych ochrona może więc w praktyce być bezterminowa.



Naruszenie prawa do bazy danych



Producentowi, którego prawa do bazy danych zostały naruszone, przysługują różne roszczenia. Może żądać od naruszydiciela m. in **usunięcia skutków naruszenia** lub **naprawienia wyrządzonej szkody**. Ponadto naruszenie prawa ochronnego jest **wykroczeniem**. Osoba, która w celu osiągnięcia korzyści majątkowych, bez uprawnienia lub wbrew jego warunkom, pobiera dane lub wtórnie je wykorzystuje, podlega **karze grzywny**.

Jeżeli baza danych jest równocześnie utworem, czyli oprócz poniesionej inwestycji zawiera wkład twórczy, to **jest ona chroniona zarówno przez prawo autorskie, jak i regulacje chroniące bazy danych**.



Zwalczanie nieuczciwej konkurencji



Własność przemysłowa jest chroniona także przez regulacje służące **zapobieganiu oraz zwalczaniu nieuczciwej konkurencji** w działalności gospodarczej. Przykładem takich nieuczciwych działań jest podrabianie towarów i wprowadzanie w błąd klientów co do ich pochodzenia.

Chodzi nie tylko o ochronę uprawnionych z praw własności przemysłowej, ale także o **zabezpieczenie interesu publicznego oraz klientów**.



Warto pamiętać, że:

- czynem nieuczciwej konkurencji są nie tylko działania **sprzeczne z prawem** (np. naruszenie prawa ochronnego ze znaku towarowego), ale także działania **sprzeczne z dobrymi obyczajami** (np. nieetyczne działania skierowane względem konkurencyjnego przedsiębiorcy).
- regulacje te mają również charakter prewencyjny; nie musi dojść do naruszenia interesu innego przedsiębiorcy lub klienta, wystarczy, że zagrażają one tym interesom

Wiele przepisów regulujących zwalczanie nieuczciwej konkurencji może zostać wykorzystanych dla potrzeb ochrony własności przemysłowej. Poniżej przedstawiono najbardziej charakterystyczne przykłady:

1. Wprowadzanie w błąd co do tożsamości przedsiębiorstwa

Na podstawie regulacji służących zwalczaniu nieuczciwej konkurencji można skutecznie bronić się przed działaniem konkurenta, który **zacznie używać naszych nazw handlowych**, np. firmy czy innego charakterystycznego symbolu służącego do oznaczania naszego przedsiębiorstwa. Możemy dochodzić ochrony na tej podstawie jeżeli wcześniej zaczęliśmy używać tej nazwy.

2. Nieuczciwe oznaczanie towarów lub usług

Zdarza się, że producenci oznaczają swoje towary (bądź ich opakowania) czy usługi w taki sposób, że wprowadza to w błąd klientów. Jednym z częstych naruszeń jest **upodabnianie towarów do bardziej renomowanych**, które sprzedaje konkurencyjny producent.

3. Podróbki

Chodzi o przypadek naśladowania gotowego produktu, polegającego na tym, że za pomocą technicznych środków reprodukcji jest **kopiowana zewnętrzna postać produktu**. Działanie takie jest czynem nieuczciwej konkurencji, jeżeli może wprowadzić klientów w błąd co do tożsamości producenta lub produktu.

4. Naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa

Tajemnica przedsiębiorstwa to **nieujawnione do wiadomości publicznej informacje techniczne, technologiczne, organizacyjne przedsiębiorstwa lub inne informacje posiadające wartość gospodarczą**, co do których przedsiębiorca podjął niezbędne działania w celu zachowania ich poufności. W praktyce niezbędne jest ich odpowiednie oznaczanie, jako stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa.

5. Nieuczciwa reklama

Przepisy przewidują istotne ułatwienie dowodowe dla osoby, która zarzuca innej prowadzenie nieuczciwej reklamy. Prawdziwości oznaczeń lub informacji umieszczanych na towarach albo ich opakowaniach lub wypowiedzi zawartych w reklamie musi wykazać osoba, której zarzuca się czyn nieuczciwej konkurencji związany z wprowadzeniem w błąd, np. to właśnie przedsiębiorca, które reklamuje swoje towary jako najlepsze na rynku, musi posiadać dowody na takie twierdzenie (mogą nimi być np. wyniki badań satysfakcji klientów albo niezależne testy konsumenckie).

Działaniem niedozwolonym będzie prowadzenie reklamy:

- sprzecznej z przepisami prawa, dobrymi obyczajami lub uchybiającej godności człowieka
- wprowadzającej klienta w błąd i mogącej przez to wpłynąć na jego decyzję co do nabycia towaru lub usługi
- odwołującej się do uczuć klientów przez wywoływanie lęku, wykorzystywanie przesądów lub łatwowierności dzieci
- ukrytej czyli wypowiedzi, która, zachęcając do nabywania towarów lub usług, sprawia wrażenie neutralnej informacji
- stanowiącej istotną ingerencję w sferę prywatności



Odpowiedzialność cywilnoprawna



Przepisy przewidują środki zarówno o charakterze **represyjnym**, jak i **prewencyjnym**.
W razie dokonania czynu nieuczciwej konkurencji, przedsiębiorcy, którego interes został zagrożony lub naruszony, przysługuje **szereg roszczeń w stosunku do naruszydciela**. Może on m. in. żądać **zaniechania** niedozwolonych działań, **usunięcia ich skutków** czy **odszkodowania lub wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści**.

Sąd, na wniosek uprawnionego, może orzec również o wyrobach, ich opakowaniach, materiałach reklamowych i innych przedmiotach bezpośrednio związanych z popełnieniem czynu nieuczciwej konkurencji.



Dziękujemy za uwagę.

Wszystkie zagadnienia poruszane na dzisiejszych zajęciach znajdują się w **rozdziale 6** podręcznika dostępnego na stronie: <http://prawokultury.pl/kurs/>

Prezentację opracowała Magdalena Biernat na podstawie podręcznika *Krótki kurs własności intelektualnej. Materiały dla uczelni*
<http://prawokultury.pl/kurs/>

