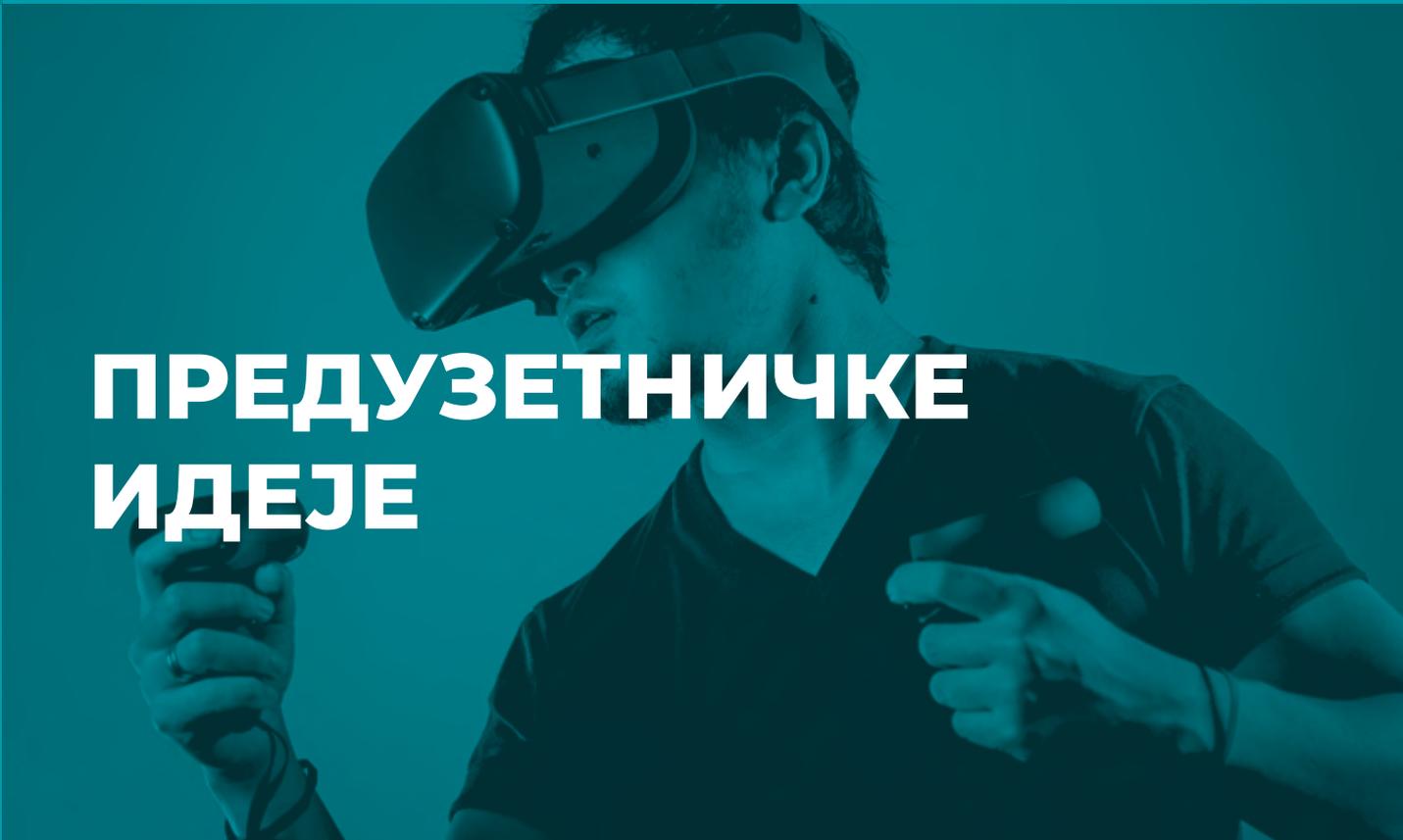




Едиција:

Интелектуална својина за успешно
пословање број 6



ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ ИДЕЈЕ



Водич о интелектуалној
својини за стартапе

Едиција:

Интелектуална својина за успешно пословање, број 6

Предузетничке идеје

Водич о интелектуалној својини за стартапе

Публикације у оквиру едиције „Интелектуална својина за успешно пословање“

- 1. Како се ствара жиг**
Увод у жигове за мала и средња предузећа
WIPO, публикација бр.900.1
- 2. Допадљив изглед**
Увод у индустријски дизајн за мала и средња предузећа
WIPO, публикација бр.498.1
- 3. Проналазећи будућност**
Увод у патенте за мала и средња предузећа
WIPO, публикација бр.917.1
- 4. Креативни израз**
Увод у ауторско и сродна права за мала и средња предузећа
WIPO, публикација бр.918
- 5. У добром друштву**
Управљање аспектима интелектуалне својине у франшизингу
WIPO, публикација бр.1035
- 6. Предузетничке идеје**
Водич о интелектуалној својини за стартапе
WIPO, публикација бр. 961

Превод на српски језик © Завод за интелектуалну својину Републике Србије, 2022

Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

За увид у Creative Commons лиценцу, посетите следећу интернет страницу:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Издавач:



Завод за
интелектуалну својину
Републике Србије

Завод за интелектуалну својину

Кнегиње Љубице 5

11 000 Београд

ISBN-978-86-7811-056-6

Original English:

Enterprising Ideas: A Guide to Intellectual Property for Startups, © World Intellectual Property Organization (WIPO) © WIPO, 2021

First published 2021

Ово издање је преведено и адаптирано уз дозволу Светске организације за интелектуалну својину (WIPO), власника ауторског права на основу оригиналне верзије водича на енглеском језику.

Секретаријат WIPO не преузима одговорност у погледу трансформације или превода оригиналног садржаја.

Превод са енглеског је урадила:

Ангелина Миловановић

Адаптацију оригиналног издања за територију Републике Србије урадила је Јована Јоксимовић, адвокат и IP officer на пројекту „Технопарк Србија 2 – Подстицање извоза кроз развој технолошких паркова“, који спроводи Научно-технолошки парк Београд уз подршку Владе Швајцарске.

У изради Водича, кроз достављање информација и својих коментара помогли су Данијела Златић Шутић, в.д. помоћник директора Завода за интелектуалну својину Републике Србије, Бојан Миленковић, координатор за подршку развоју иновација у Научно-технолошком парку Београд, Наташа Миловановић, начелник Одељења за машинство, електротехнику и општу технику Завода за интелектуалну својину.

Подршку Заводу за интелектуалну својину у изради и промоцији Водича пружили су Швајцарски федерални институт за интелектуалну својину и Научно-технолошки парк у Београду.



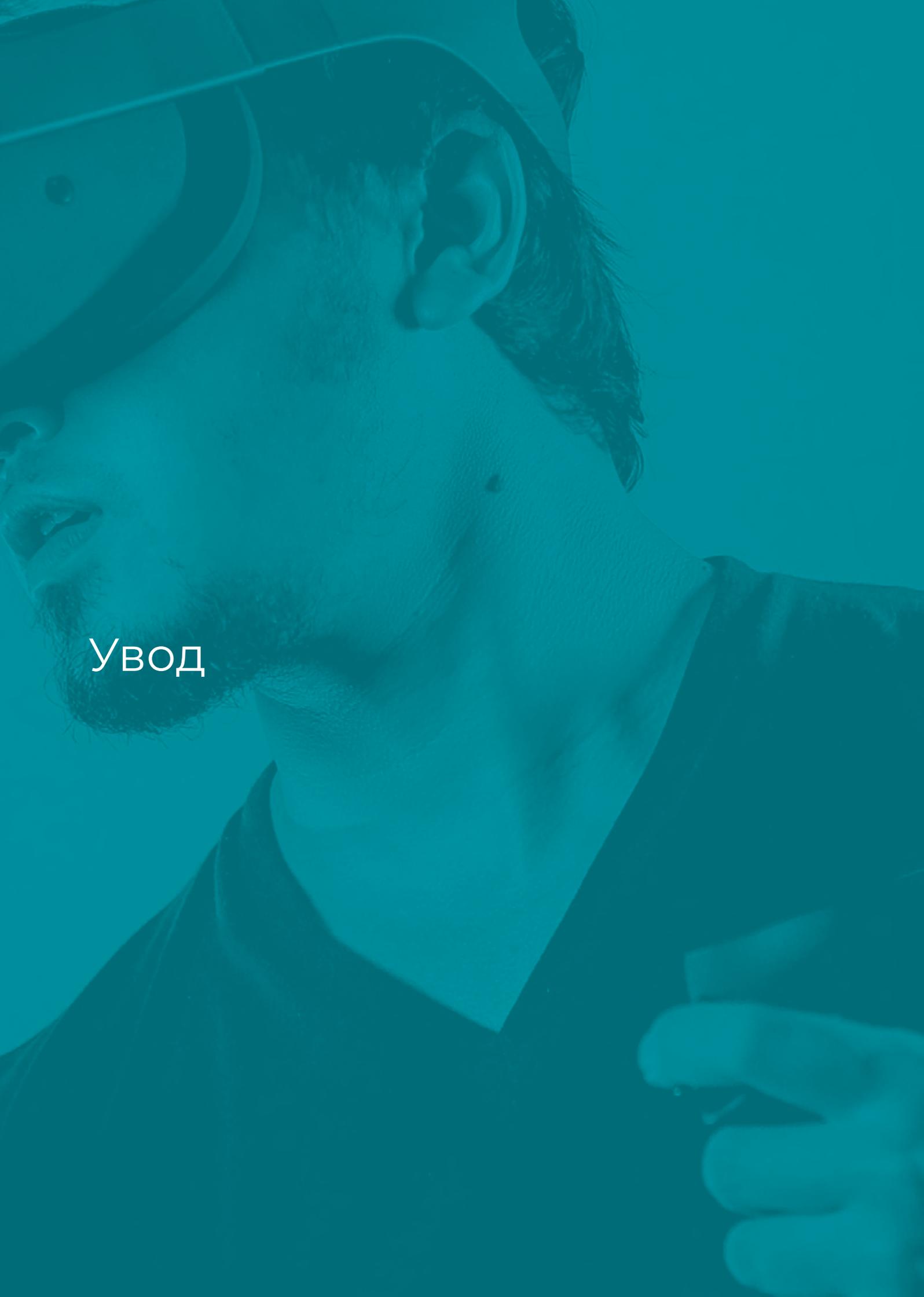
```
<Link href={url} />
) : (
  <Link href={url} />
)
new code={code}
de ? (
v>
<Editor code={code} />
<button type="button" />
  Hide code
</button>
</div>
<button type="button" />
  Show code
</button>
)
v>
```

Садржај

Листа скраћеница	8
Увод	9
Сврха и циљеви водича	10
Шта је „интелектуална својина“?	10
Стартап који ствара ИС и стартап који користи ИС	12
Ниво технолошке спремности (TRL)	15
Пословни модел и пословни план	16
Заштита ваше иновације	18
Стицање права на патент	19
Заштита пословних тајни	24
Заштита ауторског права	25
Стварање препознатљивости вашег производа на тржишту	26
Стицање права на жиг	27
Називи интернет домена	29
Заштита индустријског дизајна	30
Излазак на међународно тржиште	32
Подношење међународне пријаве патента	33
Подношење пријаве за међународно признање жига	35
Подношење пријаве за међународну регистрацију индустријског дизајна	38
Међународна заштита ауторског права	41
Остали стратешки начини коришћења интелектуалне својине	42
Лиценцирање	43
Пренос права интелектуалне својине	48
Приступ изворима финансирања	48
Повећање вредности стартапа	51
Привлачење партнера и сарадника	54
Управљање ризицима	56
Јасно дефинисање власништва и права коришћења	57
Спречавање покретања судских спорова	58
Слобода пословања (FTO)	58
Уштеда времена и ресурса	60
Коришћење база интелектуалне својине	62
Базе патената	63
Базе жигова и индустријског дизајна	66
Ауторско право	67
Називи интернет домена	67
Ревизија интелектуалне својине	68
Прилог 1: Пружаоци услуга	72
Прилог 2: Извори	76

Листа скраћеница

API	интерфејс за програмирање апликација
ASPI	приступ специфичним информацијама о патенту
ARIPO	Афричка регионална организација за интелектуалну својину
B2B	трансакција између пословних субјеката
BOIP	Завод за интелектуалну својину Бенелукса
ccTLD	национални интернет домен највишег нивоа
CPC	кооперативна класификација патената
CRM	управљање односима са купцима
EUIPO	Завод за интелектуалну својину Европске уније
FFF	финансирање од стране оснивача, породице и пријатеља
FTO	слобода пословања
gTLD	генерички интернет домен највишег нивоа
ICANN	Интернет корпорација за додељене називе и бројеве
ИС	интелектуална својина
IPC	Међународна класификација патената
LP	партнер са ограниченом одговорношћу
NASA	Национална ваздухопловна и свемирска администрација
OAPI	Афричка организација за интелектуалну својину
OEM	произвођач оригиналне опреме
PCT	Уговор о сарадњи у области патената
R&D	истраживање и развој
RUL	остатак корисног века трајања
SDK	пакет алата за развој софтвера
SHA	уговор чланова друштва/акционара
TISC	Центар за подршку технолошког развоја и иновација
TLD	домен највишег нивоа
TRL	степен технолошке спремности
TTO	центар за трансфер технологије
UDRP	Јединствена правила за решавање спорова о називима интернет домена
VC	предузетнички капитал
WIPO	Светска организација за интелектуалну својину



Увод

Сврха и циљеви водича

Оснивање успешног привредног субјекта (привредног друштва и предузетника) често се може повезати са једном добром идејом. Та идеја је вероватно прешла дуг и компликован пут од лабораторије до тржишта и преживела, док су друге добре идеје одбачене јер су слични производи већ постојали на тржишту, недостајала им је тржишна атрактивност или је њихова реализација коштала више него што би тржиште могло да поднесе. Систем интелектуалне својине (ИС)¹ има важну улогу током овог пута. Дакле, интелектуална својина привредног субјекта би требало да буде интегрални део и потпора његове пословне стратегије.

Систем интелектуалне својине омогућава иноваторима да контролишу судбину својих иновација. Захваљујући правима интелектуалне својине привредни субјекти могу да се заштите од имитатора и створе препознатљив идентитет који доприноси јачању њихове тржишне позиције. Примена добрих пракси управљања интелектуалном својином подједнако је значајна у свим фазама животног циклуса привредног субјекта, током оснивања, ширења пословања, трагања за инвеститорима, изградње односа са партнерима и сарадницима, и запошљавања радне снаге. Интелектуална својина је такође релевантна и када стартапове преузимају други привредни субјекти или, нажалост, када падну у стечај. Систем интелектуалне својине је и извор важних техничких и пословних података који су од непроцењиве вредности за доношење адекватних одлука током пословног циклуса привредног субјекта.

Стартапи би требало да подједнако буду свесни да им систем интелектуалне својине, поред његовог доприноса јачању конкурентности, може помоћи и у управљању ризицима. Стартап који занемарује интелектуалну својину може извршити повреду туђих права интелектуалне својине, бити онемогућен да приступи интернет доменима који су већ заузети или изгубити кључна интелектуална добра, јер су други привредни субјекти пре њега поднели захтев за заштиту. Такве грешке могу бити фаталне.

Ова публикација пружа смернице о томе на који начин стартапи могу користити систем интелектуалне својине да би сачували конкурентност и разумели ризике који могу настати као последица занемаривања његовог зна-

чаја. У њеном фокусу је стартап који покушава да на тржиште пласира решење засновано на технолошкој иновацији, али би принципи требало да буду подједнако корисни и стартапима који се не баве технологијама, али имају нову маркетиншку идеју, покривају одређену тржишну нишу или пружају иновативну услугу. Систем интелектуалне својине нуди понешто свим стартапима, иако је јасно да поједини од њега имају више користи од других.

Шта је „интелектуална својина“?

Појам интелектуалне својине у ширем смислу означава творевине ума. Такве творевине су законом препознате као својина која може бити у власништву творца, уколико су испуњени законом прописани услови. Упркос томе што у међународним уговорима постоји широка сагласност међу земљама у погледу прописаних услова, ипак постоје извесне разлике у тумачењу и примени ових права.

Под творевинама ума подразумевамо идеје о новим производима, нове начине обављања активности, атрактиван дизајн, препознатљиве пословне знакове и уметничка дела као што су музика, песме, слике и скулптуре. Оне су по својој природи нематеријалне с обзиром на то да идеју не можемо додирнути, држати или видети, иако можемо додирнути, држати или доживети њен израз. Неопипљивост такве својине утиче на стварање недостатка и предности који су јединствени. Будући да су идеје нематеријалне, тешко је спречити друге да их присвоје или репродукују. Такође, многи људи могу истовремено користити експресију идеје а да то не доведе до њиховог исцрпљивања или умањења њиховог квалитета. Узмимо као пример песму. Тешко могу спречити друго лице да копира песму коју сам написао, али многи људи могу истовремено уживати у мојој песми. Захваљујући законима у области интелектуалне својине идеје добијају материјални облик, будући да они омогућавају творцима да постану власници својих иновативних идеја и креативних творевина, под условом да су испуњени законски критеријуми.

Када идеја достигне стадијум у којем се очекује да ће постати основа развоја производа или услуге са комерцијалним потенцијалом, важно је што пре сагледати како интелектуална својина

може олакшати њен пут до тржишта. У наставку су укратко описани најзначајнији инструменти система интелектуалне својине.

Патенти

Патент представља искључиво право које држава признаје за проналазак који је нов, има инвентивни ниво и може се применити у индустрији. Он даје свом носиоцу законско право да изузме или спречи друге да производе, користе, нуде на продају, продају или увозе производ или примењују поступак рада који су засновани на патентираним проналаску.

Патент се признаје у националном заводу за патенте или регионалном заводу за патенте који представља групу земаља. Трајање патента је временски ограничено, обично на максимално до 20 година, рачунајући од датума подношења пријаве, под условом да носилац патента благовремено плаћа таксе прописане за одржавање признатог права. Патент је територијално ограничено право које важи у оквиру граница земље или региона у којој је патент признат. Како би стекли право на патент, од подносилаца пријава се захтева да у писаној форми доставе детаљан, тачан и комплетан опис својих проналаска². Патентну документацију (објављене патентне пријаве и/или признати патенти) објављују заводи широм света и она представља примарни извор информација о патентима. Последице, јавно доступне колекције патената и комерцијалне базе патената су кључан и често једини извор техничких информација, пошто се у научној литератури не могу наћи подаци о многим повезаним проналасцима.

У Републици Србији одређени проналасци се могу штитити и малим патентом. Више о малом патенту можете пронаћи на интернет презентацији Завода за интелектуалну својину <https://www.zis.gov.rs/prava/patenti/mali-patenti/>.

Пословне тајне

Пословна тајна је било која информација чија је комерцијална вредност за привредни субјекат толико значајна да треба да остане у тајности. У ширем смислу, било која информација може се сматрати пословном тајном, од техничког *know-how* и спискова клијената, до финансијских података и маркетиншких стратегија итд. По-

словне тајне се често описују као ледени брег чији видљиви врх чине патенти. Стартап може да поседује огромну количину поверљивих информација, од којих су неке потенцијално патентбилне, и све оне, ако се сачувају у тајности, могле би се означити и заштитити као пословне тајне. Стартап може из стратешких разлога одлучити да своје патентбилне информације задржи у тајности, јер ће приликом пријаве за патент бити потребно да те информације учини доступним јавности. Информација која је откривена у оквиру пријаве за патент или из неких других разлога губи статус пословне тајне.

Ауторско право

Законом о ауторском праву се ауторима, композиторима, рачунарским програмерима, дизајнерима веб-сајтова и осталим ствараоцима признају права на правну заштиту њихових књижевних, уметничких, драмских или других творевина, које се обично називају „дела“. Закон о ауторском праву штити широки спектар оригиналних дела, укључујући књиге, часописе, новине, музичка дела, слике, фотографије, скулптуре, архитектонска дела, филмове, рачунарске програме, видео игре и оригиналне базе података. Међутим, он само штити израз одређене идеје, али не и саму идеју или концепт који се налазе у његовој основи. То је значајна разлика. Ако се идеја изрази на другачији начин, мало је вероватно да ће доћи до повреде ауторског права. Законом о ауторском праву се аутору или ствараоцу дела признају искључива права на његово дело у временском периоду који је дефинисан националним законима. У већини земаља имовинска права аутора трају за живота аутора и 50 година после његове смрти. У појединим земљама, укључујући Сједињене Америчке Државе и Европу, трају и дуже. У Републици Србији, права аутора трају за живота аутора и 70 година након његове смрти. Захваљујући овим правима, аутор може на различите начине да контролише економско искоришћавање свог дела и да потражује накнаду. Закон о ауторском праву такође признаје аутору „морална права“ која, између осталог, штите репутацију и интегритет аутора. У принципу, аутор не може уступити морална права³.

Жигови

Сваки знак који служи за разликовање робе,

односно услуга (као што су речи, имена, слова, бројеви, цртежи, слике, облици, боје, етикете или било која њихова комбинација) може се користити као жиг. У већини земаља жигове могу чинити и натписи, рекламни слогани и наслови. Правна заштита жига остварује се регистровањем и, у појединим земљама, коришћењем. Први корак у поступку регистрације жига представља подношење одговарајућег обрасца пријаве у националном или регионалном заводу надлежном за жигове, који разматра пријаве у складу са локалним законом и одобрава или одбија регистрацију жига. Иако трајање заштите може бити различито, у већини земаља регистровани жигови су заштићени 10 година. Регистрација се може продужавати неограничен број пута (обично за узастопне периоде од 10 година), уз плаћање таксе за продужење важења жига у одређеном року пре истека регистрације⁴.

Индустријски дизајн

Појам „индустријски дизајн“ односи се на украсне, односно естетске аспекте производа. Производ може бити заштићен као индустријски дизајн ако испуни одређене услове. Заштита не обухвата техничке или функционалне аспекте производа. Да би регистровао индустријски дизајн подносилац пријаве мора да поднесе националну или регионалну пријаву у надлежном националном или регионалном заводу за интелектуалну својину. Трајање заштите индустријског дизајна се разликује од земље до земље али износи најмање 10 година. У Републици Србији трајање заштите индустријског дизајна је максимално 25 година, уз плаћање петогодишњих такси за одржавање⁵.

Остала права интелектуалне својине⁶

- Корисни модели су такође познати као „краткорочни патенти“, „мали патенти“, односно „патенти за иновације“. Неке врсте проналазака, укључујући и незнатне адаптације постојећих производа, у многим земљама се могу заштитити као корисни модели.
- Нове биљне сорте. Узгајивачи нових биљних сорти у великом броју земаља могу остварити заштиту на основу „права оплеменењивача биљних сорти“. У Републици Србији права оплеменењивача биљних сорти штите се у поступку пред Министарством пољопривреде и заштите животне средине, преко Управе за заштиту биља.

- Тродимензионални распоред елемената и међувеза (односно топографија) у интегрисаном колу. Оригинални распоред или дизајн може се заштитити од умножавања топографијом полупроводничког производа.

Иако су права интелектуалне својине у овом водичу представљена као одвојена права, у пракси се она примењују заједно у циљу заштите и стављања у промет производа као целине. У том смислу, узмимо као пример паметни мобилни телефон. Његове функције, од процесора до технологије камере, штите се патентима, док се његов лого и идентитет штите жиговима. Облик и целокупан изглед се штите правом индустријског дизајна. Изворни код софтвера који омогућава функционисање уређаја заштићен је ауторским правом, а пословном тајном се штите маркетиншке стратегије које се користе за мерцијализацију уређаја на глобалном нивоу.

Стартап који ствара ИС и стартап који користи ИС

У контексту овог водича корисно би било направити разлику између стартапа који стварају интелектуалну својину и оних која користе интелектуалну својину. „Стартап који користи ИС“ је стартап чија пословна идеја може да се оствари само уз помоћ технологије. „Стартап који ствара ИС“ представља стартап чије је тежиште на кључној интелектуалној својини, чији развој и успех зависи од пословне идеје.

За стартап који користи ИС карактеристичан је веома мали удео или потпуно одсуство активности истраживања и развоја, тако да се он ретко или уопште не бави стварањем сопственог садржаја или софтвера који би се штитио правима ИС.

Ову групу привредних друштава најчешће чине стартапови који послују на интернету, привредна друштва које се баве развојем апликација или интернет тржишта. Као примере можемо навести *Airbnb* или *Uber*. Насупрот томе, стартап који ствара ИС гради своју пословну идеју око техничког решења које је заштићено неким правом интелектуалне својине. Типичан пример би била технологија у раној фази развоја, обично заштићена патентом, коју је стартап сам развио или за чије коришћење је добио лиценцу од универзитета или истраживачке институције.

У реалним околностима, иновативни стартапи се ипак не могу тако прецизно поделити. Већина иновативних стартапа налази се негде у средини: стартапови који користе ИС у извесној мери и сами стварају

ИС, док стартапи који стварају ИС такође делимично користе ИС. Да би покренули своју пословну идеју, већина стартапа који користе ИС ће лиценцирати или купити технологију заштићену правима интелектуалне својине у власништву трећих лица. Такође, већина ће извесно ангажовати трећа лица да развију решења за њихов пословни модел. Чим мало добију на замаху, они ће у идеалном случају почети да развијају решења и ревносно стварају потенцијална права интелектуалне својине. Ова права најчешће чине жигови, евентуално одређени алгоритми и основна ауторска права на кориснички интерфејс итд. Са даљим напретком могу стварати нову интелектуалну својину, усавршавањем софтвера који су

лиценцирали, развијањем сопственог софтвера или додавањем нових функција својој понуди. Временом ће такође стварати и поверљиве пословне информације. Најуспешнији стартапи која користе ИС, као што су у почетку били *Airbnb*, *Uber* и *Alibaba*, стварају све више сопствену интелектуалну својину, а често купују интелектуалну својину трећих лица и обимне портфолије патената како би одржали или ојачали своју конкурентску предност.

Након покретања, стартапи који стварају ИС и који су обезбедили адекватно финансирање ће обично наставити са улагањем у истраживање и развој и стварањем нове интелектуалне својине.



Оснивач: Сретко Попадић

Чланови тима: Сања Попадић, Милица Зорановић, Владимир Шкундрић

Портфолио ИС:

- РСТ патентна пријава (POWDER COMPOSITION FOR PREVENTING AND EXTINGUISHING FIRES)
- RS патент – гел за гашење пожара
- DE патент
- Пословна тајна и know how

SAVEMA Чачак већ неколико година развија и тестира еколошки прихватљиве производе засноване на гел технологији, који животну средину ставља на прво место. Осмислили су широк асортиман иновативних, ефикасних, компактних и практичних средстава и апарата за борбу са пожаром који пожар гасе ефикасно, не захтевају одржавање и не изазивају штету.

Један од резултата развоја је средство за гашење пожара у облику гела, за који је поднета међународна РСТ пријава патента, а за које је и одобрен патент у Немачкој. Претходно решење је заштићено патентом у Републици Србији.

Неки од производа који су произашли из патената:

- 1. SAVEMA STOP** – прашкасти адитив који се додаје води и служи за гашење и спречавање даљег ширења пожара, јер пријања уз извор топлоте, без обзира на површину, укључујући вертикалне површине. Вода у коју се додаје прах се на овај начин дуже време задржава на материјалима захваћеним пожаром.
- 1. SAVEMA FIRE STICK** – је производ који се користи за гашење пожара Класе Ф уља/масти.
- 2. SAVEMA ŠTIT** – користи се за превенцију, гашење и сузбијање малих пожара и пожара у настајању. Спречава ширење топлоте и оштећења која настају током употребе отвореног пламена или у процесима заваривања.
- 3. SAVEMA ANTIFROST систем** – ефикасна заштита воћњака и винограда од касних пролећних мразева.
- 4. SAVEMA COOLING** – расхладни јастучићи и расхладна одећа за кућне љубимце.

Сви производи су нешкодљиви, еколошки прихватљиви и биоразградиви.

Интелектуална својина

У почетку пословања сваког стартапа, бављење питањима интелектуалне својине представља велико оптерећење, поред осталих, за пословање значајних питања. Тако је било и за тим SAVEMA из Чачка. Међутим, на основу дугогодишњег искуства спознали су да је заштита интелектуалне својине фундаментална за проналазак инвеститора и успех пословања на већини тржишта. Ако свој стартап представљате потенцијалним инвеститорима у покушају да прикупите новац, мораћете да им откријете бар неке од информација о производу. Озбиљни инвеститори воле да виде да су предузетници интегрисали права интелектуалне својине у своје пословне планове. Тим саветује следеће „Да бисте избегли губитак својих права на интелектуалну својину, обавезно укључите стратегију заштите ИС од самог почетка пословања или развоја иновација.“

Ниво технолошке спремности (TRL)

Ниво технолошке спремности је техника којом се процењује колико је технологија или производ близу комерцијализације (видети слику 1). Заснована на методологији процене зрелости свемирских технологија коју је развила Национална ваздухопловна и свемирска администрација (NASA) у Сједињеним Америчким Државама, она данас има широку примену у различитим областима индустрије, иако поједини стручњаци тврде да није адекватна за све врсте технологије. Европска комисија и јавни сектор Уједињеног Краљевства су међу институцијама које примењују прилагођени модел нивоа технолошке спремности (енгл. *technology readiness level – TRL*). Сваки технолошки пројекат процењује се у односу на одређене параметре, а затим му се додељује одговарајући рејтинг у погледу нивоа технолошке спремности. На скали од девет нивоа, производ чији TRL износи 1 има најнижу спремност, док је производ са TRL9 у потпуности спреман за тржиште⁷.

Рангирање технологије или пројекта на основу нивоа технолошке спремности омогућава привредним субјектима да одреде њихово место у ланцу иновација. Код пројекта са ниским TRL обично ће бити потребно значајано улагање у развој да би био спреман за излазак на тржиште. То омогућава предузетницима да планирају будућа улагања у развој. Опције финансирања и могућности давања лиценце за коришћење технологије такође ће зависити од нивоа технолошке спремности. У суштини, скала технолошке спремности је само један индикатор. Ова методологија може помоћи привредним субјектима у доношењу одлука о финансирању и још неким аспектима, али на време које је потребно да би се технологија пласирала на тржиште утицаће читав низ фактора.

Слика 1. Ниво технолошке спремности



Извор: Национална ваздухопловна и свемирска администрација (НАСА), Сједињене Америчке Државе

Пословни модел и пословни план

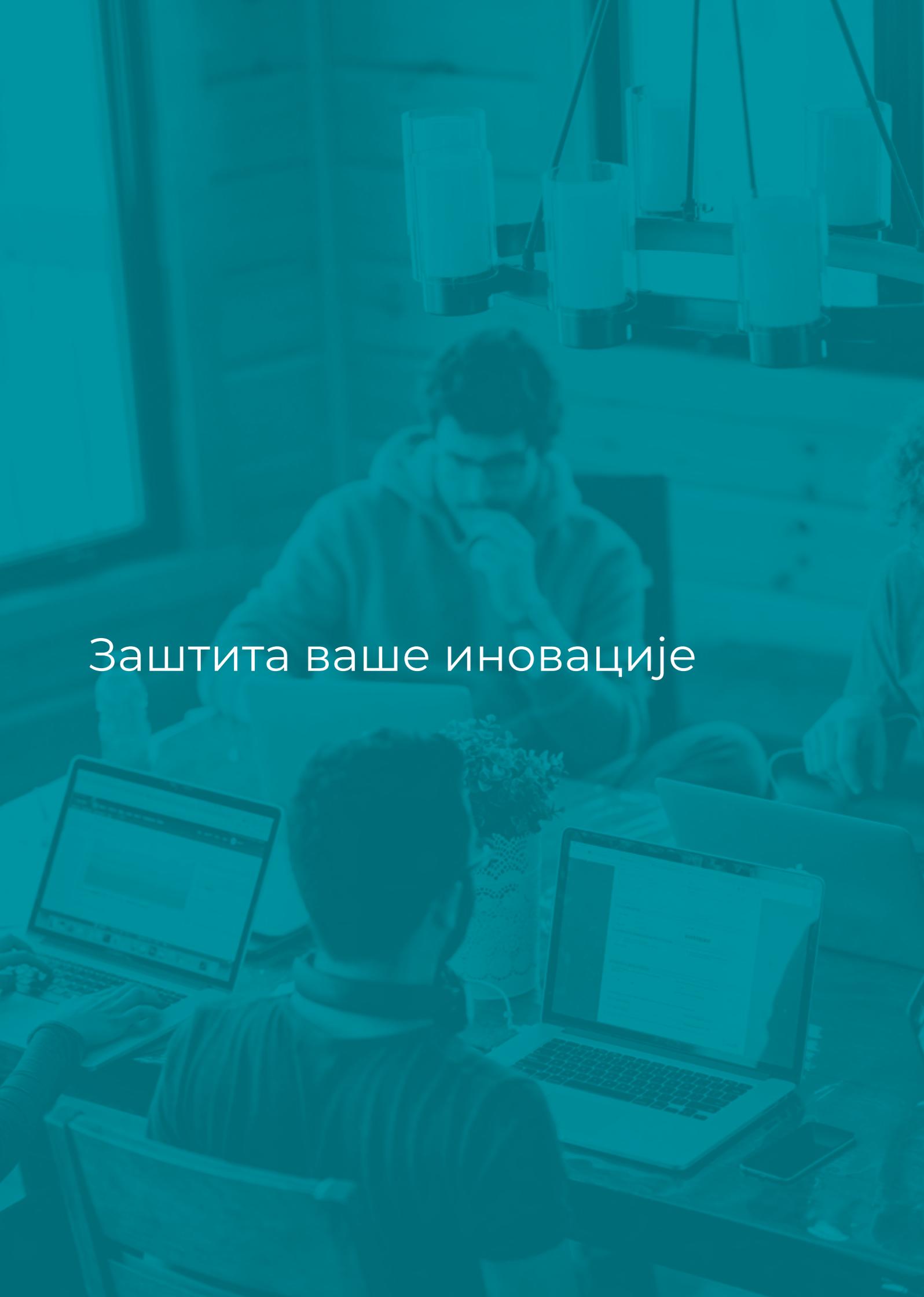
Успешни привредни субјекти испоручују потрошачима производ или услугу који за њих имају вредност. У оквиру свог пословног модела стартап успоставља оквир за откривање, стварање и испоручивање вредности, свој предлог остваривања прихода и опис тренутних и потенцијалних будућих конкурената, циљних тржишта итд⁸. Узимајући у обзир оперативне и финансијске елементе, пословним планом је детаљно описано на који начин ће привредни субјект имплементирати свој пословни модел. Пошто је пословни план битан стратешки документ којим је пројектована будућност новог привредног субјекта, свеобухватни пословни план захтева од предузетника и привредних друштава да направе детаљне пројекције. Већина привредних субјеката током почетних фаза развоја неће имати довољно података да би прецизно пројектовали кључне елементе којима пословни план треба да се бави.

Стога, препоручује се да се у веома раним фазама оснивања стартапа примењују флексибилнији пословни модели за дефинисање предлога вредности, чију ће основаност стартап (када буде покренут) покушати да провери. Међутим, предузетници и привредна друштва би ипак требало да издвоје време за креирање пословног плана чим се утврде кључни елементи бизнис модела и стартап прибави довољно тржишних информација и података за прављење реалних пројекција.

Стратегија интелектуалне својине привредног субјекта мора бити интегрисана у пословни план, у којем би требало да се види на који начин ће стратегија ИС подржати успешну имплементацију пословног модела.

Напомене

- ¹ Појам „систем интелектуалне својине“ односи се на: права интелектуалне својине; поступак њиховог признавања; националне, регионалне и међународне системе који обрађују, признају и уносе у регистар ова права; и базе података које садрже информације о интелектуалној својини.
- ² Видети: WIPO (2018). *Inventing the Future: An Introduction to Patents for Small and Medium-sized Enterprises*. Intellectual Property for Business Series no. 3. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf.
- ³ Видети: (2006). *Creative Expression – An Introduction to Copyright and Related Rights for Small and Medium-sized Enterprises*. Intellectual Property for Business Series no. 4. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo_pub_918.pdf.
- ⁴ Видети: WIPO (2017). *Making a Mark – An Introduction to Trademarks and Brands for Small and Medium-sized Enterprises*. Intellectual Property for Business Series no. 1. www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_900_1.pdf.
- ⁵ Видети: WIPO (2019). *Looking Good - An Introduction to Designs for Small and Medium-sized Enterprises*. Intellectual Property for Business Series no. 2. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_498_1.pdf.
- ⁶ WIPO (2018). *Inventing the Future*, p. 12. www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf.
- ⁷ Видети: https://www.nasa.gov/directorates/heo/scan/engineering/technology/technology_readiness_level
- ⁸ Пословни модел може бити креиран коришћењем алата који се зове „CANVAS“ (платно пословног модела). На њима су визуелно представљени елементи потребни да би се дефинисао предлог вредности производа или привредних субјекта. Видети, на пример: www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas.



Заштита ваше иновације

Иновативни производ, односно поступак, који је развио стартап може бити нов на тржишту, може унапредити перформансе постојећег производа или услуге или утицати на смањење времена или трошкова производње. У сваком случају, стартап би требало да што је пре могуће развије одговарајућу стратегију ИС у складу са својим пословним планом. Стартап са адекватним портфолијом ИС биће у могућности да заштити свој конкурентски простор, чиме ће одложити улазак конкурената и лакше утврдити своју позицију на тржишту.

Стицање права на патент

Стартап који је развио техничко решење проблема може размишљати о стицању права на патент за то решење. Да би испунило услове за заштиту патентом, решење мора да буде ново, да има инвентивни ниво и да је индустријски примењиво. Ако су други већ поднели пријаву за заштиту патента за исто или слично решење, стартапова идеја или производ се можда неће сматрати новим, што онда искључује могућност заштите патентом. Зато је важно претражити постојеће базе патената, како би се утврдило да ли су слична решења већ развијена.

Поред тога, понекад активности самог стартапа могу негативно утицати на његове могућности да оствари права на патенте. Проналазак који се открије пре подношења пријаве патента неће се сматрати новим и такав предмет заштите у пријави неће испунити услов новости. До ненамерног откривања може доћи, на пример, на сајмовима, у чланцима у стручним часописима или током било каквих разговора са трећим лицима која немају обавезу чувања тајне. Дакле, пре подношења пријаве за заштиту проналаска од кључног значаја је да се он чува у тајности. Ако је откривање неопходно, на пример, за потребе пословне сарадње са добављачима и потенцијалним купцима/клијентима, требало би се заштитити потписивањем уговора о поверљивости. Стартап који размишља о подношењу пријаве патента требало би то да учини првом приликом. У питању је онај тренутак у којем стартап постаје свестан да можда има техничко решење за технички проблем – другим речима, када је створио проналазак и поседује довољно података који доказују његово извођење. Како би се на прави начин заштитиле различите иновације и функције у оквиру предложеног производа, можда ће бити потребно поднети више пријава патената. Поједини стартапи неретко чекају да коначна верзија производа буде спремна пре него што поднесу пријаву патента. Таква стратегија је ризична. Привредни субјекти нису у

обавези да производ ставе у промет пре него што обезбеде његову заштиту. Напротив, чекањем да се стигне до завршних фаза комерцијализације могу себи ускратити важне опције заштите. Конкуренти или остала трећа лица би могли доћи у позицију да развију иста или слична техничка решења.

Важно је водити рачуна да пријава патента буде правилно састављена и да патентни захтеви (који одређују обим заштите) обухвате кључне елементе проналаска. Током припреме пријаве, стартап би требало да размотри на који начин ће он сам операционализовати технологију, а такође и како би је потенцијални конкуренти могли користити. Приликом подношења пријаве за признање патента, стартапи би исто тако требало да узму у обзир различите начине производње и примене проналаска. Широко откривање информација у пријави патента може створити маневарски простор током развоја тржишта. Док је пријава патента у поступку, производ се може усавршити или се, на основу информација откривених у првобитној пријави, могу поднети пријаве за додатне предмете ИС. Међутим, неопходно је успоставити равнотежу између нивоа детаљности информација које ће бити откривене у првобитној пријави и вредности која проистиче из чувања информација у тајности. Оба приступа могу донети комерцијалне користи.

Пријава патента се мора поднети у одговарајућем националном заводу надлежном за заштиту проналаска патентом, а у Републици Србији пријава се подноси Заводу за интелектуалну својину. Да би успешно решио техничка питања и формулисао ефективну стратегију ИС, уколико не поседује довољно знања и информација, стартап би требало да размисли о ангажовању патентног заступника који би се бавио припремом пријаве и праћењем њеног статуса у поступку за признање патента.

Пријава патента састоји се од неколико делова. Они обухватају: Захтев за признање патента (образац П1) којим се покреће поступак заштите, опис проналаска, патентне захтеве, нацрте (уколико су неопходни) и кратак садржај познат као апстракт. Међутим, сам обим заштите се утврђује на основу патентних захтева. Следи општи преглед¹ поступка по поднетој пријави, али је потребно имати у виду да се начини спровођења овог поступка могу разликовати у зависности од земље у којој је покренут поступак заштите проналаска патентом.

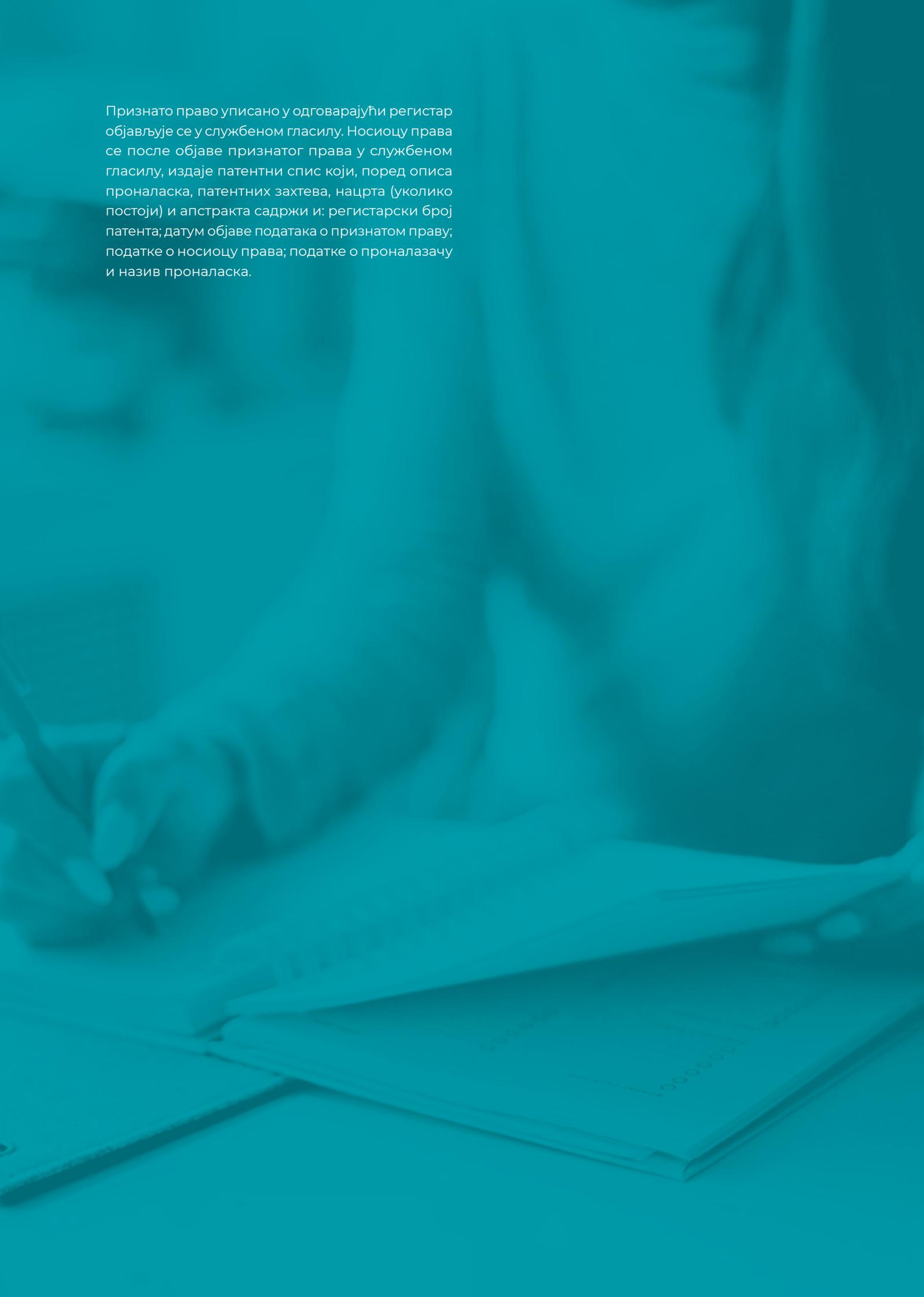
1. Формално испитивање. Завод за интелектуалну својину по пријему пријаве за заштиту проналаска

патентом, проверава да ли пријава садржи неопходне елементе за признање датума подношења пријаве, а то су: назначење да се тражи заштита проналаска патентом, идентификација подносиоца пријаве и опис проналаска. Иако је ово минимум неопходних елемената за утврђивање датума подношења увек је, на самом почетку, пожељно саставити пријаву на начин описан у Упутству за састављање пријаве патента, како се не би касније изгубило драгоцену време за уређење пријаве. Након утврђивања датума подношења, испитује се да ли пријава садржи и друге елементе и прилоге у складу са формално-правним захтевима (на пример, да ли је достављен доказ о плаћеној такси за подношење пријаве, да ли је достављено уредно пуномоћје за заступање, уколико се пријава подноси преко заступника, да ли постоји изјава о заједничком представнику уколико постоји више подносилаца, да ли је у пријави назначен проналазач, односно да ли постоји његова изјава да не жели да буде наведен у пријави итд.), прописаним Законом о патентима и Правилником о садржини потврда, пријава и захтева у поступку заштите проналазака, као и о начину подношења пријаве и објављивања проналазака. У случају да су утврђени формално-правни недостаци, подносилац се позива да уреди пријаву у назначеном року.

2. Претраживање и израда извештаја о претраживању. Ако пријава патента испуњава формално-правне услове, Завод за интелектуалну својину позива подносиоца да у року од месец дана од дана пријема позива поднесе захтев за израду Извештаја о претраживању стања технике² и да плати за то прописану таксу. Извештај садржи листу докумената, који могу бити релевантни за оцену новости и инвентивног нивоа проналаска. Претраживање се врши на основу патентних захтева имајући у виду садржај описа и нацрта. Извештај се шаље подносиоцу пријаве и на основу њега он може донети одлуку о даљем наставку поступка као и о евентуалном покретању заштите проналаска у другим земљама, у току приоритетне године. Након пријема Извештаја могу се вршити одређене измене делова пријаве које неће проширивати предмет заштите.
3. Објављивање пријаве. У Републици Србији се пријава патента, најчешће заједно са Извештајем о претраживању стања технике, објављује у службеном гласилу „Гласник интелектуалне својине“ након истека рока од 18 месеци рачунајући од датума подношења пријаве или датума права првенства, а на захтев подносиоца може бити објављена и раније.
4. Подношење примедби трећих лица. После обја-

ве пријаве патента, свако треће лице може да достави Заводу за интелектуалну својину своје примедбе у погледу патентбилности проналаска на које се пријава односи.

5. Суштинско испитивање. Завод за интелектуалну својину у процесу суштинског испитивања утврђује да ли пријава испуњава критеријуме патентбилности (да ли је проналазак нов, да ли има инвентивни ниво и да ли је индустријски применљив). Завод за интелектуалну својину ће спровести суштинско испитивање само на основу захтева подносиоца пријаве патента. Захтев за суштинско испитивање се подноси најкасније у року од шест месеци од дана објављивања Извештаја о претраживању стања технике у службеном гласилу. У случају пропуштања овог рока, подносилац пријаве патента, захтев може поднети у накнадом року од 30 дана, од дана пријема обавештења о протеклу рока. У случају да подносилац пријаве патента, ни у додатном року, не поднесе Захтев, пријава ће бити одбачена. Обавештење о резултату суштинског испитивања шаље се подносиоцу пријаве у писаној форми. Уколико Завод за интелектуалну својину, утврди да предмет пријаве не испуњава услове предвиђене Законом, то саопштава подносиоцу пријаве кроз резултат испитивања и позива га да отклони констатоване недостатке, односно да се изјасни о разлозима због којих се патент не може признати, у року који не може бити краћи од два месеца нити дужи од три месеца. Након пријема резултата суштинског испитивања подносилац пријаве може да измени опис, патентне захтеве и нацрт. То често доводи до сужавања обима заштите која се тражи. Ако подносилац пријаве не отклони недостатке на које му је указано и уколико проналазак и пријава која се на њега односи не испуњавају све прописане услове за признање патента, Завод ће донети решење о одбијању захтева за признање патента.
6. Признање патента. Ако Завод за интелектуалну својину, на основу спроведеног поступка суштинског испитивања пријаве патента, утврди да су испуњени сви услови за признање патента предвиђени Законом, доставиће подносиоцу пријаве предлог коначног текста патентних захтева који намерава да усвоји, са којим подносилац пријаве треба да се сагласи у року од 30 дана. Решење о признању патента Завод за интелектуалну својину доноси под условом да су достављени докази о извршеним уплатама таксе за исправу о признатом праву, трошкова објаве података о признатом праву и трошкова штампања патентног списка. Прописани подаци о признатом праву уписују се у одговарајући регистар. Носиоцу патента се издаје исправа о признатом праву.

A person is shown from the chest down, wearing a white shirt, writing in a notebook with a pen. The notebook is open, and the person's hand is visible on the left side. The entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter. The text is positioned in the upper left quadrant of the image.

Признато право уписано у одговарајући регистар објављује се у службеном гласилу. Носиоцу права се после објаве признатог права у службеном гласилу, издаје патентни спис који, поред описа проналаска, патентних захтева, нацрта (уколико постоји) и апстракта садржи и: регистарски број патента; датум објаве података о признатом праву; податке о носиоцу права; податке о проналазачу и назив проналаска.



Оснивачи: Дарко Тасовац, Вељко Михајловић, Др Веселин Бранковић

Портфолио ИС:

Одобрени патенти

US патенти:

- „mmWave seat occupation radar sensor”
- „mmWave radar driver fatigue sensor apparatus”
- „Emotion Sensor System”
- „Millimeter-wave sensor system for parking assistance”
- „Millimeter-wave sensor system for gesture and movement analysis”

Европски патент:

- „Millimeter-wave seat occupation radar sensor”

Патент у Немачкој:

- „ММ-Wellen-Fahrer-Ermüdungs-Detektions-Vorrichtung und Arbeitsweise”

РСТ пријаве патената у поступку:

- „mm-Wave sensor system for parking assistance”
- „Apparatus and operation method for visually impaired”
- „mm-Wave radar vital signs detection apparatus and method of operation”

Патентна пријава у Републици Србији

- „mm-Wave perimeter control apparatus and method of operation”

Производи:

NOVELIC је највећи светски независни добављач mmWave радарских сензора и решења за перцепцију. Компанија има преко 10 година присуства на тржишту и више од 120 инжењера у мултидисциплинарним тимовима. Поседују велики портфолио mmWave радарских сензора и права интелектуалне својине, који им омогућава да развију прилагођене производе за аутомобиле, аутономну вожњу, роботичку, индустрију 4.0 и IoT системе. NOVELIC такође врши развој целог циклуса електронике и софтверских система за ADAS, AGV и индустријску аутоматизацију, укључујући алате за белешке, развој и тестирање ECU хардвера/софтвера и HIL развој.

Захваљујући сталним контактима са великим именима ауто, машинске и електронске индустрије и учешћу у захтевним пројектима стекли су значајно искуство. Та пословна комуникација давала им је увек увид и у потребе тржишта. Тако се и родила идеја да развију радарски сензор систем и све остале компоненте радарског модула. Концепте апликација су заштитили патентима. Паралелно су развијали активности на иновативним системима аутомобилске индустрије, радећи са најпознатијим светским компанијама. Та идеја их је окупила и родила NOVELIC.

Њихови индустријски сензори детектују и прате људе у свим условима. NOVELIC се равноправно на светској сцени такмичи са великим играчима, јер умеју и даље да направе бољу антену за радарски модул, развију сложен алгоритам, укључе и „Machine Learning” у процес функционисања својих производа. Тренутно се интензивно са партнерима из ауто индустрије развија радарски сензор за детекцију живота у кабини возила и заузећу седишта, базиран на радарским сензорима. Радар ће моћи јавити систему која седишта су заузета, да ли је на седишту одрасла особа или беба или неки предмет. Од 2022. године ће сва возила у ЕУ која желе да имају 5 звездица за безбедност морати имати сензор који спречава остављање бебе у возилу док родитељи „скокну” до трговине јер то може имати фаталне последице. Са друге стране, њихови радарски сензори користе се као нова генерација паметних сензора за активирање светла у просторији, тако што систем детектује присуство човека, чак и у случају да се човек не помера.

Један од пројеката на којима раде је и развој напредних сензора за детекцију људи и аутономно управљање индустријским роботима. Ради се о важној иновацији јер представља улазак радара у област коју су до сада покривале друге сензорске технологије као што је ласер, који је скуп и осетљив на временске прилике и јако светло. Радар може да разликује људе од објеката у неком дефинисаном простору. То ради тако што детектује микровибрације људи, као што је дисање, и сигнализира систему да је у питању човек. Ако се сада та особа налази у делу индустријске производње који је ризичан јер може доћи до повреде, онда је то битна информација која може спасити живот. Такође и роботу омогућава да „разуме“ окружење и прецизно се креће.

Интелектуална својина

Оснивачи, будући да су инжењери, били су свесни велике улоге које интелектуална својина игра у њиховој индустрији. Свака њихова иновација у области радара, била је крунисана подношењем патентне пријаве. Први патент добили су 2013. године, а најновији патент одобрен им је 23.02.2021. године под називом „Millimeter-wave radar sensor system for the gesture and movement analysis“. Предложени концепт осигурава нову парадигму у паметном бесконтактном сензору и може пружити функције удобности у комбинацији са безбедношћу и сигурношћу. Одобреним патентима и патентним пријавама, Novelis осигурава предност у односу на конкуренцију на одабраним тржиштима (САД, Европска унија и Република Србија.)

Посебна пажња се мора обратити приликом подношења пријаве за заштиту права интелектуалне својине која доводи до стварања заједничког власништва. У таквим случајевима, лица често погрешно претпостављају да ће поделити право интелектуалне својине, обично на једнаке делове. Међутим, заједничким власништвом се свим лицима признају целокупна права власништва над интелектуалном својином². Изгледа да је заједничка пријава најбоље решење када лица не могу да се усагласе око тога ко би требало да буде носилац права интелектуалне својине. У пракси може бити веома тешко управљати и искоришћавати интелектуалну својину у заједничком власништву, нарочито у контексту патената, и неопходно је да права свих лица буду дефинисана посебним уговором о заједничком власништву. Уколико заједнички власници не саставе одговарајући уговор о власништву, може доћи до супротстављања њихових интереса, а вероватно и до покретања тужби због кршења уговора. Пре одлуке о заједничком подношењу пријаве за заштиту интелектуалне својине требало би консултовати искусног адвоката за ИС.

Заштита пословних тајни

Поверљиве информације, као што су тржишне стратегије, методе производње и листе купаца, пословне и технолошке информације (know-how)⁴, често су највреднија имовина коју стартап поседује, посебно у почетној фази развоја. Заштитити ову нематеријалну имовину као пословну тајну је од пресудног значаја за успех. Стартапи би што је раније могуће требало да одлуче на који начин ће препознати и чувати своје пословне тајне. Према Закону о заштити пословне тајне, пословном тајном се сматрају информације које испуњавају следеће услове:

- представљају тајну јер нису у целини или у погледу структуре и скупа њихових саставних делова опште познате или лако доступне лицима која у оквиру својих активности уобичајено долазе у контакт са таквом врстом информација;
- имају комерцијалну вредност јер представљају тајну;
- лице које их законито контролише је у датим околностима предузело разумне мере како би сачувало њихову тајност.

Не постоји формалан поступак регистрације којим се обезбеђује заштита пословних тајни. Ипак, потребно је предузети одговарајуће мере како би се стекли услови за заштиту. Оне подразумевају следеће:

- Омогућите приступ информацијама само оним лицима „која би требало да знају“;
- Физички ограничите приступ трећих лица информацијама. На пример, контролишите приступ имовини привредног субјекта и осетљивим деловима као што су лабораторије;
- Успоставите процедуре како бисте спречили да поверљиве информације изађу из привредног субјекта, посебно имајући у виду лакоћу са којом се информације данас могу преносити дигиталним путем, нпр. израдите интерни акт о руковању пословном тајном у привредном друштву, о кругу лица и правима и обавезама приликом руковања пословном тајном;
- Контролишите приступ компјутерским фајловима и серверима коришћењем заштитних лозинки и заштитних зидова;
- Усвојите праксу закључивања уговора о поверљивости са запосленима, добављачима, партнерима, спољним сарадницима и консултантима.
- Забраните онима који добијају поверљиве информације да их откривају или неовлашћено користе;

- Спроведите обуке запослених у области примене политика чувања пословних тајни и примените практичне мере да заштитите пословне тајне привредног субјекта;
- Означавајте документа ознакама „пословна тајна“, „строго поверљиво“ и сл.

Морате имати у виду да се правна заштита пословних тајни значајно разликује од земље до земље, како у погледу предмета заштите тако и по механизмима заштите пословних тајни.

Заштита ауторског права

За разлику од поступака стицања права на жигове, индустријски дизајн и патенте, од аутора се не захтева да се региструју како би стекли ауторско право нити је потребно поднети формалну пријаву којом се захтева заштита. Ауторско право почиње да тече „аутоматски“, односно по сили закона од оног тренутка када је аутор завршио рад на свом делу. Ауторска права која вам Закон о ауторским и сродним правима признаје, почињу да теку од тог тренутка и трају целог живота и 70 година *post mortem* (после смрти аутора). Иако ауторско право на делу постоји од датума настанка дела, постоји опциони институт депоновања ауторског дела у Заводу за интелектуалну својину који служи искључиво као обезбеђење материјалног доказа о чињеницама које могу бити од значаја за евентуални судски спор или неку другу потребу у вези са предметом депоновања. Ово није обавезно, али се сматра добром праксом. Стартапи би требало да настоје да сва дела и документацију обележе симболом заштите ауторског права (©) или сличном информацијом како би трећа лица била обавештена да се захтева поштовање ауторских права, као и да би се олакшало плаћање накнаде када је прописано. Када је реч о дигиталним делима, било би мудро укључити информације о ауторском праву (или сродним правима) у метаподатке и користити стандардизоване формате и идентификаторе, ако су доступни, да би се олакшао поступак плаћања ауторских и осталих накнада.

Напомене

- ¹ Видети: WIPO (2018). *Inventing the Future*, pp. 25-26. www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf.
- ² Видети: Kim, S., V. Lipton (2012). “Joint Ownership of IP Around the World.” In *LES Nouvelles*. Licensing Executives Society International.





Стварање
препознатљивости вашег
производа на тржишту

Није довољно само развити производ или услугу који решавају проблем или унапређују постојећа решења и заштити их правима интелектуалне својине. Стартап такође мора привући потрошаче и успешно се такмичити са конкурентима на тржишту. Потрошачима је битно да производе који су им потребни могу лако да нађу и према њима развију однос поверења. Када пронађу производе који им се свиђају, везују се за њих и вероватно ће их поново купити.

Стога је важно да стартап што раније размотри на који начин ће изградити препознатљив идентитет свог производа. У том смислу, требало би да донесе одлуку о избору одговарајућег назива, логоа или другог знака који ће омогућити потрошачима да препознају и лако запамте производ. Да би свој производ учинио привлачним потрошачима, стартап такође може размислити о дизајнирању спољашњег изгледа производа у посебном облику или форми. Ови елементи могу бити заштићени жиговима, правом на дизајн и ауторским правом и чине значајне компоненте ефективног маркетинга.

Пре него што се одлучи за допадљив назив или креира атрактиван дизајн, стартап би требало да провери да ли је неко други већ регистровао исти или сличан назив за сличне производе или услуге и поднео пријаву за заштиту истог или сличног дизајна. Бесплатне базе жигова и индустријског дизајна омогућавају стартапима да утврде да ли је исти или сличан жиг, односно дизајн, већ регистрован. Захваљујући овој провери стартапи неће губити време на развој маркетиншке стратегије усмерене на назив или дизајн које не могу користити. Поред тога, она их штити од ризика од евентуалног предузимања мера од стране трећих лица у циљу спречавања стартапа да користи тај назив или дизајн, уколико сматрају да је њихов назив или дизајн копиран или значајна сличност постоји. Грешке их могу скупо коштати. Стартап би могао бити принуђен да изврши редизајн свог производа или осмисли нову маркетиншку стратегију чак и када жиг или дизајн нису регистровани, али се користе на тржишту (нпр. у појединим земљама постоје одређена, временски краће ограничена, права на нерегистрован жиг или дизајн који се користе у промету). Зато се у раној фази развоја препоручује спровођење детаљне претраге на интернету. Она би требало да обухвати локално, али и страна тржишта на којима стартап има намеру да послује. Најпре

се могу претражити националне базе података: Е-регистар жигова за проверу заштите знака жигом у националном поступку и база података WIPO Madrid Monitor путем које се може установити да ли је неки знак заштићен у Србији путем међународне регистрације. Ове јавне базе података о жиговима могу се наћи на интернет страници Завода за интелектуалну својину www.zis.gov.rs у делу „Базе података“¹. Конкретније информације могу се добити и уз помоћ заступника или приватних фирми које се баве овим услугама (видети поглавље под називом Коришћење база интелектуалне својине, на стр. 62).

Стицање права на жиг

Права коришћења жига се могу стећи подношењем пријаве за регистрацију жига. У појединим земљама могуће је заштитити нерегистроване жигове уз једноставан услов да се они већ користе у промету, али то није случај у Републици Србији. Поседовање регистрованог жига обезбеђује најјачу заштиту, тако да регистрација представља најсигурнији пут ка изградњи имиџа брэнда, поверења потрошача и *goodwill*-а.

Пре лансирања производа, стартап би требало да размисли о подношењу пријаве за признање жига у свом националном заводу, Заводу за интелектуалну својину Републике Србије, како би избегао евентуалне трошкове поновног брендирања у случају да регистрација буде неуспешна. У наставку је дат основни преглед поступка по поднетој пријави за заштиту знака жигом, који се наравно може разликовати у зависности од земље у којој је тражена заштита жига². Стартап може одлучити да ангажује заступника за жигове, који ће се бавити његовом пријавом и поступком регистрације. Завод за интелектуалну својину води Регистар заступника, који можете пронаћи на следећем линку: <https://www.zis.gov.rs/podrska/registar-zastupnika/>

1. Образац пријаве. За почетак, подносилац пријаве мора доставити уредно попуњен Захтев за признање жига (Образац Ж-1). Он треба да садржи податке о подносиоцу и правном заступнику ако се пријава подноси преко заступника, графички приказ жига (можда ће бити захтеван одређени формат) и списак робе и услуга на које се односи знак који је предмет пријаве за заштиту жига (производи и услуге се класификују у складу са Међународном класификацијом робе и услуга). Такође је неопходно платити прописане таксе. Обрасци и Упутство

за попуњавање пријаве жига могу се преузети у Заводу за интелектуалну својину или путем интернета. У нашој земљи целокупан поступак пријаве за признање жига је могуће спровести електронским путем на порталу Е-пријава. Поред тога, Захтев за признање жига је могуће предати и на писарници Завода за интелектуалну својину РС, улица Књегиње Љубице 5, Београд, или путем поште на исту адресу.

2. Формално испитивање. Завод за интелектуалну својину испитује пријаву да би утврдио да је поднета у складу са формално-правним захтевима: да ли је достављен адекватан знак за који се тражи заштита жигом, да ли је списак робе/услуга адекватно класификован, да ли је достављен доказ о уплати таксе и сл. Ако постоје недостаци, Завод ће резултатом испитивања позвати подносиоца пријаве да пријаву у одређеном року уреди. Уколико подносилац пријаве у остављеном року не уреди пријаву како му је Завод предложио, његова пријава ће бити одбачена. Уколико подносилац пријаве у остављеном року уреди пријаву, Завод ће прећи у следећу фазу на суштинско испитивање пријаве.
3. Суштинско испитивање. У појединим земљама заводи надлежни за заштиту жигова ће спровести само делимично суштинско испитивање како би проверили да ли постоје апсолутни разлози за одбијање предложеног жига (израз „апсолутни разлози за одбијање“ односи се на категорије знакова које према одредбама закона о жиговима у одређеној земљи није могуће регистровати). Приликом спровођења потпуног суштинског испитивања, као што је то случај у Републици Србији, биће узети у обзир и релативни разлози, што значи да ће Завод проверити да ли постоји сличност између знака за који се тражи заштита жигом и неког раније регистрованог жига у одговарајућој класи (или класама).
4. Објављивање и подношење приговора. Ако не постоје разлози за одбијање пријаве, подаци из пријаве објављују се у службеном гласилу Завода – Гласнику интелектуалне својине који се издаје два пута месечно (објављују се број пријаве, датум подношења пријаве, подаци о подносиоцу пријаве, изглед знака и списак робе, односно услуга на које се знак односи). Од датума објаве пријаве почиње да тече рок од три месеца током кога носилац ранијег права или друго лице које то може учинити према Закону о жиговима може уложити приговор на исту.
5. Регистрација. У року од три месеца од дана

објављивања у службеном гласилу, ако приговор није поднет или је одбијен, Завод ће позвати подносиоца пријаве да на име регистрације жига плати прописану таксу у одређеном року и достави доказ о плаћању. По пријему доказа о уплати таксе Завод ће регистровати жиг. Жиг се стиче даном уписа у Регистар жигова, а траје 10 година рачунајући од датума подношења пријаве.

6. Продужење важења жига. Трајање жига може се неограничено продужавати уз плаћање прописане таксе. Захтев за продужење важења жига се подноси пре истека рока од десет година за које је жиг признат. Ако се захтев за продужење важења поднесе после истека десетогодишњег рока, подносилац пријаве ће бити обавезан да плати увећану таксу за 50%. Уколико, међутим, од момента престанка важења жига, прође више од шест месеци, жиг се више не може продужити и признато право тако дефинитивно престаје да постоји. Носиоцу жига тада остаје једино да поново поднесе пријаву за признање жига и започне изнова поступак. Жиг може престати и пре рока од 10 година и из других разлога и то на захтев заинтересованог лица у случају да без оправданог разлога стицалац жига исти није користио на домаћем тржишту у непрекидном временском трајању од 5 година од дана регистровања жига, односно времена када је жиг последњи пут коришћен. Такође, на захтев заинтересованог лица може престати жиг ако је знак заштићен жигом постао уобичајен назив робе/услуге; постао противан јавном поретку или моралу или због начина на који га носилац жига или његов правни следбеник користи, може да у промету изазове забуну о географском пореклу, квалитету или другим својствима робе, односно услуге.

Иако се подношење захтева за заштиту жигом препоручује у раној фази развоја, стартапи би требало да имају у виду да се у већини правних система примењује обавеза „коришћења жига у промету“. Сходно томе, стартапи су у обавези да почну са коришћењем свог жига у промету, у оквиру класе за коју је заштићен и у одређеном року од датума подношења пријаве. Ако стартап не почне да користи жиг у предвиђеном временском периоду, односно престане да га користи, могао би да изгуби заштиту, јер ће се сматрати да је жиг „напуштен“. Обавеза коришћења жига у промету представља посебан изазов када носилац жига очекује проширење свог пословања на међународно тржиште, пошто стартап може

изгубити заштиту на одређеном тржишту ако је прерано поднео међународну пријаву жига, а није у могућности да уђе на то тржиште пре истека рока за почетак коришћења жига у промету.

Када је реч о правилној употреби жига, треба имати на уму наредне савете о томе које би мере требало предузети, а шта избећи³.

Препоручене мере:

- Користите симбол ® као ознаку за регистрован жиг. Иако то није прописано законом у Републици Србији, тај знак је општеприхваћен као информација да је знак уз који се користи регистрован жиг.
- Издвојите жиг од околног текста користећи велика слова, подебљани фонт или курзив, или ставите жиг под наводнике.
- Будите доследни у коришћењу жига. Ако је регистрован у одређеном правописном облику, дизајну, боји или фонту, побрините се да се увек користи управо онако како је регистрован.
- Успоставите јасну и убедљиву „најбољу праксу“ и смернице за коришћење ваших жигова. Објасните корисницима лиценци, запосленима, добављачима, дистрибутерима и клијентима како да их користе. Побрините се да сви релевантни актери доследно примењују политике и смернице.

Грешке које треба избећи:

- Немојте модификовати жиг. Избегавајте растављање цртицом, комбиновање или скраћивање (на пример, „MONTBLANC® наливперо“ не би требало да се појави као „Mont Blanc“).
- Не користите жиг као придев изведен из вербалног елемента жига, већ само као именицу (нпр. реците „LEGO® коцкице,“ а не „легићи“).
- Не користите жиг као глагол (правилно је рећи „модификовано уз помоћ софтвера ADOBE® PHOTOSHOP®“, а не „фотошопирано“).
- Не користите жиг у множини (каже се „TIC TAC® бомбоне“, а не „тиктакови“).
- Применом већине претходних препорука обезбеђује се одрживост жига и спречава да он постане непрепознатљив или генерички.

Називи интернет домена

У данашњем умреженом свету привредни субјекти су, било да тргују физичком или дигиталном робом, мање-више обавезни да обезбеде своје

присуство на интернету. Називи интернет домена, који упућују на адресу веб-сајта привредног субјекта, постали су сами по себи важни идентификатори с обзиром на то да их потрошачи користе да би на интернету пронашли и прегледали податке о привредним субјектима и производима. Дакле, стартапи би требало да обрате посебну пажњу на своје присуство на интернету и назив домена.

Интернет корпорација за додељене називе и бројеве (енгл. *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers - ICANN*) одговорна је за техничко управљање системом назива интернет домена. Информације о регистрацији назива домена могу се наћи на њеном веб-сајту⁴. Као пословна обележја, жигови су се појавили неколико стотина година пре назива интернет домена. Као што смо видели, они представљају значајно право интелектуалне својине, које је заштићено националним законима и међународним уговорима. С друге стране, називи интернет домена су релативно нов феномен, настао као одговор на потребу за идентификаторима на интернету, и не постоји упоредиви правни систем за регистрацију којим је прописана њихова употреба. У наставку ће бити речи о Јединственим правилима за решавање спорова о називима интернет домена (енгл. *Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy - UDRP*), креираним од стране WIPO да би се решили случајеви несавесне регистрације и коришћења назива домена. Док жигови важе у земљама или регијама у којима су регистровани, називи домена не познају границе нити територијална ограничења, пошто их ни интернет нема. Тако носиоци жигова могу на интернету открити називе домена који личе или су идентични њиховим жиговима. Да ствар буде још гора, може се десити да привредни субјекти који их користе продају исту или сличну робу, или лажне копије. Чак и ако тај назив домена није у употреби, носилац жига ипак неће моћи да га користи.

Стартапи би требало да што је пре могуће региструју назив домена. У том смислу, први корак је избор сегмента који се назива интернет домен највишег нивоа (енгл. *top-level domain - TLD*). TLD се односи на знакове иза последње тачке назива домена (на пример, „int“ у www.wipo.int). Генерички интернет домени највишег нивоа (gTLDs) укључују „com“, „org“ и „net“. Новији gTLDs су „online“, „life“ и „app“. Национални интернет домени највишег нивоа (ccTLDs) означавају земље, нпр. „rs“ или „срб“ за Републику Србију, „ch“ за Швајцарску и „us“ за Сједињене Америчке Државе.

Део назива који се налази пре тачке, назива се интернет домен другог нивоа. Овај део служи за препознавање привредног субјекта и битно је да буде упечатљив како би потрошачи могли лако да запамте веб-сајт. При избору назива интернет домена привредног субјекта се најчешће опредељују да буде исто као жиг. Међутим, може се десити да је тај назив већ заузет и у том случају ће можда бити потребно променити жељени назив (за илустрацију, замислите да привредни субјект које се бави производњом славина под називом Delta открије да је домен „delta.com“ већ регистрован. Уместо тога, могло би да се региструје као „deltafaucet.com“ или, ако испуњава одговарајуће критеријуме за следеће TLD, као „delta.ch“ или „delta.online“⁴⁵).

Ако стартап још увек није регистровао жиг, логично би било да се определи за онај који је такође доступан као назив домена (у истоветном облику или прихватљивој варијанти) и да оба региструје.

Сајберсквотинг је пракса регистровања назива интернет домена који је истоветан као регистровани жиг или га садржи, са намером блокирања његовог коришћења од стране носиоца жига и изнуђивања новца од њега, односно наношења штете бренду. Стартап који је мета овакве праксе може уложити жалбу према UDRP. Уколико се утврди да је назив домена несавесно регистрован, може се наложити његово оглашавање ништавим или пренос. На глобалном нивоу, WIPO је водећи пружалац услуга који је од стране ICANN акредитован за решавање спорова насталих поводом регистрације назива интернет домена⁶. У Републици Србији за решавање спорова насталих у вези регистрације назива интернет домена надлежна је Комисија за решавање спорова поводом регистрације назива националних интернет домена при Привредној комори Србије. Више информација о целом поступку можете пронаћи на следећем линку: <http://www.stalnaarbitraza.rs/domenski-sporovi/>.

Заштита индустријског дизајна

Као што је претходно наведено, атрактивно дизајнирани производи и паковања привлаче већу пажњу и имају бољу видљивост на тржишту. Многи производи који имају сличне функционалне карактеристике данас се такмиче на основу своје визуелне привлачности, а спој жига и дизајна често представља темељ за изградњу лојалности према бренду. При увођењу производа на тржиште стартапи би требало да настоје да створе јединствен и атрактиван дизајн и да га заштите. Да би испунио услове за стицање заштите, индустријски дизајн обично мора да буде нов и има индивидуални карактер. Неопходно је водити рачуна да се дизајн не открије јавности, нпр. не стављати производ са новим дизајном на тржиште или да се не објављује на интернет презентацији стартапа и на друштвеним мрежама пре подношења пријаве за заштиту индустријског дизајна. Уколико би дошло до претходног откривања, могућност заштите дизајна би могла бити искључена зато што он више не би био нов. У појединим земљама дозвољен је грејс период пре подношења пријаве, током којег подносилац пријаве може објавити дизајн без угрожавања свог права на заштиту.

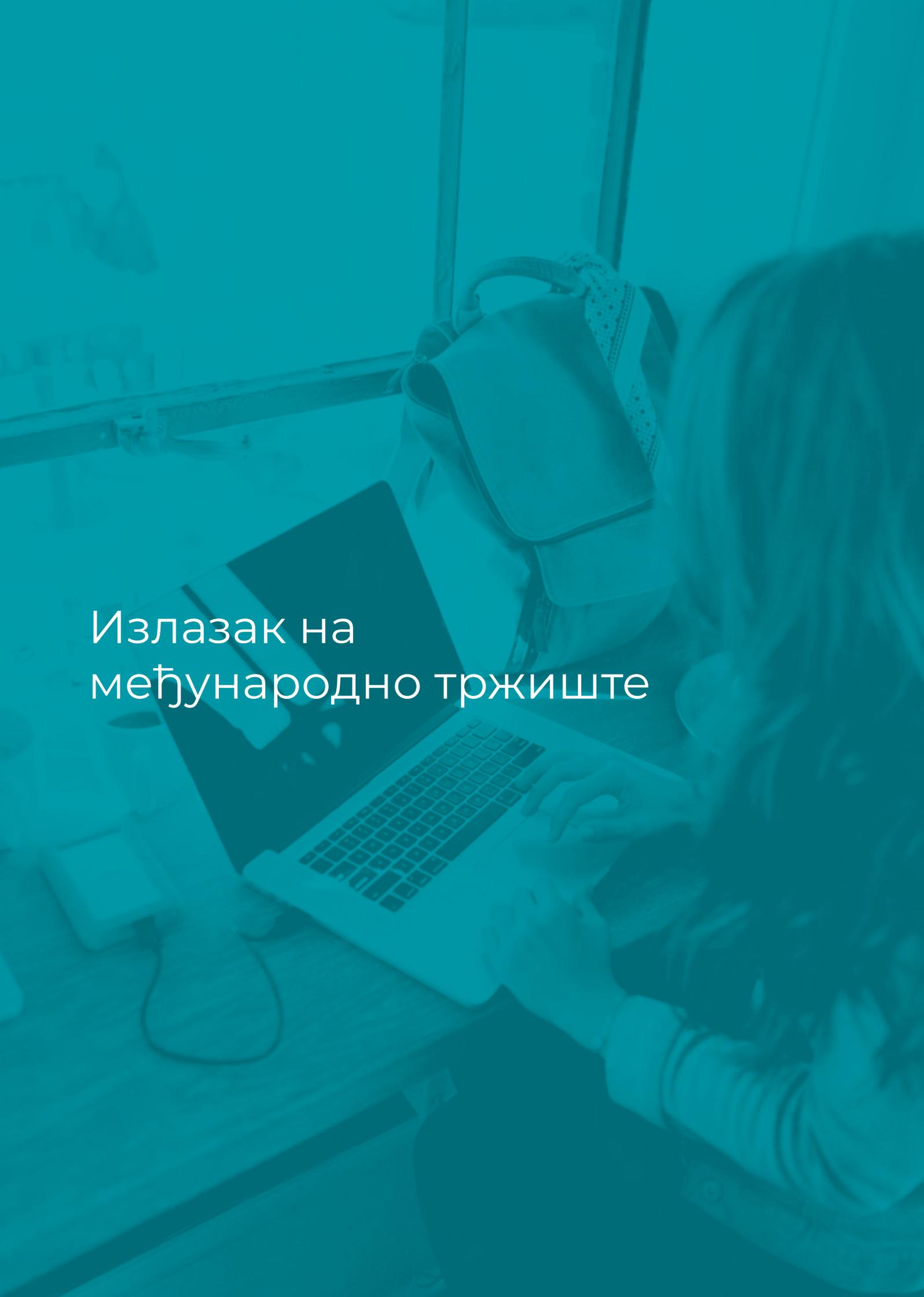
У Републици Србији, од тренутка када је индустријски дизајн откривен и то од стране аутора, његовог правног следбеника или трећег лица на основу информација добијених од стране аутора или правног следбеника, до тренутка подношења пријаве за признање права на индустријски дизајн, односно до тренутка затраженог права првенства, не сме протећи више од 12 месеци (грејс период), као и ако је индустријски дизајн постао доступан јавности као последица злоупотребе везане за аутора или његовог правног следбеника. Међутим, увек је сигурније избећи откривање пре подношења пријаве. Да би стекла права на индустријски дизајн, стартапи ће обично морати да предузму наредне кораке⁷.

1. Подношење пријаве. Обрасци за пријаву доступни су у просторијама Завода за интелектуалну својину РС, улица Књегиње Љубице број 5, Београд, као и на веб страници Завода - Образац Д-1. Подносиоци пријаве ће бити у обавези да наведу своје име, односно назив правног лица, контакт податке и податке о правном заступнику (ако постоји). Уз Захтев за признање се доставља и опис индустријског дизајна и приказ индустријског дизајна

2. Формално испитивање. Након подношења пријаве за заштиту индустријског дизајна, Завод испитује да ли су испуњени формално-правни услови: да ли је у пријави назначено да се тражи заштита индустријског дизајна, да садржи податке о подносиоцу пријаве и приказ индустријског дизајна, да ли је достављен доказ о уплати таксе, да ли је достављено пуномоћје уколико стратап одлучи да именује заступника за ИС да га представља током поступка признања, да ли је достављен доказ о плаћеној такси. Уколико подносилац пријаве није и аутор дизајна, неопходно је доставити и основ стицања права на подношење пријаве за заштиту индустријског дизајна (нпр. Уговор о нарученом дизајну, изјаву да је аутор запослен код послодавца који је и подносиолац пријаве и др.).
3. Суштинско испитивање. Уколико пријава испуњава формално-правне услове прелази се на суштинско испитивање новости и индивидуалног карактера. Ако предмет заштите испуњава законом прописане услове за признање права на индустријски дизајн, Завод ће позвати подносиоца пријаве да на име регистрације индустријског дизајна за првих пет година плати прописане таксе у одређеном року. У супротном, захтев за признање индустријског дизајна биће одбијен.
4. Регистрација или признање права на индустријски дизајн. Ако подносилац пријаве за заштиту индустријског дизајна који испуњава услове за заштиту плати прописане таксе у остављеном року, Завод ће признато право на индустријски дизајн, са прописаним подацима уписати у Регистар индустријског дизајна, а носиоцу права на индустријски дизајн издати исправу о индустријском дизајну.
5. Обнављање заштите. Право на индустријски дизајн стиче се уписом у Регистар индустријског дизајна и траје 25 година од дана подношења пријаве, под условом да се редовно плаћају прописане таксе за одржавање права. Заштита индустријског дизајна може се, уз подношење захтева за продужење важења индустријског дизајна и уз обавезно достављање доказа о плаћеној прописаној такси, продужавати за периоде од по 5 година, а најдуже до 25 година рачунајући од датума подношења пријаве за признање права на индустријски дизајн.

Напомене

- ¹ Видети: <https://ipportal.wipo.int>.
- ² WIPO (2017). Making a Mark, стр. 44-45. www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_900_1.pdf.
- ³ Idem, pp. 60-61.
- ⁴ Видети: www.icann.org. За општи преглед, видети: www.icann.org/en/system/files/files/domain-names-beginners-guide-06dec10-en.pdf.
- ⁵ „Delta” је истовремено жиг компаније која производи кухињске славине и авио-компаније. Генерално, обе би могле да полажу легитимно право на назив домена <delta.com>. Пошто назив домена користи авио-компанија, власник другог брэнда тргује под именом <deltafaucet.com>.
- ⁶ За додатне информације о овој теми, видети www.wipo.int/amc/en/domains/index.html.
- ⁷ WIPO (2019). Looking Good, pp. 15-16. www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_498_1.pdf.



Издак на
међународно тржиште

Приче које сведоче о истинском глобалном успеху као актере имају стартапе који могу да одговоре на потребе глобалног тржишта. Поједина национална тржишта су довољно велика да подрже развој стартапа чије је пословање оријентисано искључиво ка локалном тржишту. Међутим, када је локално тржиште премало да подржи раст привредног друштва или предузетника, они морају што пре почети да размишљају глобално.

Претпоставка да ће пословни модел који успешно функционише на локалном нивоу имати исти učinak на међународном тржишту представља честу заблуду. Одређени пословни модели, производи или услуге ће привући пажњу на појединим тржиштима, али не и на неким другим. Стартап мора размислити да ли би уопште требало ући на тржиште, односно да ли се исплати да мења своју понуду како би се прилагодио потребама циљног тржишта. Такође, мора бити сигуран да је обезбедио адекватне изворе финансирања за спровођење глобалне стратегије раста.

У суштини, улазак на ново тржиште сличан је покретању стартапа: стартап би требало да процени своје капацитете, развије специфичан пословни модел и направи поуздане финансијске пројекције. Чим почне са освајањем нових тржишта, вероватно ће изазвати реакцију локалних привредних субјеката и подстаћи иновације и активности копирања на тим тржиштима. Због тога заштита интелектуалне својине на циљним тржиштима може бити важан предуслов успеха.

Стартапи би требало да имају у виду да су права ИС територијалног карактера. Она су ограничена на територију (земљу или регион) на којој су призната. То значи да права ИС које је стартап стекао у једној земљи или региону можда неће бити призната у правним системима на које жели да прошири своје пословање.

Такође, закон којим је регулисана интелектуална својина у циљној земљи може се разликовати од важећег закона у земљи порекла стартапа. Стартап мора пажљиво и што је раније могуће размотрити у којим земљама жели да послује, односно врши активности увоза и извоза, како би утврдио у којим правним системима ће тражити заштиту.¹

Париском конвенцијом успостављен је важан механизам за подношење пријава за признање патената, жигова и права на индустријски дизајн у више земаља². У складу са овим механизмом, дан подношења првобитне пријаве у земљи или регији

назива се датум првенства или датум приоритета (priority date). Све накнадне пријаве поднете у другим земљама током предвиђеног периода (период првенства), од стране истог подносиоца и нпр. за исти проналазак, приликом утврђивања стања технике сматрају се поднетим на датум првенства. Када су у питању патенти, период првенства траје 12 месеци, а 6 месеци у случају жигова и индустријског дизајна.

Подношење међународне пријаве патента

Да би заштитио свој проналазак у иностранству стартап може да се определи за три различите стратегије, у складу са циљевима:

- Национална путања. Стартап подноси најчешће националну пријаву патента у својој матичној земљи. Да би искористио предности примене одредби Париске конвенције, стартап који намерава да заштити проналазак у иностранству затим мора поднети пријаве у осталим земљама од интереса појединачно, и то у року од 12 месеци (период првенства).
- Регионална путања. Путем регионалног система за заштиту проналазака патентом стартап подноси пријаву за признање патента у року од 12 месеци од датума првенства у регионалном заводу за патенте која ће имати правно дејство у свим његовим државама чланицама. Међу најзначајније системе овог типа спадају: Европски завод за патенте (*European Patent Office*) и Евроазијски завод за патенте (*Eurasian Patent Organization*).
- Међународна путања. Стартап подноси пријаву путем Уговора о сарадњи у области патената (енгл. *Patent Cooperation Treaty - PCT*).

Уговор о сарадњи у области патената за чије спровођење је надлежан WIPO, омогућава привредним субјектима да на ефикасан, економски исплатив и практичан начин стекну заштиту патентом у више земаља³. PCT омогућава да се за проналазак истовремено покрене поступак заштите патентом у већем броју земаља подношењем само једне „међународне“ пријаве патента, уместо подношења појединачних пријава у свакој националној јурисдикцији или региону. Национални и регионални заводи за патенте остају одговорни за признање патената током периода који се назива „национална фаза“.

У складу са PCT, пријава може одмах бити поднета као међународна пријава или се може поднети у року од 12 месеци од дана подношења првобитне националне пријаве патента.

Поступак у оквиру РСТ система подношења пријаве патента (видети слику 2):

1. Подноси се међународна пријава од стране привредног субјекта у року од 12 месеци од дана подношења националне или регионалне пријаве уз позивање на датум првенства (признати датум подношења) раније националне/регионалне пријаве. Алтернатива је да се одмах поднесе међународна пријава без подношења националне или регионалне пријаве.
2. Пријава се објављује 18 месеци од дана подношења првобитне пријаве (датум првенства), осим ако подносилац не захтева раније објављивање. Пошто објављивање подразумева откривање података о проналаску, овакав временски распоред догађаја упућује на то да пријаве остају у тајности 18 месеци од приоритетног датума.
3. У року од 30 месеци од датума првенства³ подносилац пријаве се мора одредити у којим земљама потписницама РСТ намерава да тражи заштиту патентом. Подносилац мора да поднесе пријаве у заводима земаља које је изабрао или жељеним регионалним заводима за патенте, нпр. да поднесе пријаву ЕПО-у (Европски завод за патенте) који је надлежан за јединствен поступак за признање европског патента који се може валидирати у свим земљама чланицама ЕПО и земљама проширења и валидације европског патента (44 земље), или у другим регионалним заводима као што је ЕАПО (Евроазијски завод за патенте) и др. Његова пријава затим улази у „националну фазу“ у тим земљама односно у регионалну фазу. Стартап би требало пажљиво да изабере земље које су важне за његово пословање, као и да предузме мере да у њима стекне заштиту, будући да би његов комерцијални успех могао зависити од тога да ли је свој проналазак заштитио на тим тржиштима. С друге стране, у овој фази стартапове чекају значајна улагања јер трошкови расту пропорционално броју изабраних земаља у којима треба обезбедити заштиту патентом. На свакој локацији, стартапи су у обавези да плате прописане таксе националних или регионалних завода, али и трошкове превода, локалних правних заступника итд.
4. РСТ систем представља систем за подношење и обраду пријава патената. Не постоје ни глобални нити РСТ патенти. За сваки национални или регионални патент мора се поднети појединачна пријава у одређеном року и стећи појединачно признање. Надлежни орган у свакој земљи, у складу са националним законима, одлучује да ли ће патент бити признат.

5. РСТ систем даје привредним субјектима више времена и пружа више информација од традиционалног система пријаве патената заснованог на Париској конвенцији.

6. У оквиру Париског система пријаве патената, стартап може да поднесе пријаву у земљи порекла, а након тога (током периода првенства од 12 месеци) пријаве у другим земљама.

У оквиру РСТ система, уместо подношења појединачних пријава за сваку земљу у којој намерава да послује, стартап подноси јединствену међународну РСТ пријаву. Стартап добија међународни извештај о претраживању, а на располагању су му и опције спровођења међународног прелиминарног испитивања и допунског међународног претраживања.

Поступак у оквиру РСТ омогућава привредним субјектима да одложе националне и регионалне поступке и повезане трошкове до 30 месеци од датума првенства.⁵

Приликом подношења међународних пријава патената у циљу заштите својих технолошких иновација на међународним тржиштима, стартап би такође требало да размисли и о подношењу пријава за заштиту својих жигова и индустријског дизајна на тим тржиштима.

Слика 2. Поступак у оквиру Уговора о сарадњи у области патената



Предности

- Једна PCT пријава са правним дејством у свим земљама потписницама PCT
- Усаглашени формални захтеви
- Добијање информације о патентбилности као подршка стратешком одлучивању
- Одлагање значајних трошкова националне обраде за 18 месеци

Подношење пријаве за међународно признање жига

Да би заштитио свој жиг у иностранству стартап може да се определи за три различите стратегије, у складу са својим глобалним циљевима и буџетом.

- Национална путања. Стартап подноси посебну пријаву у националном заводу за интелектуалну својину сваке земље у којој намерава да оствари заштиту.
- Регионална путања. Путем регионалног система за регистрацију жигова стартап подноси пријаву за признање жига која има правно дејство у свим његовим државама чланицама. Међу најзначајније системе овог типа спадају: Афричка организација за интелектуалну својину (*Organisation*

Africaine de la Propriété Intellectuelle - OAPI), Афричка регионална организација за интелектуалну својину (*African Regional Intellectual Property Organization - ARIPO*), Завод за интелектуалну својину Бенелукса (*Benelux Office for Intellectual Property - BOIP*) и Завод за интелектуалну својину Европске уније (*European Union Intellectual Property Office - EUIPO*).

- Међународна путања. Стартап подноси пријаву путем Мадридског система.

Мадридски систем, који је у надлежности WIPO, представља једноставно и исплативо решење за регистрацију и управљање жиговима широм света (видети слику 3). Подношењем само једне пријаве, на једном језику, уз уплату једног скупа такси, подносилац се може пријавити за стицање жига на више тржишта. Мадридски систем такође омогућава уношење измена, продужетак трајања жига или проширење глобалног портфолија жигова путем једног централизованог система.

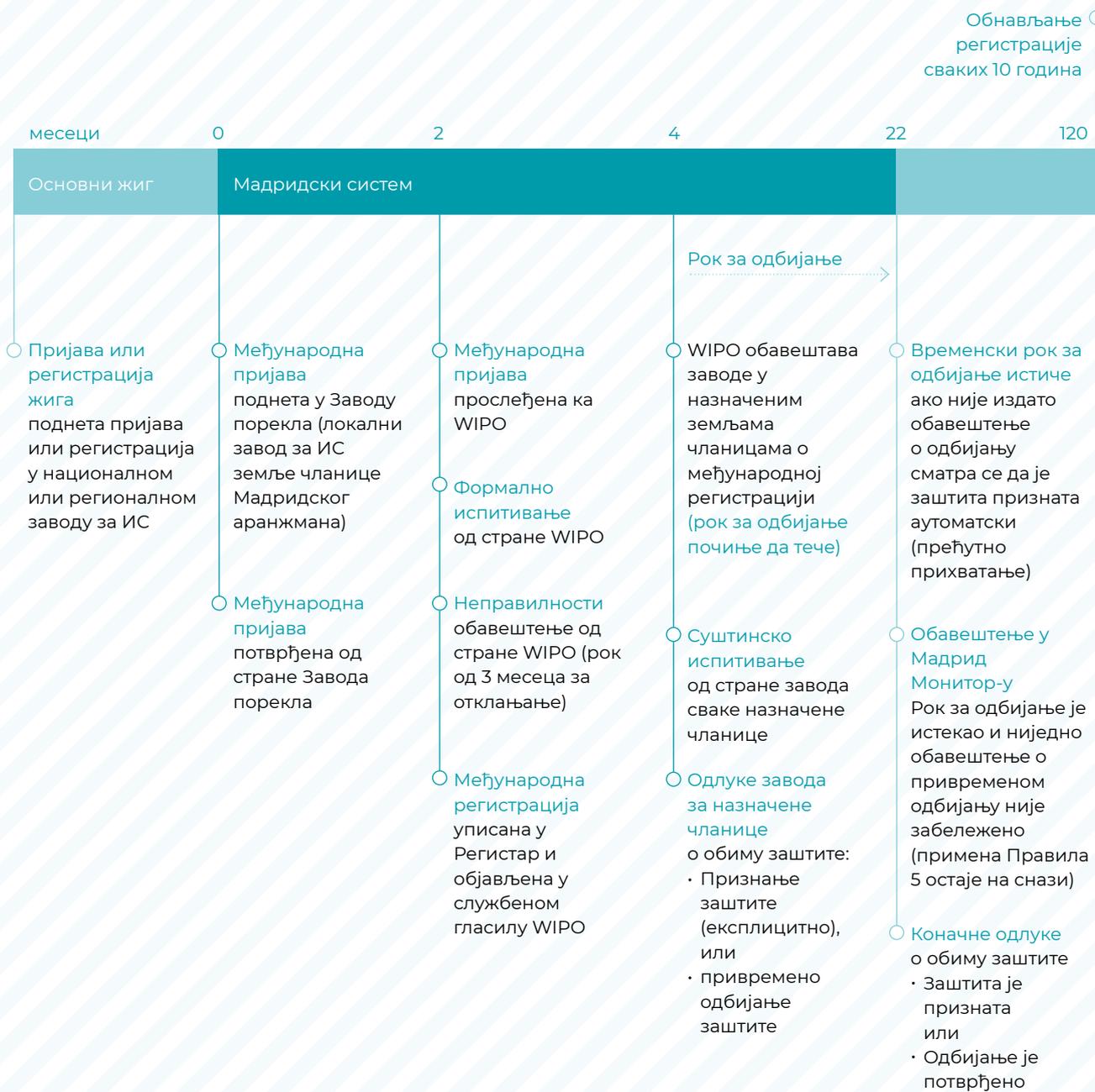
Према Мадридском систему, међународна пријава мора се заснивати на националној или регионалној пријави или регистрацији, која је позната као „основни жиг“. Основни жиг мора бити регистрован, односно поднета пријава за његово признање, на територији земље чланице Мадридског система за коју је подносилац пријаве везан оснивањем привредног друштва, држављанством или пребивалиштем.

Међународна пријава се најпре мора поднети у Заводу порекла, тј. заводу код кога је основни жиг регистрован или поднета пријава за његово признање, тј. Заводу за интелектуалну својину у Републици Србији. Завод за интелектуалну својину РС прво провера да ли је захтев за међународну регистрацију жига уредан (да ли садржи све неопходне податке). Уколико је пријава уредна, садржи све елементе и плаћену националну административну таксу за достављање пријаве WIPO-у, Завод ће позвати подносиоца пријаве да плати таксе за међународну регистрацију које се плаћају WIPO-у. Након што такса буде уплаћена, Завод међународну пријаву доставља WIPO (Светској организацији за заштиту интелектуалне својине). Након провере да ли је пријава у складу са формалним захтевима, она се уписује у Међународни регистар и објављује у службеном гласилу WIPO. Затим се обавештавају земље на чијим се територијама захтева признање жига и оне одлучују да ли ће прихватити или одбити жиг.

Уколико стартап поднесе међународну пријаву путем Мадридског система у року од шест месеци од подношења пријаве жига у националном заводу надлежном за жигове, може тражити да се датум подношења првобитне пријаве рачуна као приоритетни датум. То значи да, ако би конкурент након тог приоритетног датума поднео пријаву за признање истог или сличног жига на тржишту за које је стартап заинтересован, стартап би могао захтевати право првенства у односу на конкурента, позивајући се на датум подношења првобитне пријаве.

Уколико стартап не успе да поднесе пријаву у прописаном року од шест месеци, неће моћи да захтева право првенства у међународној пријави и биће принуђен да се ослони на стварни датум своје међународне регистрације. У том случају би се сматрало да је конкурент који је своју пријаву поднео пре датума међународне регистрације староповог жига (али после датума подношења прве националне или регионалне пријаве) први поднео пријаву, а стартап би због тога могао да остане без својих права.

Слика 3. Поступак према Мадридском систему



Предности

- Подношење само једне пријаве, на једном језику, за регистрацију у до 128 земаља
- Плаћање једног скупа такси у једној валути
- Обнављање регистрације и уношење измена путем јединственог централизованог система
- Проширење признања жига на друге земље на-надним уписом

Подношење пријаве за међународну регистрацију индустријског дизајна

Да би заштитио права на индустријски дизајн у иностранству, у складу са својим глобалним циљевима и буџетом стартап може изабрати једну од три стратегије подношења пријаве.

- Национална путања. Стартап подноси посебну пријаву за признање индустријског дизајна у националном заводу за ИС сваке земље у којој намерава да оствари право на заштиту.
- Регионална путања. Путем регионалног система за регистрацију дизајна стартап подноси пријаву за заштиту дизајна која има правно дејство у свим његовим државама чланицама. То је тренутно могуће обавити у Афричкој организацији за интелектуалну својину (ОАПИ), Заводу за интелектуалну својину Бенелукса (BOIP) и Заводу за интелектуалну својину Европске уније (EUIPO).
- Међународна путања. Стартап подноси међународну пријаву путем Хашког система.

Хашки систем, који је у надлежности WIPO, омогућава стартапима да стекну, обнављају и управљају правима на дизајн на више тржишта широм света захваљујући само једној међународној пријави поднетој у WIPO, на једном језику и уз плаћање једног скупа такси. Будући да представља централизован систем, Хашки систем такође у великој мери поједностављује накнадно управљање међународним регистрацијама (видети слику 4).

Да би стекао право да поднесе пријаву, подносилац мора бити држављанин Уговорне стране (држава или међувладина организација која је чланица Хашког споразума) или имати пребивалиште односно седиште привредног субјекта на територији Уговорне стране. За разлику од Мадридског система, није обавезна претходна национална или регионална пријава или регистрација.

Међународна пријава може да се поднесе преко Завода за интелектуалну својину Републике Србије или се подноси директно WIPO. По пријему, WIPO проверава њену усклађеност са формалним захтевима. Уколико су они испуњени, пријава се уписује у Међународни регистар и објављује. Уговорне стране наведене за остваривање заштите у пријави ће, у датом року и у складу са одговарајућим одредбама својих закона, одлучити да ли прихватају или одбијају дизајн.

Као што је раније речено, период првенства код права на дизајн траје шест месеци. Ако је стартап поднео пријаву у једној земљи или региону, а намерава да прошири своју заштиту на друге земље или регионе, то може учинити подношењем међународне пријаве путем Хашког система у року од шест месеци од своје прве пријаве и захтевати право првенства од датума подношења прве пријаве. Током периода првенства, подносилац пријаве има првенство у односу на сваког ко пријаву за исти или сличан дизајн поднесе после приоритетног датума подношења пријаве. Као и код патената, након истека овог периода и објављивања прве пријаве дизајн се више не може сматрати „новим“ и можда неће моћи да буде заштићен на другим територијама.

Предности

- Подношење само једне пријаве, на једном језику, за регистрацију до 100 индустријских дизајна за производе који припадају истој класи у више правних система
- Плаћање једног скупа такси у једној валути
- Могућност усклађивања времена објављивања регистрације са пословном стратегијом
- Обнављање и измене регистрације путем јединственог централног система

Амброзер д.о.о. Београд

проф. Др Милош Станковић

Портфолио ИС

- Национални патент у Републици Србији (Уређај за уништавање корова- Device for weed control)
- Патент у Шведској (Apparatus for destroying weeds)
- РСТ пријава патента (Apparatus for destroying weeds)

Производ

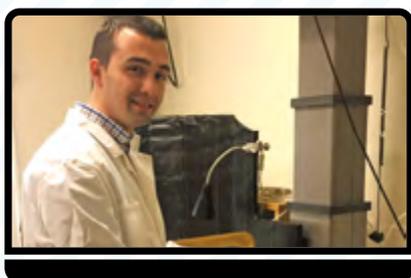
Уређај за уништавање амброзије се састоји од електронских компонената и електрода, који помоћу одређене фреквенције и струје, без хемијских једињења и пестицида, уништава коров у корену, еколошким путем и коров не расте више током сезоне.

Приликом физичког контакта електрода (са уређаја) са коровом који се третира настају биохемијски и биофизички процеси у корову и он у истом тренутку вене и не расте више током сезоне. Најбоље је користити уређај док је коров мали, и због мање потрошње електричне енергије. Такође, уређај се може подесити да уништава коров групно или селективно. Не уништава корисне биљке нити микроорганизме и безбедан је за људе, због добре изолације. Поред тога што амброзија истог тренутка вене приликом контакта са електродама, њен полен остаје стерилан и приликом доласка ветра неће бити могућ плодан нанос на остале усеве. Уређај се може поставити на трактор, камион, косилицу или ручни уређај за домаћинства и у градским парковима.

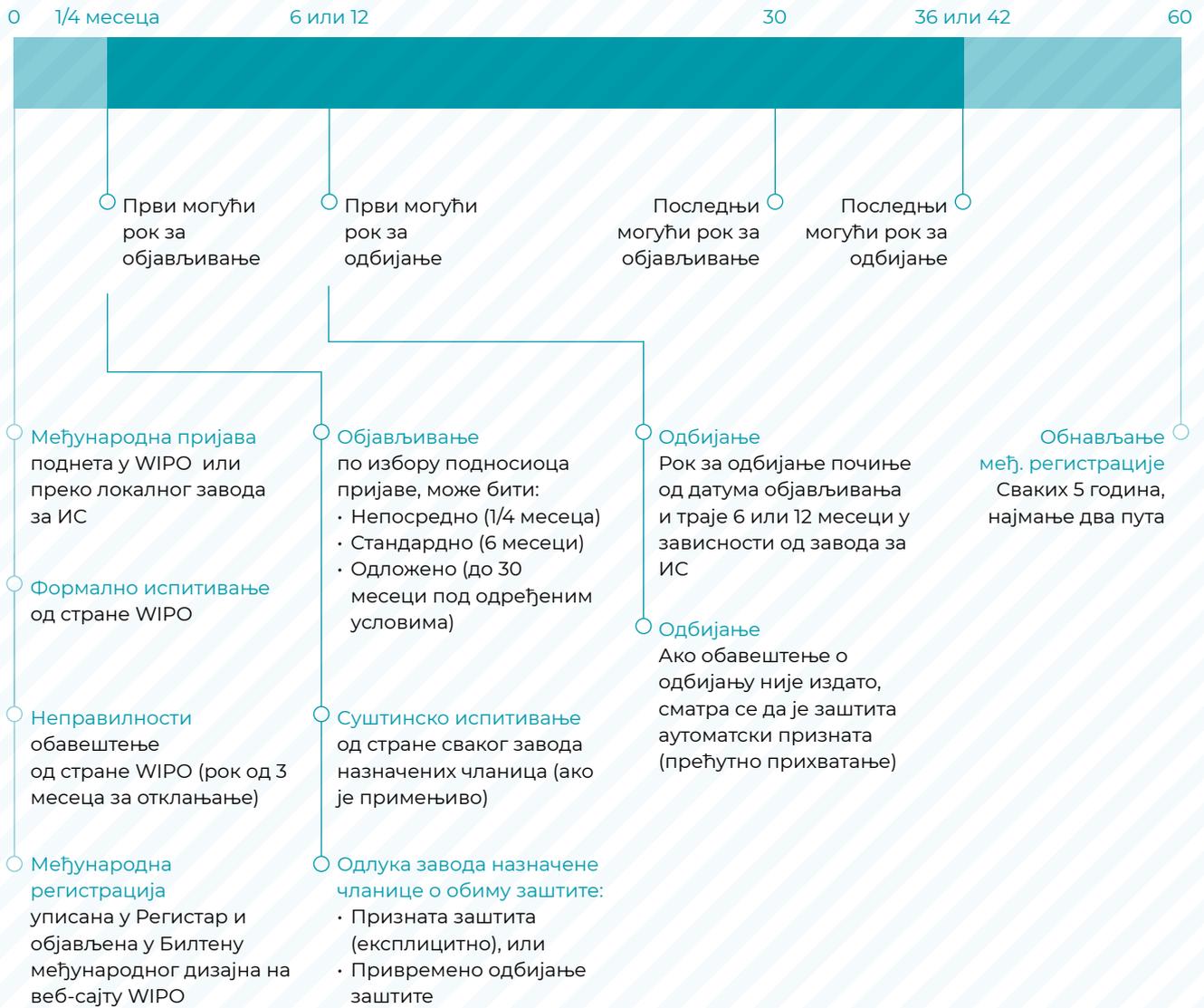
Више од 10 одсто популације у свету пати од алергије на полен амброзије, а у Србији је то око 1,5 милиона људи и сваке године је број све већи. Идеја за овај уређај, проф.др Станковићу родила се из жеље да помогне свом брату, као и својим пријатељима који су патили од алергије на амброзију. Користећи своје знање из области електротехнике, оснивач је почео да истражује и развија уређај за уништавање амброзије помоћу одређене фреквенције и струје. Развио је преко 250 различитих електро-шема.

Интелектуална својина

Најефикаснију и најекономичнију електрошему уређаја за уништење амброзије Проф. др Милош Станковић одлучује да патентира и тако подноси своју прву РСТ пријаву. Поседовање патентног портфолиа, доста му је значило приликом преговарања са великим компанијама, а у циљу давања на коришћење свог производа путем лиценце. На почетку сваких преговора, прво се постављало питање да ли је за уређај поднета патента пријава, а тек након потврдног одговора, компаније су биле заинтересоване за даље преговоре и приступало се закључењу Уговора о поверљивости.



Слика 4. Хашки систем



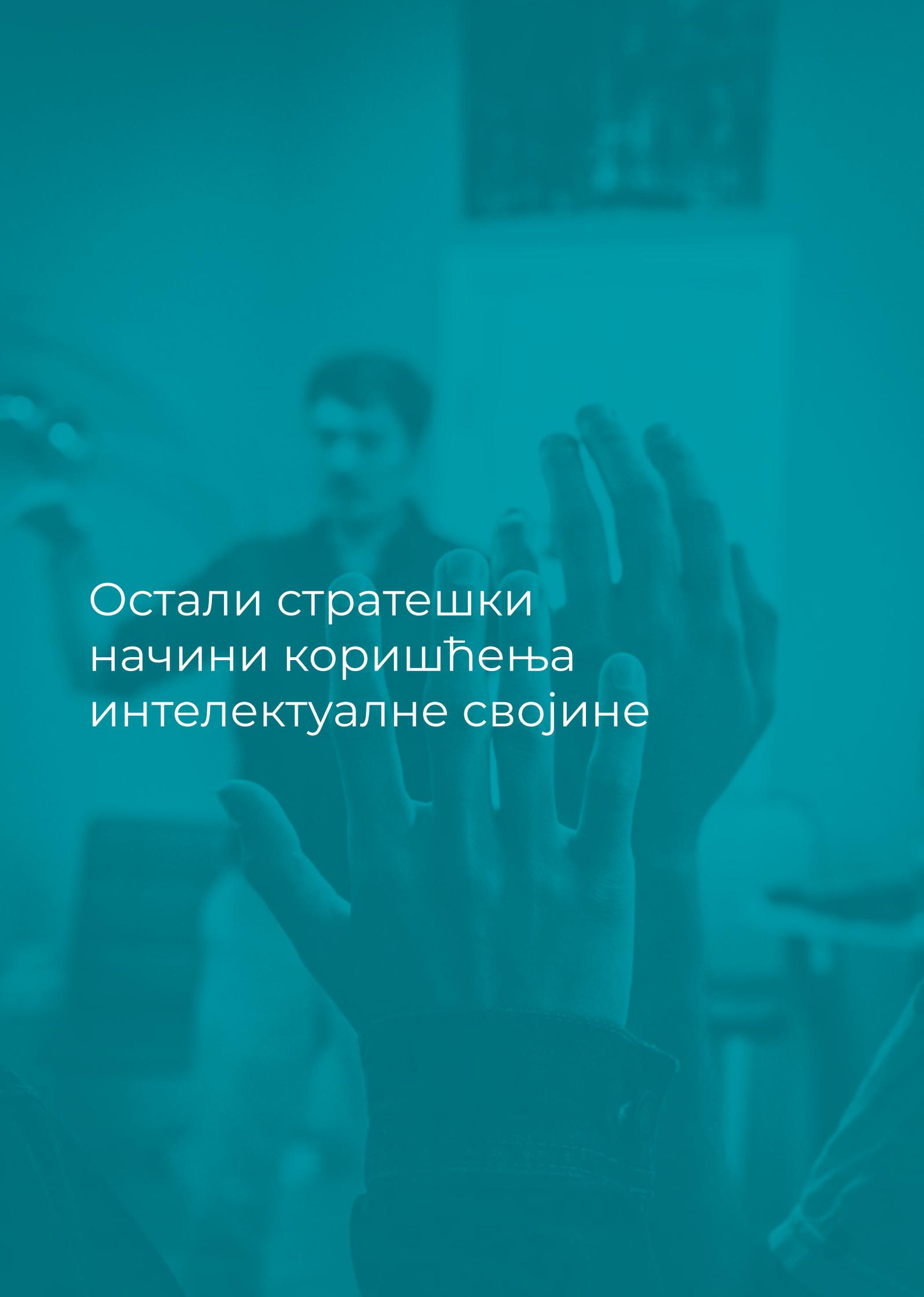
Међународна заштита ауторског права

Ауторско право се аутоматски признаје у свим државама потписницама Бернске конвенције⁶. Бернска конвенција прописује неке заједничке елементе, али је одлучивање о многим питањима препуштено државама чланицама.

Детаљи заштите се дакле могу незнатно разликовати у зависности од правног система, па тако ауторско правна заштита у Републици Србији траје за живота аутора и 70 година након његове смрти, док по Бернској конвенцији она траје за живота аутора и 50 година након његове смрти. Ауторско дело страног аутора у Републици Србији заштићено је под условом да је аутор лице које има ауторска права по основу Бернске конвенције и да постоји узајамност између Републике Србије и земље којој аутор припада. Пошто је ауторско право територијалног карактера, заштита призната на свакој локацији биће одраз закона те земље.

Напомене

- ¹ Контакт подаци националних завода за ИС могу се наћи на следећем линку: www.wipo.int/directory/en/urls.jsp.
- ² Под управом WIPO, Париска конвенција из 1883. године представљала је први велики међународни споразум о заштити права ИС, укључујући патенте.
- ³ Уговор о сарадњи у области патената (РСТ) је међународни уговор са више од 150 земаља потписница.
- ⁴ Постоје изузеци од овог правила. Познато је да и Европски завод за патенте и Корејски завод за интелектуалну својину дозвољавају рок од 31 месец.
- ⁵ Могуће је остварити бројне уштеде по основу такси. Видети у делу посвећеном најчешће постављаним питањима „Да ли је РСТ омогућава уштеде по основу такси?“ на www.wipo.int/pct/en/faqs/faqs.html.
- ⁶ Бернска конвенција о заштити књижевних и уметничких дела. Видети: www.wipo.int/treaties/en/ip/berne.



Остали стратешки
начини коришћења
интелектуалне својине

Стицањем једног или више права интелектуалне својине стартап заправо добија средства која може стратешки користити у свом пословању. То може учинити директним интегрисањем интелектуалне својине у процес производње или маркетинга својих производа и услуга, што утиче на јачање њихове конкурентности, о чему је већ било речи у претходним поглављима. Такође, може користити интелектуалну својину како би створио додатне токове прихода, обезбедио финансирање, привукао партнере, сараднике и запослене, и повећао вредност стартапа. У наставку разматрамо ове могућности.

Лиценцирање

Поред, или уместо, коришћења интелектуалне својине у својој основној делатности, стартап може искористити своје предмете ИС тако што ће другима дати право да их користе. Предност интелектуалне својине као нематеријалне имовине, за разлику од материјалне или физичке имовине, јесте у њеној флексибилности и широкој примени. Предмет ИС може истовремено искоришћавати велики број корисника, а да се при томе његова својства или квалитет не промене.

Давање овлашћења другом лицу да користи интелектуалну својину уз задржавање власништва над основним правима назива се лиценцирање. Реч је о уговорном споразуму (размени обећања), према којем се једна страна (давалац лиценце) обавезује да ће другој страни (стицалац лиценце) уступити право искоришћавања предмета ИС у власништву даваоца лиценце у замену за одређену вредност, најчешће периодична плаћања (лиценцна накнада).¹

Овај механизам омогућава стартапу који поседује права интелектуалне својине да створи додатне изворе прихода уступањем права искоришћавања неких од својих предмета ИС трећим лицима (видети слику 5). Потенцијалне кориснике лиценце

може пронаћи у истом географском подручју у којем послује или у другим географским подручјима, под условом да давање приступа интелектуалној својини не угрожава конкурентску позицију стартапа. Стартап чак може пронаћи интерес у лиценцирању своје технологије директним конкурентима, уз ограничавање поља примене или путем шеме унакрсног лиценцирања, чиме и он добија приступ портфолију ИС свог конкурента. Већина привредних субјеката чије се пословање у великој мери заснива на коришћењу интелектуалне својине организоваће свој портфолио ИС тако што ће предмете ИС које намеравају да лиценцирају одвојити од предмета ИС који су од великог стратешког значаја да би били предмет лиценце.

Лиценце могу бити структуриране на много различитих начина. На пример, право искоришћавања интелектуалне својине која је предмет лиценце може се дати само једном лицу, што је познато као искључива лиценца. У многим уговорима о искључивој лиценци, власници интелектуалне својине за себе задржавају права као што је могућност укључивања интелектуалне својине у сопствене понуде.

С друге стране, иста права интелектуалне својине могу бити дата на коришћење већем броју лица, односно лиценца може бити неискључива. Уговори могу бити састављени на тај начин да стицаоцу лиценце дозвољавају да своја права дели са другим лицима, што је познато као подлиценцирање. Такође је уобичајено да право искоришћавања предмета лиценце буде ограничено на одређене територије или активности.

Слика 5. Поједностављена класификација портфолиа ИС



У овом поједностављеном приказу портфолиа ИС привредних субјеката:

- У пољу 1 налазе се предмети ИС који су за привредне субјекте од кључног значаја, односно представљају стратешке технологије које оно неће лиценцирати осим својим партнерима као што су продавци и добављачи.
- ИС у пољима 2, 3 и 4 биће доступна за лиценцирање.
- Поље 2 обухвата технологије које привредни субјекти сматрају кључним или стратешким, али које је одлучило да лиценцира у циљу остваривања општег добра (на пример, јер спасавају животе).
- Поље 3 садржи предмете ИС који нису од кључног значаја и може се размотрити њихово лиценцирање.
- Поље 4 обухвата ИС која нема никакву вредност за привредне субјекте. Задржавање предмета ИС у овој категорији ће се претворити у трошак. Предузеће ће дакле тежити да изда лиценцу или прода ове предмете. Уколико се они у одређеном временском периоду не комерцијализују, биће допуштено да истекне трајање стечених права ИС.

Уговори о лиценцирању су флексибилни документи који се могу прилагодити потребама уговорних страна. Ипак, у зависности од циљева уговорних страна и самог предмета, састављање задовољавајућег уговора често може представљати изазов. У таквим случајевима, требало би потражити саветодавну помоћ. Иако се уговори о лиценци могу битно разликовати, ипак је могуће уочити неке заједничке карактеристике:

- У већини правних система, укључујући ту и Републику Србију, захтева се да уговори о лиценци буду закључени у писаној форми.
- У великом броју земаља, укључујући ту и Републику Србију, потребно је да уговори о лиценци буду

регистровани у надлежном националном телу, као што је Завод за интелектуалну својину. Уговор о лиценци производи правно дејство према трећим лицима од дана уписа истог у одговарајући регистар права индустријске својине Завода за интелектуалну својину РС.

- Клаузуле о преносу права и лиценцној накнади чине суштину уговора о лиценци.² Клаузула о преносу права односи са на право интелектуалне својине које се уступа, као и на сва ограничења која се могу применити. Клаузулом о лиценцној накнади дефинише се вредност коју давалац лиценце добија у замену за давање лиценце.
- Трајање уговора о лиценци неког права интелектуалне својине никада не може бити дуже од трајања законске заштите права интелектуалне својине које се преноси.³
- Ако је уговором о лиценци обухваћено више јурисдикција, оне морају бити појединачно обрађене у клаузули о преносу права или, уколико је потребно, требало би да буду предмет посебних уговора. Подразумева се да сва права интелектуалне својине која су предмет уговора о лиценци морају већ бити призната у датим земљама.
- При уступању лиценце за употребу жига, давалац лиценце би требало да успостави јасна правила контроле исправне употребе жига који је предмет лиценце и квалитета производа са тим жигом, како би осигурао да ће испунити очекивања потрошача од производа који носе тај жиг.
- У случају да стицалац лиценце има потребу да трећим лицима омогући приступ правима интелектуалне својине даваоца лиценце, неопходно је да према уговору о лиценци стекне права на давање подлиценце, при чему стицалац лиценце постаје давалац лиценце кориснику подлиценце.

Потребно је напоменути да ће неке од међусобних обавеза уговорних страна наставити да важе и након престанка уговора. Права која остају на снази ће се разликовати у зависности од предмета лицен-

це и садржаја уговора. Међутим, добро састављен уговор ће садржати одредбе према којима: давалац лиценце може да наплати доспеле лиценчне накнаде, стицалац лиценце има право да продаје лиценциране производе који су још на залихама, обавезе међусобне поверљивости и забрана откривања информација су укључене и обезбеђено право на спровођење ограничене ревизије након престанка уговора итд. Када је интелектуална својина у заједничком власништву, за давање лиценце тј. закључивање Уговора о лиценци потребна је сагласност свих носиоца права, осим уколико између њих није другачије уговорено. Потребно је пажљиво проценити да ли појединачни давалац лиценце има право да права искоришћавања предмета лиценце једнострано уступи другим лицима. У многим случајевима, заједнички власници морају о томе обавестити сувласнике, односно добити дозволу од њих. Често се давање лиценце конкурентима заједничког власника може ограничити уговором.

Ако је лиценцирање кључни пословни модел стартапа, а привлачење корисника лиценце основни извор прихода, најчешће је реч о привредном субјекту које се не бави продајом производа или услуга већ омогућава приступ технологији путем уговора о лиценци. *Bluetooth* или *Dolby* су примери пословних модела који се заснивају на лиценцирању. *Dolby* лиценцира своје технологије произвођачима оригиналне опреме (енгл. *original equipment manufacturer - OEM*), који их затим уграђују у производе у области индустрије забаве.

Исто важи и за стартапе који остварују добит по основу ауторских права, најчешће лиценцирањем софтвера трећим лицима. У зависности од свог пословног модела, врсте интелектуалне својине и сектора, стартап који се првенствено бави лиценцирањем може бити усмерен на давање лиценци великог обима (дневно одобрава неколико лиценци релативно ниске вредности) или малог обима (нпр. једна лиценца велике вредности годишње). Пре самог лиценцирања, а у складу са својим профилем, мораће успоставити одговарајуће процедуре у сферама развоја пословања, преговарања, управљања новчаним током, као и избора одговарајућих стратегија лиценцирања и стандаризовања уговора.



Оснивачи: Милан Сундаћ, Александар Станковић, Игор Чуровић

Порфолио ИС:

- Национални жиг у Републици Србији (MY FIT WORLD)
- Жиг заштићен на територији Уједињеног краљевства
- Међународни жиг путем WIPO Мадридског система (за територије ЕУ, Канаде, Мексика, Бразила, Аустралије)
- USA жиг у поступку
- Ауторско право над мобилном апликацијом и платформом MY FIT WORLD
- Пословне тајне и know how

Производ

My Fit World представља јединствену платформу – место сусрета тренера и вежбача како би омогућили тренерима да раде на вишем нивоу и обезбедили вежбачима да добију прилагођене тренинге и услугу персоналног тренера са свим статистикама и алатима где год се налазе.

Платформа пружа могућност креирања и складиштења садржаја (вежбе, тренинзи, програми и планови исхране, распоред рада, архиве и базе клијената, статистика), као и слања и продаје тих садржаја на глобалном тржишту. Значајан бенефит који платформа нуди је и детаљан увид у параметре напредовања клијената кроз историју рада, као и потпуно индивидуализован садржај за клијенте према њиховим циљевима и могућностима – који праве њихови тренери и/или терапеути, који им пружају константну подршку у раду.

„MyFitWorld” омогућава спортистима, рекреативцима и почетницима да пронађу праву особу која ће их безбедно и стручно водити ка остварењу својих циљева, а у складу са њиховим финансијским могућностима, слободним временом, локацијом и опремом. Уз лаку, интуитивну комуникацију на платформи током и након тренинга, клијенти могу дати коментар који аутоматски стиже њиховим тренерима/терапеутима, а на основу ког се може даљи напредак прилагодити по потреби, до најситнијих детаља, тако да је резултат загарантован. На тај начин ствара се јака и велика заједница свих оних који деле иста интересовања и стил живота, на глобалном нивоу.



Имајући у виду холистички приступ у вођењу клијената (од програма вежбања до исхране и организације комплетног посла), тренерима и фитнес центрима пружа се могућност да стварају конкретне садржаје које би могли продавати онлајн. Са друге стране, вежбачи ће, ма где се физички налазили, моћи да имају приступ сопственом програму и да ураде планирани тренинг, без обзира на то да ли је њихов тренер у могућности да буде физички присутан у датом тренутку или не. Такође, апликација омогућава директну комуникацију корисника кроз сопствени софтвер, као и могућност плаћања услуга вођења тренинга, продаје постављених програма, тренинга и вежби које могу поставити корисници и администратори апликације.

Жеља тима је да из Србије, као земље спорта, поред врхунских спортиста изађе и најбоља платформа која ће учинити глобално доступним приступ личним и кондиционим тренерима и персонализованим тренажним програмима, значајно већем броју људи, а онда ће и они који су финансијски у неповољнијем положају имати веће шансе да остваре свој пун потенцијал. Идеја за апликацију настала је пре тачно три и по године, директно из проблема с којим се тренери сусрећу свакодневно и због тренутно непотпуних решења која су у понуди. Милан и Александар су тада одлучили да започну израду платформе која би могла бити комплетно решење за проблеме који су актуелни у сфери спорта, рекреативног вежбања и, генерално, вођења здравог живота.

Гужва у граду, немогућност да се корисници појаве на тренингу јер живе на другом крају града, одлазак тренера на годишњи одмор. Сада то више нису разлози да њихови клијенти пропусте тренинг. Многи од корисника немају могућност да имају личног тренера, а оснивачи су дошли на идеју како да и они то добију. Визија је била да широм света доставе кондиционим и персоналним тренерима, као и људима који немају довољно новца за персоналне и кондиционе тренере, јединствено решење за све наведене проблеме.

На платформи је тренутно више од 2500 вежби, 100 програма, детаљни филтери за категоризацију вежби и тренинга, API за преузимање података са водећих Health&Fitness апликација и разних wearables-а, чиме постаје и јака социјална мрежа.

Интелектуална својина

На самом почетка рада на платформи оснивачи су истраживали која су то потенцијална права интелектуалне својине којима би заштитили свој производ. Након консултација са адвокатима, одлучили су се за ауторско дело и право жига. Одмах након завршетка рада на коду софтвера и целокупног изгледа платформе, исти су депоновали као ауторско дело за уношење у Евиденцију ауторских и сродних права, који води Завод за интелектуалну својину Републике Србије. Паралелно са тим, оснивачи су поднели захтев за заштиту жига (лого MY FIT WORLD) у Републици Србији, Европској унији, Канади, Мексику, Бразилу, Аустралији и Америци.

Бенефите заштите лога путем права жига спознали су на самом почетку пословања. Наиме, приликом постављања мобилне апликације MY FIT WORLD на Apple продавницу, наишли су на проблем. Apple је одбио да им апликацију под називом MY FIT WORLD објави због постојања апликације са сличном функцијом и називом (FIT WORLD).

Оснивачи су поднели такозвани „cease and desist (demand) letter” тврдећи да су они поднели пријаву за заштиту жига MY FIT WORLD у USA и захтевајући да се друга апликација уклони са продавнице или да промени назив. На овај начин започет је Apple dispute resolution process, у коме је Apple-ов тим адвоката испитивао њихово право на коришћење жига и позвао супротну страну да докаже своје. Будући да друга страна није доказала да поседује већ регистрован жиг или пријаву жига са ранијим датумом, MY FIT WORLD је успео у овом поступку, на основу поднете пријаве за признање права жига у USA и успешно поставио своју апликацију на Apple продавници.

Стартап би такође могао имати потребу да стекне или добије приступ интелектуалној својини која му је неопходна у пословању. Размотримо, на пример, следећу ситуацију:

- Универзитет поседује интелектуалну својину. Покреће независан стартап (енгл. *spin-off*) како би развио и ставио у промет ту интелектуалну својину. У идеалном случају, стартап би требало да има право власништва над интелектуалном својином, али може се десити да универзитет не жели или није у могућности да му пренесе права на њено искоришћавање. Дакле, стартап треба да добије лиценцу.
- Обезбеђивање слободе пословања (енгл. *freedom to operate - FTO*).⁴ У овом случају, стартапу је потребан приступ интелектуалној својини трећег лица да би развио и комерцијализовао своје производе или услуге. Слобода пословања ће највероватније бити обезбеђена лиценцирањем. Приликом уговарања лиценце требало би водити рачуна о томе какве ће бити потребе привредног субјекта када оствари раст или при његовој потенцијалној продаји другом ентитету. Ако се евентуалне непредвиђене околности не размотре унапред, стартап ће можда морати да поново преговара о условима лиценце, што може бити скупо или немогуће.

Пренос права интелектуалне својине

Пренос права представља продају предмета ИС. Носилац права преноси власништво над предметом на стицаоца права, најчешће, али не увек, у замену за одређену вредност (преноси могу бити извршени уз симболичну номинално изражену накнаду, када је дозвољено). По завршетку преноса права, стицалац права има пуно право на искоришћавање пренете интелектуалне својине. Пренос права је другачије уређен у различитим земљама и понекад је неопходан његов упис у национални регистар да би имао правно дејство према трећим лицима. Уколико се врши пренос права за групу повезаних права интелектуалне својине, која важе у више правних система, уговорне стране би требало да узму у обзир национални карактер права интелектуалне својине, као и обавезу да продаја предмета права мора бити у складу са важећим законима у тим правним системима, као што су Закон о патентима, Закон о жиговима, Закон о правној заштити индустријског дизајна и Закон о ауторском и сродним правима.

Битно је напоменути да је могуће применити и хибридни приступ, који представља комбинацију преноса права и лиценцирања. Узмимо као пример технологију која је заштићена са два одвојена патента у две различите земље. Стартап би патент у Земљи А могао стећи преносом права, а патент у Земљи Б искоришћавати на основу уговора о лиценци.

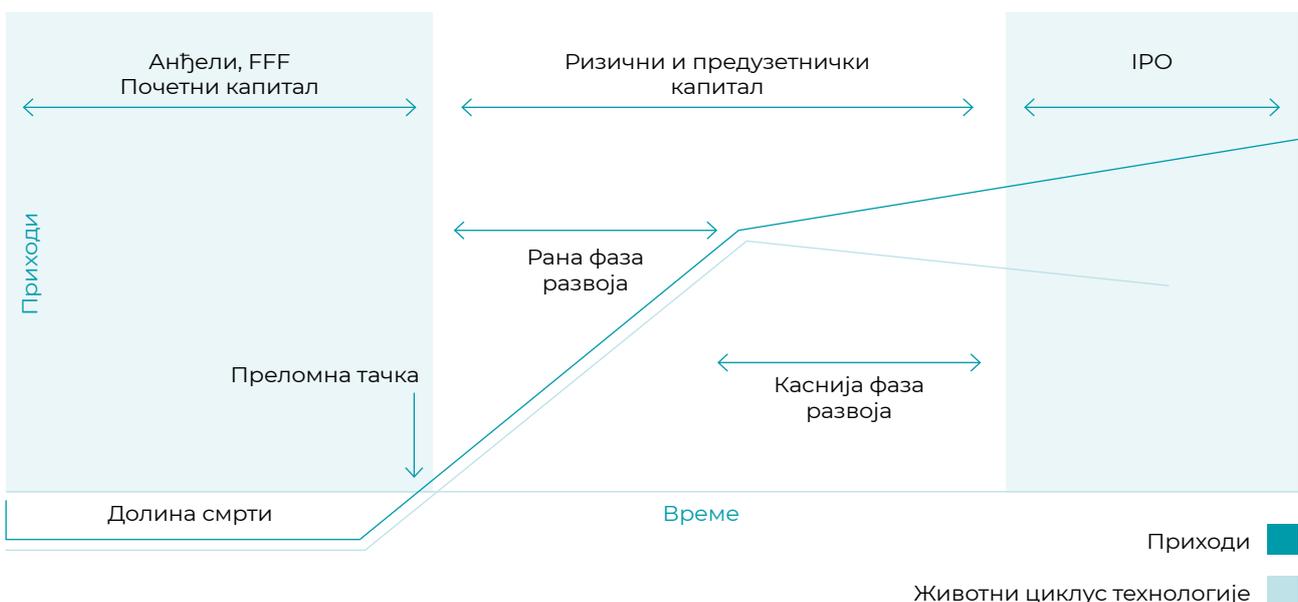
Приступ изворима финансирања

Сваки новоосновани привредни субјект мора најпре да потроши новац да би се касније нашло у позицији да зарађује. То је дакле та злогласна „долина смрти“ коју стартап мора да пређе. Пошто је мало вероватно да ће стартап остварити довољан профит одмах по свом покретању, он мора обезбедити довољно капитала како би покрио своје оперативне трошкове док не постане самоодржив. Понекад оснивачи стартапа сами финансирају свој стартап. Међутим, већини стартапа су потребна додатна финансијска средства, и то веома значајни износи. Многи стартапи се зато окрећу разним изворима финансирања, како у почетној фази тако и током свог раста. При томе, неопходно је уверити финансијере да је стартап предузео одговарајуће кораке у погледу анализе окружења и заштите своје интелектуалне својине. У наставку су укратко описани поједини извори финансирања, док су фазе финансирања илустроване на слици 6.

Овај општи приказ извора финансирања одражава стање у екосистемима са дугом историјом улагања у стартапе. У пракси, облици и расположивост извора финансирања разликују се у зависности од земље.

Имајте у виду да се у фази пре него што почне да остварује приходе (док прелази долину смрти)

Слика 6. Фазе финансирања



стартап најчешће финансира уз помоћ „породице, родбине и пријатеља“ (енгл. friends, family and fools - FFF), пословних анђела или, евентуално, путем бесповратних средстава из државне помоћи.

Већина фондова предузетничког капитала (енгл. venture capital - VC) радије улаже у стартапе који већ остварују позитиван новчани ток (више зарађују него што троше). Ипак, поједини фондови предузетничког капитала, који су усмерени на финансирање привредних субјеката из области високих технологија у раној фази развоја, улажу и пре него што она почну да стварају профит.

У процесу прикупљања финансијских средстава стартап ће проћи кроз неколико фаза, од ослањања на улагања пословних анђела до финансирања путем фондова предузетничког капитала. У свакој фази уложени износ ће бити знатно већи него у претходној.

Важно је напоменути да у раним фазама развоја крива прихода (тамно плава) најчешће прати криву животног циклуса технологије (светло плава). Основна поука која из тога проистиче је да ако стартап не настави са иновативним активностима, већ се ослони на првобитно развијену технологију, његови приходи ће извесно опадати са сазревањем те технологије.

Подршка државе

Технологије које су сврстане у оквиру четвртог нивоа технолошке спремности (TRL4), или још нижег, тешко ће моћи да рачунају на финансијску подршку традиционалних инвеститора јер таква улагања подразумевају излагање значајним технолошким и пословним ризицима. Поред тога, могуће је да још не постоји правно лице које би могло добити финансијска средства. Технологија се обично налази у фази развоја, често у оквиру веће институције као што је универзитет. У тој фази, финансијска средства неопходна за подизање нивоа технолошке спремности обично се обезбеђују из буџетских средстава универзитета предвиђених за истраживачке активности или из државне помоћи.

Постоје и изузеци од овог општег правила. У циљу подстицања развоја предузетништва неке државе су успоставиле механизме доделе бесповратних средстава мање вредности, којима су стартапима обезбеђена бесповратна средства или дугорочни кредити како би самостално могла развити и доказати оправданост својих технологија, односно пословних модела. Веома ретко се дешава да је пословни анђеос спреман да уложи мањи износ за финансирање доказивања оправданости технологије и фазе истраживања и развоја.

Званичним механизмима доделе бесповратних средстава за истраживачке активности често су постављени услови у погледу власништва и искоришћавања свих облика интелектуалне својине који настају финансирањем („стечена ИС“). Последице, државна институција или универзитет у којима се спроводи истраживање могу полагати право на стечену ИС, што би могло да умањи могућности њеног слободног искоришћавања од стране самог предузетника у оквиру стартапа. У случају коришћења ресурса који припадају универзитету (лабораторије, материјали, људски ресурси), или када је предузетник са универзитетом склопио уговор о раду, универзитет или лица која су финансирала истраживање могу захтевати да им се призна пуно или делимично право на створену интелектуалну својину. То зависи од локалног закона и политика универзитета којима је регулисана интелектуална својина.

У Републици Србији је ово питање регулисано Законом о науци и истраживањима Републике Србије.⁵ Дакле, оснивачи стартапа би требало да пажљиво проуче локалне законе и политике универзитета у области интелектуалне својине. Финансирање пројеката сарадње, конзорцијума и међународних истраживачких програма може бити условљено на сличне начине, који такође ограничавају коришћење и алокацију очекиване стечене ИС. Поред тога, пројекат може захтевати од појединих партнера да сопствену интелектуалну својину („претходна ИС“) ставе на располагање осталим партнерима на пројекту. Ако пословни модел стартапа захтева искоришћавање стечене ИС која може зависити од претходне ИС трећег лица, предузетник ће можда морати да решава проблеме у вези са обезбеђивањем слободе пословања.

Стартапи могу имати користи и од других државних програма подршке развоју иновација. На пример, у појединим пореским режимима привредним субјектима је дозвољен одбитак за трошкове истраживања и развоја у њиховим пореским пријавама, што утиче на смањење укупних трошкова. Осталим програмима, као што је „*Patent Box*“ режим, обезбеђени су порески подстицаји за приходе које привредни субјекти остварују по основу права интелектуалне својине. У Републици Србији постоји пореска олакшица „*IP Box*“, која представља изузимање квалификованог прихода из основице пореза на добит правних лица, а регулисана је чланом 25б Закон о порезу на добит правних лица и Правилником о квалификованим приходима. Поред тога постоји и пореска олакшица „*R&D одбитак*“ који представља увећани одбитак за трошкове истраживања и развоја (уколико уложите нпр два динара, држава Вам признаје увећан трошак, па тако рачуна да је уложено 4 динара), а регулисана је чланом 22г Закона о порезу на добит правних лица и Правилником о условима и начину остваривања права на признавање трошкова који су непосредно повезани са истраживањем и развојем у пореском билансу у двоструко увећаном износу.

Финансирање од стране породице, родбине и пријатеља (FFF)

У било којој фази развоја стартапи могу имати приступ ванинституционалним изворима финансирања, као што је финансирање од стране пријатеља или чланова породице. Најчешће се ради о зајмовима, који су обично мале вредности, нису обухваћени формалним уговором и вероватно нису приказани у књиговодственим документима стартапа. Ако одлучи да прихвати ова средства, стартап би ипак требало да настоји да документује овај прилив капитала како би избегао потенцијалне законске или пореске обавезе у будућности. Код самофинансирања оснивања и раних фаза развоја стартапа, власништво над интелектуалном својином може постати проблем ако постоји више суоснивача.

Партнери би примарно, и што је пре могуће, требало да међусобно реше питање поседовања интелектуалне својине. То се обично решава путем уговора чланова друштва/акционара (енгл. *Shareholder agreement - SHA*). На пример, један сувласник може финансирати стартап, док други улаже интелектуалну својину или техничко знање које ће довести до стварања нове интелектуалне својине. Добра пракса би била да се сва права власништва пренесу на стартап, као и да се све

нове пријаве за признање заштите права ИС подносе преко стартапа, а не лично од стране оснивача.

Пословни анђели

Пословни анђели су појединци који улажу сопствени новац, за разлику од фондова предузетничког капитала који управљају финансијским средствима инвеститора који су трећа лица. Пословни анђели најчешће улажу у области у којима имају професионално искуство или су предмет њиховог интересовања. У поређењу са фондовима предузетничког капитала они обично улажу мање износе, али често то чине у ранијој фази развоја.

Поред тога што обезбеђују капитал, добри пословни анђели су спремни да поделе своје стручно знање и подрже развој производа и пословања стартапа, а касније и да им помогну у прикупљању средстава и управљању. Попут фондова предузетничког капитала, у замену за своје улагање пословни анђели обично добијају удео у власништву стартапа. Они дакле имају власнички удео у стартапима којима пружају подршку, али не нужно и у њиховој интелектуалној својини или интелектуалној својини коју стварају. Пословни анђели ретко траже власнички удео у кључној интелектуалној својини. Ако би се такав захтев појавио, оснивачи би требало веома опрезно да реагују. С друге стране, инвеститори обично траже од стартапа да релевантна права интелектуалне својине пренесу на новог привредног субјекта, нпр. када она припадају засебном правном лицу, као што је универзитет, или појединцу, као што је предузетник. Пословни анђели који улажу у стартапе у Републици Србији:

1. Скок123 (то је група БА из САД-а, а већина анђела има корене са ових простора, па желе да улажу у стартапе у Словенији, Хрватској и Србији).
2. Група пословних анђела коју је окупила Иницијатива „Дигитална Србија“

Фондови предузетничког и ризичног капитала

Фондови предузетничког капитала (VC) су у далеко већој мери институционализовани у односу на пословне анђеле. Они обично управљају удруженим средствима других инвеститора, богатих појединаца или средствима инвестиционих фондова. Заједнички назив за све инвеститоре у фонд предузетничког капитала је „партнери са ограниченом одговорношћу“ (енгл. *limited partners - LPs*). Већина ових инвеститора ће се фокусирати на

улагања у одређену област, као и на одређене фазе развоја. Износи које улажу (тзв. „минимално улазно улагање“) ће се разликовати од фонда до фонда. Будући да су институционалног карактера и имају фидуцијарну дужност према својим улагачима, процедуре детаљне анализе пословања (*due diligence*) и доношења инвестиционих одлука код фондова предузетничког капитала трају знатно дуже него код пословних анђела.

Да би привукли улагања неког фонда предузетничког капитала, предузетници би требало да утврде да ли је пословни фокус стартапа и износ који тражи у складу са инвестиционим критеријумима фонда. Стартап који се бави развојем мобилних апликација и коме је потребно 500.000 америчких долара, вероватно неће успети да обезбеди улагање од стране фонда који инвестира у област природних наука и никада не улаже мање од 2 милиона долара.

Очигледно је да предузетници морају да пронађу почетни капитал за стартап када њихови пројекти још увек не доносе профит, али и стартап са позитивним новчаним током такође може тежити да прикупи инвестициона средства (што се реализује продајом власничког капитала привредног субјекта), на пример, у циљу убрзања свог развоја, уласка на нова тржишта или увођења нових производа на тржиште. Водећи принцип је повећање вредности новог привредног субјекта.

Обично ће се власнички удео оснивача значајно смањивати како стартап буде пролазио рунде финансирања. Кључна претпоставка је да када вредност стартапа расте, повећава се и вредност удела. Ако привредни субјекат добро послује и његова укупна вредност се повећава, мањи проценат власничког капитала ће вредети више. Илустрације ради, замислите да оснивач поседује 80 процената удела стартапа чија је процењена вредност 1 милион америчких долара. Вредност његовог власничког капитала износи 800.000 долара. После неколико рунди инвестирања вредност стартапа је порасла на 500 милиона долара, али оснивачев удео у власничком капиталу сада износи 10 процената од укупне вредности. Вредност његовог власничког капитала је порасла на 50 милиона долара. VC фондови који су активни у Републици Србији:

1. South Central Ventures
2. Fill Rouge
3. Credo ventures
4. Lunch Hub Ventures

5. Early Bird

6. Telekom ventures- први српски кооперативни VC фонд

Повећање вредности стартапа

Као што је раније наведено, интелектуална својина представља део имовине привредног субјекта који има одређену вредност. Та вредност олакшава стављање у промет предмета ИС и чини основу за повећање вредности стартапа. У данашњој економији заснованој на знању, нематеријална имовина привредног субјекта већим делом учествује у њиховој укупној вредности, док је удео физичке имовине све мањи. Претходно се посебно односи на стартапе, будући да већина њих своје пословање заснива на једној иновацији – једном нематеријалном средству – и практично нема никакву физичку имовину. Вредност таквих привредних субјеката превасходно проистиче из вредности њихове иновације и знања које поседују њихови творци.

Међутим, процена вредности интелектуалне својине представља сложен и често тежак поступак,⁶ а посебан изазов када су у питању стартапи, јер је њихова интелектуална својина најчешће недовољно зрела, још у фази истраживања и развоја или регистрације. Такође, предмет ИС нема константну вредност. Она се временом мења под утицајем бројних фактора, као што су регистрација патента, доказивање оправданости технологије, интересовање потенцијалних партнера за коришћење лиценце, постојећа тражња за технологијом, могућности њене замене другим технологијама итд. Слично томе, одбијање пријаве патента, правни спор по питању власништва, појава другачијег али конкурентног производа, или нова регулаторна препрека, могу довести до смањења вредности интелектуалне својине.

Ипак, требало би извршити процену вредности у мери у којој је то могуће. За почетак, важно је узети у обзир разлику између потенцијалне вредности интелектуалне својине коју стартап комерцијализује и интелектуалне својине коју лиценцира великој корпорацији. У почетку ће прва имати далеко нижу вредност од друге, због ризика који се везују за пословање стартапа. Међутим, ако стартап успешно прође кроз различите фазе развоја и потврди оправданост свог пословног модела, вредност његове интелектуалне својине ће расти и може достићи знатно већу новчану вредност од оне која би се могла постићи лиценцирањем. Имајући претходно у виду, процена вредности интелектуалне својине у раној фази развоја корисна

је из неколико разлога, укључујући следеће:

- За потребе обрачуна удела у власничком капиталу лица које у стартапу уноси интелектуалну својину (за разлику од лица које обезбеђује капитал). На пример, замислимо да процењена вредност пријаве патента износи 100.000 америчких долара и да друга страна жели да исти износ уложи у стартап. На основу тога, оба партнера ће имати по 50 процената удела у власничком капиталу стартапа, под условом да неки други фактори не утичу на промену структуре власничког капитала.
- У циљу привлачења инвеститора. Потребно је извршити процену вредности стартапа који је у потрази за финансијским средствима да би потенцијални инвеститори сазнали колики је прави износ власничког капитала који ће добити у замену за своје улагање. Процена вредности интелектуалне својине стартапа може утицати на повећање његове укупне вредности, што омогућава оснивачима да увећају свој власнички капитал за исти износ финансирања. На пример, замислимо да је инвеститор спреман да уложи 100.000 америчких долара у стартап у раној фази развоја. Ако је процењена вредност стартапа 500.000 долара, инвеститор ће остварити 20 процената удела у власничком капиталу. Међутим, уколико оснивачи могу да на основу вредновања своје ИС добију процењену вредност стартапа од 1 милион долара, они ће

повећати сопствени удео, а инвеститор ће за исти износ улагања добити 10 процената удела у власничком капиталу.

- Стартап можда жели да стекне лиценцу за искоришћавање предмета ИС који припада трећем лицу, као што је универзитет. Вредност интелектуалне својине која је предмет лиценце утицаће на трошкове оснивања стартапа. Као одговор на то, стартап може преговарати о опцијама (нпр. лиценцирању ИС у каснијем периоду), тражити капитал од инвеститора (што ће му омогућити да купи лиценцу за ИС), или преговарати са власником интелектуалне својине о могућности одложеног плаћања лиценцих накнада (при чему ће се лиценчне накнаде акумулирати, али ће стартап одложити њихову исплату, обично док не почне да остварује позитиван новчани ток).
- Такође је потребно извршити процену вредности када се интелектуална својина продаје, издаје лиценца, користи као залог за зајам или у циљу добијања пореских олакшица на комерцијализовану интелектуалну својину (у земљама чије фискалне политике обезбеђују такве подстицаје). Привредни субјект такође може извршити процену вредности свог целокупног портфолија ИС и приказати ту вредност као имовину у својим билансима, како би израчунало своју укупну вредност.

Табела 1. Покретачи вредновања интелектуалне својине

Класификација	Покретач вредновања
Трансакција	Лиценцирање предмета ИС; франшизинг Продаја или куповина предмета ИС М&А; дезинвестирања, spin-offs Заједничка улагања или стратегијске алијансе Донација предмета ИС
Спровођење права ИС	Обрачун штете у случају повреде права интелектуалне својине
Интерна употреба	Улагање у истраживање и развој Интерно управљање ИС Стратешко финансирање и/или прикупљање (власничког) капитала Односи са инвеститорима
Остале сврхе	Финансијско извештавање Стечај/ликвидација Пореска оптимизација Осигурање предмета ИС

Видети: WIPO. IP PANORAMA. Модул 11 о вредновању ИС.
www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_11_learning_points.pdf.

Постоји неколико⁷ метода процене вредности интелектуалне својине. Неки од најчешће коришћених су наведене у наставку.

Трошковни метод (Cost method)

Према трошковном методу процена вредности предмета ИС врши се на основу обрачуна трошкова интерног или екстерног развоја сличног (или потпуно истог) предмета ИС. Претходно подразумева сабирање директних и опортунитетних трошкова, као и процену застарелости. Крајња вредност интелектуалне својине добија се обрачуном трошкова насталих током развоја, њиховим кориговањем за стопу инфлације да би се добила садашња вредност, а затим се врши даља корекција за износ амортизације услед застарелости.

При утврђивању застарелости предмета ИС потребно је узети у обзир функционалну, технолошку и економску димензију застарелости.

Функционална застарелост обрачунава се на основу додатних оперативних трошкова насталих коришћењем једног предмета ИС уместо тренутно доступних алтернатива, које могу бити стање технике. Технолошком застарелосту се сматра стање када интелектуална својина постаје безвредна под утицајем технолошке еволуције. На пример, патенти за следећу генерацију дискетних јединица биће безвредни јер су већ доступне технолошки супериорније опције. Економска застарелост настаје када коришћење интелектуалне својине у њеном усавршеном и најбољем облику не доводи до остваривања адекватног приноса на улагања.

Постоје две варијанте трошковног приступа. Методом обрачуна трошка репродукције испитује се ниво трошкова производње потпуно идентичног предмета ИС. Методом обрачуна трошка замене утврђују се издаци који су неопходни за развој сличног предмета ИС који је функционално идентичан постојећем.

Тржишни метод (Market method)

Тржишним методом се вредновање предмета ИС врши поређењем са конкретном ценом сличног предмета ИС, плаћеном под упоредивим околностима. Да би се извршила процена вредности коришћењем овог метода неопходно је да постоји идентичан предмет ИС, или група упоредивих или сличних предмета ИС. Ако ти предмети нису савршено упоредиви, морају се успоставити варијабле којима ће се извршити корекција разлика.

Тачност вредновања коришћењем овог система повећава се са већом доступношћу информација о природи и обиму права која се преносе, укључујући и детаље о условима коришћења и околностима трансакције (да ли се ради о унакрсној лиценци или је уговор о лиценци закључен судским поравнањем итд.).

Међутим, предмет ИС се по дефиницији сматра јединственим. Није могуће пронаћи потпуно идентичне или значајно упоредиве предмете ИС. Поред тога, чак и ако бисмо успели да успешно лоцирамо трансакције које се односе на веома сличну интелектуалну својину, било би изузетно тешко добити прецизне информације о њима јер су такве информације обично поверљиве.

Метод процене прихода (Income method)

Методом процене прихода се вредност предмета ИС процењује на основу очекиване економске добити коју би предмет ИС требало да донесе, дисконтоване на садашњу вредност. Ово је најчешће коришћени метод процене вредности ИС. Да би се применио, потребно је направити пројекције токова прихода (или уштеда трошкова) које ће предмет ИС остварити током остатка свог корисног века трајања (енгл. remainder of useful life - RUL), упарити те приходе или уштеде са трошковима који су директно повезани са предметом ИС, проценити ризике и на крају ту добит свести на садашњу вредност применом дисконтне стопе, односно стопе капитализације.

Привлачење партнера и сарадника

Адекватно управљање портфолиом ИС представља сигнал да стартап има озбиљан приступ и вреднује своју интелектуалну својину, као и да је предузео кораке да је заштити. Таква слика улива поверење потенцијалним сарадницима и упућује на то да је окружење повољно, да ће иновације бити поштоване и заштићене, а пословни подухват сигуран. Тема сарадње на пољу развоја интелектуалне својине у последње време добија на значају у контексту феномена који се назива „отворене иновације“. Стартапи који су посвећени отвореним иновацијама активно ангажују спољне сараднике да би унапредили своје понуде, охрабрујући стварање идеја изван саме организације. У прошлости је иновација обично настајала у затвореном окружењу, односно развијана унутар организација уз занемарљив спољни допринос.

Данас постаје обичај да организације траже инпуте од спољних сарадника. Мали стартапи све више настоје да се укључе у веће пројекте и, предузимањем мера у циљу управљања својом интелектуалном својином, докажу пред осталим играчима своје инвентивне и креативне способности и постану кандидати за сарадњу са великим компанијама. Иако модели отворених иновација могу представљати огромне шансе за стартапе, она би ипак требало да обрате посебну пажњу на питање власништва над интелектуалном својином и лиценцне аранжмане, којима би могло бити условљено учешће у овим пројектима. Велики играчи који позивају на сарадњу често захтевају од својих партнера да им пренесу власништво над интелектуалном својином или дају широка права лиценце. Можда то ипак неће бити у складу са пословним моделом стартапа, односно његовим интересом.

Напомене

- ¹ Видети: International Trade Center and WIPO (2005). Exchanging Value, Negotiating Technology Licensing Agreements – A Training Manual. <https://tind.wipo.int/record/28675> ; and WIPO (2015). Successful Technology Licensing. www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo_pub_903.pdf.
- ² Видети: WIPO Green, Licensing Check List. https://www3.wipo.int/wipogreen/docs/en/wipogreen_licensingchecklist_061216.pdf
- ³ Ипак, имајте у виду да пословне тајне могу трајати заувек. Уговор такође може трајати дуже него његове одредбе везане за интелектуалну својину, нарочито уколико је реч о пружању услуга.
- ⁴ За додатне информације о FTO видети поглавље Управљање ризицима ИС.
- ⁵ За више информација, видети: WIPO, Intellectual Property Policies for Universities. <https://www.wipo.int/technology-transfer/en/ip-policies.html>
- ⁶ Видети: WIPO. IP PANORAMA. Module 11 on IP valuation. www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_11_learning_points.pdf; and European IPR Helpdesk. “Fact sheet – Intellectual Property Valuation.” https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/ip-business_en.
- ⁷ Ibid.

Управљање ризицима

Разумевање ризика који могу настати услед занемаривања важности система ИС подједнако је битно за успех стартапа као и вештина његовог коришћења у циљу јачања конкурентности. Уколико стартап не успе да заштити своје иновације, неће моћи да рачуна на претходно описане могућности које би могле допринети јачању и ширењу његовог пословања. Услед неразумевача начина на који систем ИС функционише, стартап би могао постати мета напада и изложити се непотребним трошковима. Управљање ризицима у области интелектуалне својине би требало да буде један од приоритета укупне пословне стратегије стартапа. У наставку следи опис неколико значајнијих ризика.

Јасно дефинисање власништва и права коришћења

Одсуство заштите или неблаговремена заштита

Као што је претходно поменуто, технолошки стартап се оснива како би се на тржиште пласирао иновативан производ или услуга, а понекад је реч и о само једном производу или услузи. Иновација је за њега често једини и основни извор вредности. Један од највећих ризика за такав стартап представља губитак предмета ИС и његово препуштање трећим лицима зато што није обезбедио одговарајућу заштиту, чиме се целокупан пословни модел привредног субјекта доводи у опасност. Сваки стартап би стога требало да настоји да заштити своју иновацију и тиме спречи њено присвајање од стране других лица. Управљање овим ризиком подразумева предузимање следећих корака:

- благовремена регистрација;
- поштовање рокова и редоследа активности приликом регистрације;
- састављање патентних захтева у пријави за признање патента на начин којим се спречава заобилажење предмета заштите;
- остваривање заштите на свим релевантним тржиштима и
- заштита свих будућих унапређења.

Пошто су права интелектуалне својине територијално ограничена, стратегијом заштите интелектуалне својине требало би да буду обухваћена сва тржишта која су од интереса за стартап. Када стекне заштиту, стартап мора редовно одржавати своја права интелектуалне својине на тим тржиштима плаћањем свих прописаних такси. Стратап треба унапред да предвиди све трошкове одржавања права интелектуалне својине.

Спречавање цурења информација

Стартапима такође прети опасност ако своје потенцијалне предмете ИС не успеју да задрже у тајности пре подношења пријаве за заштиту интелектуалне својине. Као што је већ споменуто у овом водичу, ако се иновација која може бити предмет заштите патентом или дизајн које је створио стартап открију (чак и малом броју људи), они губе својство новостности и можда више неће испуњавати услове заштите (осим ако се откривање није десило током грејс периода, ако постоји). Уколико би се то десило, стартап би истог тренутка постао неодржив. Поред тога, поверљиве пословне информације које су откривене не испуњавају услове да буду заштићене као пословне тајне, осим ако се откривање није догодило у контексту уговора о поверљивости. Наиме, припрема и спровођење уговора о поверљивости и пракси у тој области у сарадњи са запосленима и трећим лицима, као што су добављачи, партнери и купци, требало би да буду приоритет за стартапе.

Изоостанак преноса права

Запослени, добављачи или ангажована трећа лица могу допринети развоју иновација или бити заслужни за њихов настанак. Стартап не би требало да подразумева да му аутоматски припада нешто на чему су радили његови запослени или ангажовани извођачи посла. У таквим околностима неопходно је размотрити специфичне одредбе националног закона.

У појединим земљама, законом је уређено да се власништво над проналасцима који су створени током и у контексту радног односа аутоматски преноси на послодавца, а то је случај у Закону о патентима у Републици Србији где је посебно дефинисано власништво на проналасцима из радног односа. Међутим, имајући у виду да ће многи стартапи највероватније пословати и изван граница своје земље, где се закони могу разликовати, привредним субјектима се препоручује да у своје уговоре о раду уврсте клаузулу која се односи на власништво над интелектуалном својином. Требало би пажљиво анализирати на који начин се интелектуална својина тренутно користити, али и какве ће бити могућности њеног коришћења са развојем привредног субјекта. Увек проучите националне законе пошто они могу запосленим иноваторима признати право прече куповине, односно прописати да су послодавци у обавези да награде такве запослене итд.

Из сличних разлога, приликом припреме уговора са трећим лицима, стартап би требало да настоји да

у њима буде обрађено и разјашњено питање власништва над интелектуалном својином. У случају да је инвентивни и креативни посао обавило ангажовано треће лице, уговором између извођача посла и стартапа би права на целокупну интелектуалну својину створену током ангажовања, од које зависи успех пословног подухвата, требало бити пренета на стартап. У недостатку такве одредбе често се подразумева, нарочито када се ради о креативном процесу као што је развој софтвера, дизајн веб-сајта или фотографија, да ће ангажовано треће лице бити власник свог дела, осим ако права коришћења нису експлицитно пренета на стартап. Да поновимо, стартапи би требало да размишљају унапред, консултују национални закон, и да у свим уговорима у раду и уговорима са екстерним лицима наведу на који начин ће бити дефинисана права власништва. У уговорима треба да буде наведено да ће власништво над свим иновацијама које су створили запослени, или које су наручене од трећих лица, бити пренето стартапу.

Такође се може догодити да стартап има више оснивача, од којих су сви имали улогу у креирању и развоју почетне идеје о производу. Ако један или више њих оде, а да нису пренели права на стартап, стартап може доћи у позицију да више не поседује интелектуалну својину која му је потребна да би наставило са пословањем.

Исто као што стартап запошљава или уговара послове са трећим лицима, већи привредни субјекти ангажују мања за обављање одређених послова. То се често дешава у пословним окружењима карактеристичним по отвореним иновацијама, где велики привредни субјекти често од мањих специјализованих привредних субјеката захтевају да реше специфичне техничке проблеме. У том случају, стартап се налази у позицији екстерног извођача посла. Пре предузимања таквог посла, стартапи би требало да са већим привредним субјектима успоставе јасан споразум о томе ко ће поседовати интелектуалну својину која је резултат тог посла. Посебно је компликовано склопити аранжман ако стартап развија ново решење (стечена ИС), при чему му је одобрен приступ интелектуалној својини трећег лица (претходна ИС). У таквим околностима неопходно је разјаснити ко поседује одређена права и која су могућа ограничења у погледу коришћења проистекле интелектуалне својине. Реч је о сложеним питањима које је неопходно пажљиво размотрити и о њима благовремено преговорати.

Циљ стартапа треба да буде успостављање „чистог“ власништва над интелектуалном својином коју ства-

ра. Ако није могуће остварити право власништва, стартап би требало да стекне права искоришћавања предметне интелектуалне својине у уговорене сврхе. Као и када се ради о физичкој имовини, крајњи циљ је отклањање сваке сумње о томе ко је власник интелектуалне својине.

Спречавање покретања судских спорова

Скупи судски спорови могу стартап довести до уништења, будући да је за њих својствено да немају средства да се одупру агресивном парничару. Покретање судског спора је често омиљено оружје великих привредних субјеката (заправо сваког конкурента који поседује средства), које користе да би са свог пута склонили перспективни млади стартап. Стартапи су такође изложени ризику услед деловања „субјеката који се на баве производњом“ (често носе нимало ласкав назив „патентни тролови“), чији се пословни модел заснива на потрази за малим привредним субјектима која користе технологију у власништву трећих лица и претњама да ће их тужити ако не купе лиценцу.

Ова врста ризика може се ублажити или избећи провером права трећих лица и спречавањем њихове повреде. Доступан је увид у сва регистрована и пријављена права (код пријаве патената обично 18 месеци од њеног подношења) и стартапи могу лако проверити и уверити се да не користе заштићену технологију, односно жигове и дизајн који припадају другима. Исто тако, стартапи морају водити рачуна о томе да не врше повреду ауторског права на туђим делима или незаконито приступају поверљивим пословним информацијама. Погрешни кораци могу за последицу имати скупе судске поступке, а стартап може изгубити драгоцено време или угрозити своју репутацију.

Слобода пословања (FTO)

Стартап може поседовати права интелектуалне својине која штите његову иновативну нишу, али ова права сама по себи могу бити недовољна да би ставио у промет свој производ. Разлог је у томе што већина права интелектуалне својине, а посебно патентна права, представљају „негативна права“.¹ Носилац патента не остварује аутоматско право примене и искоришћавања проналаска за који је поднео захтев у свом патентном документу. Патентносиоцу патента само даје право да спречи друге да користе патентирани проналазак. Из тога следи да ће стартапу можда бити потребан приступ другим правима интелектуалне својине да би свој производ ставио у промет.

Замислите, на пример, да стартап намерава да комерцијализује нову и иновативну станицу за пуњење електричних скутера. Дизајн производа укључује кабл на увлачење. На тржишту на којем ће стартап производити или продавати свој производ други привредни субјекат има патент за систем за увлачење кабла. Дакле, стартапу ће за продају свог иновативног пуњача са каблом на увлачење бити потребна дозвола тог привредног субјекта. Уколико стартап свој производ комерцијализује без дозволе, привредни субјект са патентом за систем за увлачење кабла ће вероватно интервенисати. Оно може захтевати да стартап престане са коришћењем кабла или плати одштету за неовлашћено коришћење његове интелектуалне својине.

Да не би дошло до таквих сценарија, неопходно је да привредни субјекти изврше претрагу интелектуалне својине трећих лица због које би могла бити спречена да продају своје производе на циљним тржиштима. Тај поступак је познат као анализа слободе пословања.²

Да бисмо објаснили на који начин ФТО функционише у пракси, размотримо следећи хипотетички пример анализе слободе пословања у одређеној земљи.

- Стартап жели да производи и продаје производ А. Свој производ намерава да продаје под називом „Јамбу“.
- Производ има седам одвојених поткомпоненти.
- Стартап има две пријаве патената које су још увек у поступку, а обухватају пет од седам компоненти (светла и тамна боја плаве на слици).
- Спојница (светло сива) је кључна поткомпонента

која је у јавном домену.

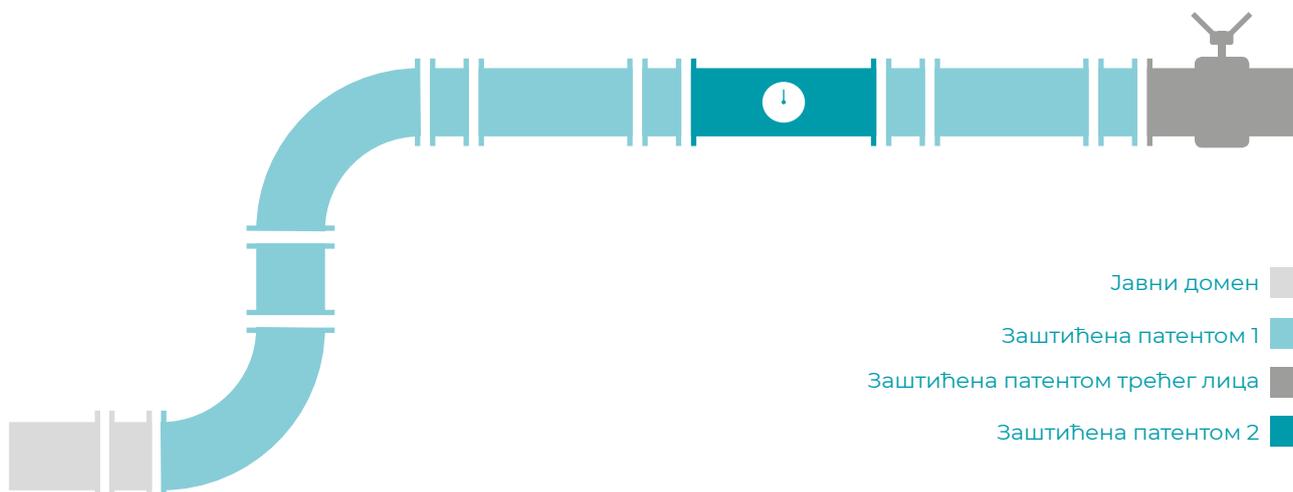
- Вентил (тамно сива) припада патенту трећег лица.
- Предложено име брэнда „Јамбу“ је већ заштићено од стране другог привредног субјекта, али за различиту категорију производа.

У овом примеру стартап има проблем јер је вентил (тамно сиви) патентиран од стране трећег лица. Стартап има следеће опције:

- изоставити заштићени вентил из финалног производа;
- усвојити различит дизајн којим ће се избећи коришћење патентираног вентила;
- купити патент или обезбедити лиценцу за коришћење технологије вентила од носиоца патента;
- оспорити валидност патента.

Производ вероватно неће функционисати без вентила, тако да прва опција не може бити изводљива. Уколико није у могућности да дизајнира алтернативан вентил, стартап се може обратити трећем лицу које је носилац патента и тражити да купи патент или добије лиценцу за коришћење технологије. Ако власник патента није спреман да прода патентирани вентил или да лиценцу, или би ипак пристао али по цени која је превисока и не уклапа се у пословни модел стартапа, могуће је да ће стартап бити принуђен да одустане од пројекта, ризиковати да буде тужен за злоупотребу патента, или ће се упустити у скуп и неизвесан подухват оспоравања валидности патента. Овакви исходи могу бити веома штетни за стартап који је већ уложио значајна средства, у смислу времена и ресурса, у развој и комерцијализовање свог производа.

Слика 7. Пример анализе слободе пословања Производ А, његове поткомпоненте и патенти којима је заштићена свака поткомпонента



Док се о проблемима везаним за FTO најчешће говори у контексту патената, ови проблеми такође могу искрснути и код других права интелектуалне својине. На пример, стартап из нашег примера рачунао је да ће свој производ назвати „Јамбу“. Открио је да је овај назив већ заштићен и користи се за различити производ. У овом случају, назив би се могао користити, јер на истом простору могу постојати два жига, под условом да се односе на различите врсте производа (у различитим класама Ничанске класификације) и да се један од њих не сматра „општепознатим“ (тада могу постојати ограничења).

Остали примери. Стартап жели да производи хардвер, али му је за његово функционисање и постизање компатибилности са другим системима потребан софтвер заштићен ауторским правом. Затим, помислите на стартап који је развио мобилну апликацију али му је потребан приступ интерфејсу за програмирање апликација (енгл. *application program interface - API*) или пакетима алата за развој софтвера (енгл. *software development kits - SDK*) у власништву трећих лица. У контексту ауторских права, уговорима о лиценци за коришћење отвореног софтвера могу бити прописане обавезе које онемогућавају стартапу да комерцијално искоришћава изворни код или сопствени софтвер учини доступним јавности. Стартап би требало да спроведе анализу FTO за свако географско подручје у коме планира да комерцијализује свој производ. Пошто права интелектуалне својине важе само у земљама или регионима у којима су призната, анализом FTO може се добити различит резултат за сваку анализирану земљу.

Из свих претходно наведених разлога, стартапима се озбиљно препоручује да што је пре могуће спроведу анализу FTO на свим тржиштима од интереса и да то ураде пре него што уложе значајне ресурсе у развој производа. Стартапи које не предузму ову меру предострожности ће извесно платити више за приступ технологији, ризиковати покретање спора или угрожавање репутације. Стартапи којима недостају средства за спровођење свеобухватне анализе FTO на свим тржиштима од интереса, можда ће морати да одреде приоритете (тржишта, карактеристике производа, или власници патената за које се везује највећи ризик итд.).

Уштеда времена и ресурса

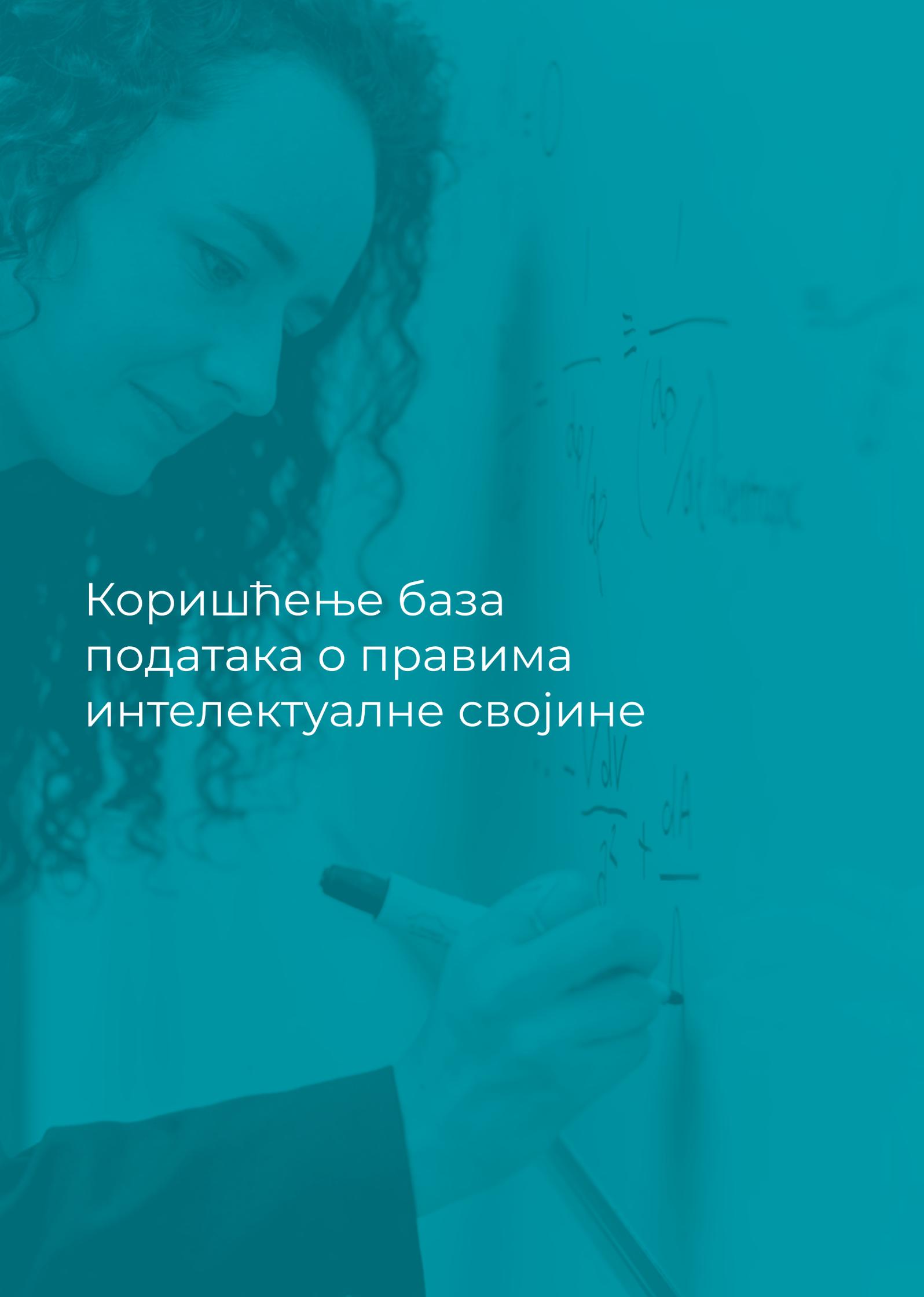
Многи стартапи греше јер се „заљубе“ у своју идеју и пропусте да провере да ли је она заиста нова. Једноставно претпостављају да нико други није дошао до исте или сличне идеје. Такав пропуст може производ или стартап осудити на пропаст. Ако се испостави да су други имали исту или сличну идеју за производ и предузели активности да је заштите на тржиштима за која је заинтересован стартап, његов улазак на та тржишта биће ефективно блокиран.

Зато се стартапи морају потрудити да разумеју конкурентско окружење. То ће им омогућити да добију битне информације и избегну неугодна и скупа изненађења. Стартап који се информисао о конкуренцији може да усмери своје истраживачке и развојне активности ка областима које пружају могућности, заокрене правац или реструктурира свој процес развоја уколико је потребно, прилагоди свој пословни модел, уочи потенцијалне партнере или конкуренте, или једноставно одустане од своје идеје. Јавно доступне базе података су важан извор информација и могу помоћи стартапу да донесе ове одлуке и избегне грешке. Бројне базе патената које садрже објављене пријаве патената и одобрене патенте, као и базе података жигова и дизајна, су слободно доступне. Оне представљају кључне изворе техничких, правних и пословних информација.

Напомене

- ¹ Важно је објаснити да се при анализи слободе пословања која се односи на патент узимају у обзир патентни захтеви (специфичан део патентне документације) којима је одређен обим правне заштите једног патента. Оно што је од материјалног значаја за FTO налази се у том делу, а не на другим местима.
- ² Видети: "IP and Business: Launching a New Product: freedom to operate" In WIPO Magazine, September 2005. https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2005/05/article_0006.html.





Коришћење база
података о правима
интелектуалне својине

Као што је већ истакнуто, када стартап поднесе пријаву за признање патента, жига или индустријског дизајна, релевантна национална или регионална институција надлежна за наведена права интелектуалне својине, у Републици Србији је то Завод за интелектуалну својину, објављује пријаву после одређеног временског периода, чија дужина зависи од конкретног права интелектуалне својине и правног система. Базе података патената, жигова и индустријског дизајна обезбеђују значајне пословне, техничке и правне информације које су слободно доступне сваком ко је повезан на интернет. Ове базе података представљају користан извор информација за стартапе током целокупног животног циклуса њихових привредних субјеката о темама које сежу од искоришћавања права интелектуалне својине до управљања ризицима.

Базе патената

Да би стекао право на патент, подносилац пријаве мора да открије у пријави информације о проналаску које су довољно детаљне да би стручно лице из те области могло да их разуме. Те информације које се објављују у базама патената:

- садрже детаљне информације о техничким решењима;
- често представљају једини извор с обзиром на то да садрже информације које нису доступне на другим местима;
- покривају широк спектар техничких и научних активности;
- се класификују, тј. уносе у складу са међународним системима класификације патената, чиме се олакшава претрага.

Стартап може да консултује бесплатно доступне базе података које води Завод за интелектуалну својину РС и то националне регистре патената и малих патената,¹ WIPO базу PATENTSCOPE², која садржи бројне националне и регионалне збирке података о патентима, али и друге базе података које обезбеђују регионалне организације као што је ЕПО који одржава базу *Espacenet* (ова база се редовно допуњава са патентним документима из Републике Србије), или базе података приватних провајдера као што су *Google Patents* и *lens.org*. Приватни пружаоци комерцијалних услуга такође одржавају базе које се могу консултовати уз плаћање одређене накнаде и нуде функције софистициране претраге и анализе. Међу њима су најпознатије следеће платформе: *Derwent Innovation*, *Questel Orbit*, *PatBase*, *TotalPatentOne*, *Ambercite*, *PatSeer*, *PatSnap*, *WIPS Global* и *East Linden*.

Стартапи могу искористити подршку националних завода за патенте, који одређене претраге и консултантске услуге пружају уз одређену надокнаду или у одређеним случајевима и бесплатно. Завод за интелектуалну својину РС пружа информативно претраживање у присуству странке у јавним базама или професионално претраживање у комерцијалним базама уз плаћање накнаде за Информативне услуге претраживања уз поднет захтев за претраживање у писаном облику, који садржи детаљан опис проналаска и/или друге информације од интереса за претраживање. Више можете пронаћи на следећем линку: <https://www.zis.gov.rs/podrska/informativne-usluge-pretrazivanja/>. Увид у информације које се налазе у базама патената помаже стартапима да:

- избегну дуплирање својих истраживачких и развојних напора;
- процене потенцијал за заштиту проналаска патентом;
- избегну повреду права патената који припадају трећим лицима;
- процене конкурентност и јединствену вредност својих проналазака;
- искористе технологије које су описане у патентним пријавама за које нису призната права и патентима који не важе у појединим земљама или нису више на снази;³
- прикупе податке о иновативним активностима и будућем правцу пословног развоја конкурената;
- унапреде процес планирања пословних одлука у вези са лиценцирањем, технолошким партнерствима, спајањима и припајањима (M&A).



Оснивач: Драгољуб Марковић

Портфолио ИС:

- Европска пријава патента у поступку (an apparatus and a system for speech and/or hearing therapy and/or stimulation)
- Национална пријава жига у Републици Србији VOICE TOYS
- ЕУ пријава жига VOICE TOYS
- Ауторско право над мобилном апликацијом која управља системом
- Пословна тајна и know how

Производ

VOICE TOYS представља систем за говорно-језичку терапију. Voice Toys је јединствен систем високе технологије, намењен за логопедску праксу. Осмишљен је најпре за децу са кохлеарним имплантима и слушним апаратима, децу која имају поремећаје слуха, разне врсте говорно-језичких поремећаја и поремећаје сензорне интеграције. Неки уређаји се могу користити и код других развојних поремећаја као што су губитак вида и поремећаји из аутистичног спектра поремећаја. Систем се састоји од 4 уређаја, мобилне и интернет апликације. Систем је заснован на идејама стручњака из Дечије Куће, центра за рану дијагностику и терапију деце са оштећењима слуха и говора, са седиштем у КБЦ Звездара у Београду. Основна идеја је помоћи деци да постану свесна сопственог гласа, омогућити им да играју игре са својим чулима и да визуализују своје покрете и скакање како би се лакше прилагодили терапијском процесу. Ови уређаји имају снажан психолошко-мотивациони утицај, што чини терапијски процес пријемчивијим и опуштенијим. Деца реагују на ове уређаје са ишчекивањем и радошћу. Ови уређаји убрзавају процес учења и помажу терапеутима да се боље повежу са својим пацијентима.

Voice Toys систем заснива се на микроконтролерима који се могу једноставно, бежично ажурирати. Захваљујући томе, уређаји могу бити модификовани и обогаћени додатним функцијама, у складу са корисниковим захтевима. Сви Voice Toys уређаји су направљени од безбедних материјала и све оштре ивице су одстрањене како би се смањио ризик од повреде. Систем не садржи каблове, све је бежично повезано и ради на пуњиве батерије. Сви уређаји прате исте принципе у свом дизајну – визуелно су пријемчиви, једноставни, лаки за коришћење и неодвраћају пажњу током терапијског процеса. Уређајем контролише мобилна апликација која се такође редовно ажурира и обогаћује новим могућностима.

Систем се састоји од четири бежична подсистема уређаја - Spread, JumpED, StimulatED и SurroundED, мобилне апликације која их контролише и интернет апликације која прати терапијски процес.

Spread је систем сачињен од 5 бежичних, светлосних стубића који раде на пуњиве батерије. Стубићи реагују на јачину звука тако што укључују или искључују своја светла.

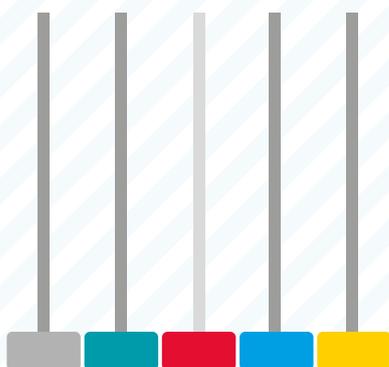
JumpED је осмишљен тако да се монтира на зид са напајањем из утичнице, преко кабла. Показује измерене нивое помоћу светала разних боја, која се приказују од дна до врха уређаја, на основу јачине звука или јачине скакања на трамболини.

StimulatED је вибротактилна кутија која реагује на јачину и учесталост звука тако што производи благе, разнобојне светлосне сигнале и благе до умерене вибрације. Боје се мењају у складу са висином тона гласа. SurroundED је систем од 5 бежичних паметних звучника напајаних пуњивом батеријом, који се користе за локализацију извора звука. Звучна локализација је способност слушаоца да одреди место опаженог звука у виду процене смера и удаљености звука.

Интелектуална својина

Тржиште терапеутских играчака је изузетно конкурентно, те је Драгољуб Марковић од почетка развоја свог производа размишљао како да исти заштити путем права интелектуалне својине. Учешћем у Raising starts програму (видети више на страни 73.), добио је стручну помоћ адвоката, са којима је заједно развио ИС стратегију. Као своја потенцијална тржишта препознао је територију Републике Србије и Европске уније, те је и патентна пријава, као и пријава за признање права на жиг Voice Toys, поднета за те територије. Драгољуб је сам написао рачунарски код за софтвер и мобилну апликацију, који су неопходни за управљање системом, те самим тим поседује и ауторско право над истим. Know how за терапијску процедуру добио је од лекара из Клиничко-болничког центра.

Spread



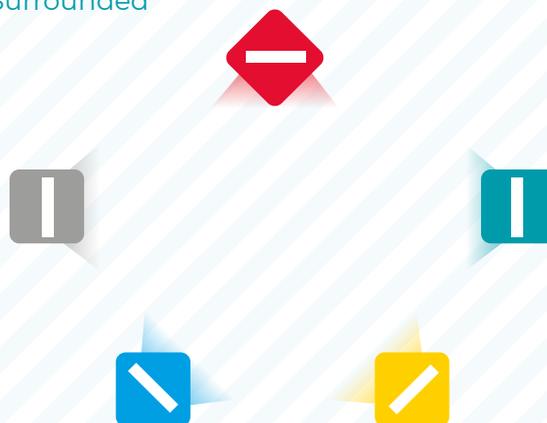
StimulatED



JumpED



Surrounded



Коришћење података о патентима и анализа окружења

„Мапирање патената“ (Patent mapping) или „анализа патентног окружења“ (Patent landscape analysis) подразумева систематично претраживање и анализу постојећих патената у одређеном технолошком простору. Мапирањем се описује окружење у технолошкој области, врсте техничких решења која могу бити на располагању, као и водећи и надлазећи играчи у том простору. Заснива се на претраживању стања технике коришћењем термина и кључних речи, симбола из Међународне класификације патената (енгл. *International Patent Classification - IPC*) или Кооперативне класификације патената (енгл. *Cooperative Patent Classification - CPC*) и серије оператора који унапређују циљану претрагу. Овај процес је итеративан. Када се дође до релевантног скупа података, могу се анализирати и визуализовати различите области везане за патенте, што омогућава стартапима, истраживачким институцијама и мултинационалним компанијама да добију кључне податке о конкуренцији, квантитативне и квалитативне податке. Врста информација које ће бити анализирани и представљени, или чак доведене у међусобну везу, разликује се у зависности од циља сваке анализе.⁴

Анализа патената може пружити широк спектар информација, укључујући:

- Информације о технолошким трендовима у циљним технолошким просторима. У нашем динамичном свету поједине технологије брзо постају превазиђене, док се друге експлозивно шире, попут вештачке интелигенције, подстакнуте повећаном доступношћу великих скупова података. Када су привредни субјекти у могућности да одреде положај технологије на S кривој⁵ и правац развоја циљних технологија, она могу на одговарајући начин формулисати своје стратегије комерцијализације и усмерити своје активности истраживања и развоја. Ове информације такође помажу да се утврди када је активност патентирања на врхунцу, идентификују презаузете области које могу отежати улазак на тржишта („црвени океан“), као и области у којима је активност патентирања на ниском нивоу („плави океан“), а конкуренција мање интензивна. Највеће шансе за стартапове вероватно се крију у релативно неистраженим областима, познатим као „празни бели простори“. Поједине врсте анализа и услуга усмерене су на проналажење ових области.
- Информације о активним играчима у области. Анализа података о патентима може помоћи у

препознавању лидера и нових играча у некој области, али и потенцијалних партнера и конкурената, као и у откривању како се њихова активност патентирања током времена развијала. Њен акценат може бити на откривању информација о припадности важних проналазача одређеним организацијама, евентуално њиховим везама са различитим ентитетима, али и сарадњи на пројектима, која се препознаје на основу заједничких пријава патената. Ове информације показују где се одвија сарадња између актера у одређеној индустријској области, универзитета и стартап или издвојених „спиноф“ привредних субјеката. Поред тога, информације о проналазачу могу пружити увид у његову прошлу и садашњу припадност одређеним организацијама, као и у заједничка истраживања и сарадњу.

Извештаји о патентном окружењу могу садржати и просторне концептуалне мапе. На њима су визуелно представљене учесталост и концентрација одређених термина у пронађеној патентној документацији (скуп података). Области великог интересовања су приказане као издигнута подручја или „врхови“ и могу бити засићене. Области у којима је активност мања налазе се између врхова. Ови „празни бели простори“ су од посебне важности за стартапе који покушавају да уђу на тржиште. Неколико фирми нуди варијанте просторних мапа, међу којима су *Derwent Innovation's Themescape*, *PatSnap Landscape* и *Orbit*.

Базе жигова и индустријског дизајна

Пре него што стартап уложи време и ресурсе и постане везан за свој знак који је осмислио и који у потпуности осликава сву веру стартапа у свој производ, важно је спровести претрагу регистрованих жигова. Она омогућава да се отклони сумња да неко други није већ регистровао такав знак жигом или користи истоветан или веома сличан знак, за исте или сличне производе. Стартап може да почне једноставним претраживањем интернета и помоћу претраживача провери да ли се назив који је осмислио већ користи. Након тога, може претражити базе жигова националних и регионалних завода за жигове, као и базу глобалних брендова WIPO.⁶ Најбоље је ангажовати заступника за жигове. Поступак је сличан код индустријског дизајна, односно важно је проверити да ли је идентичан или веома сличан дизајн већ регистрован. База података глобалног дизајна, коју одржава WIPO, али и друге базе дизајна, представљају користан извор за те сврхе.⁷

Ауторско право

Знатно је теже извршити проверу дела заштићених ауторским правом зато што регистри ауторских права не постоје у свим земљама и регистрација дела се врши на добровољној бази. Међутим, да би се установиле потенцијалне обавезе и могућности у вези са интелектуалном својином, могу се спровести интернет претраге усмерене на пословне идеје за које би дело заштићено ауторским правом могло бити од значаја, као и на информације о конкурентима. Као што је претходно истакнуто, ауторским правом је заштићен начин на који је идеја изражена, а не сама идеја. Последишно, сасвим је могуће створити независно оригинално дело које „оплеменењује“ дело заштићено ауторским правом. На пример, пошто софтверски код може произвести исте излазне податке на много различитих начина, могуће је написати нови код без повреде права трећег лица. Такође, некада се може добити лиценца за развој идеје на основу постојећег дела. Вероватно ће бити могуће остварити конкурентску предност уколико је ново дело лакше за употребу, практичније или атрактивније, или се може ефикасније испоручити на тржиште.

Називи интернет домена

Као што је већ речено, стартапи би требало да провере да ли је њихов жељени назив домена доступан.⁸ Ако претраживање покаже да није, у том случају треба да изабере алтернативни назив домена или евентуално купе жељени назив од неког ко га је задржао за препродају. Привреди субјекти такође могу изменити свој жељени назив домена или покушати да га региструју под другим генеричким интернет доменима највишег нивоа (gTLDs), укључујући и нове gTLDs, који су вероватно доступнији, као и под националним интернет доменима највишег нивоа (ccTLDs). За више информација о називима домена, видети поглавље Стварање препознатљивости вашег производа на тржишту.

Напомене

- ¹ <https://www.zis.gov.rs/baze-podataka/patent/>.
- ² <https://www.wipo.int/patentscope/en/>.
- ³ За информације о проналажењу и коришћењу информација у јавном домену видети: WIPO (2020). Identifying Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs. <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4501>. Такође видети: WIPO. Using Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1063.pdf.
- ⁴ Видети: WIPO. PATENTSCOPE. “Patent Landscape Reports.” <https://www.wipo.int/publications/en/series/index.jsp?id=137>.
- ⁵ Технолошка крива у облику латиничног слова S представља графички приказ животног циклуса одређене технологије који приказује њено увођење, раст, зрелост и опадање.
- ⁶ Видети: WIPO. Global Brand Database. <https://www.wipo.int/reference/en/branddb>.
- ⁷ Видети: WIPO. Global Design Database. <https://www.wipo.int/reference/en/designdb>.
- ⁸ Видети: ICANN. Domain Name Registration Data Lookup. <https://lookup.icann.org/en>.

A hand holding a pen over a document with handwritten text, overlaid with a teal gradient. The text is in Cyrillic and includes words like 'Својина', 'интелектуална', and 'Својина'.

Ревизија интелектуалне својине

Ревизија интелектуалне својине (IP Audit)¹ је систематска провера и оцена интелектуалне својине коју привредни субјект поседује, користи или је стекао права њеног коришћења. Она се спроводи у циљу процене и управљања ризицима, решавања проблема и спровођења најбољих пракси у управљању интелектуалном својином. На основу свеобухватне анализе интелектуалне својине привредног субјекта, повезаних уговора, релевантних политика и процедура у вези са усклађивањем са важећом регулативом, ревизија помаже привредном субјекту да:

- изврши попис својих предмета ИС или ажурира њихов статус;
- анализира на који начин се ови предмети користе или зашто се не користе;
- потврди да ли је интелектуална својина коју привредни субјект користи у његовом власништву или припада другима и
- утврди да ли коришћењем предмета ИС привредни субјект врши повреду туђих права и да ли други повређују права интелектуалне својине привредног субјекта.

Поједностављена контролна листа питања које би требало размотрити при ревизији интелектуалне својине дата је у табели 2. Привредни субјект може користити ове информације како би одредио које мере треба да предузме у вези са сваким предметом ИС како би остварио своје пословне циљеве.²

Ревизије интелектуалне својине могу бити корисне за привредне субјект као општа процедура одржавања реда у пословању, али и за постизање веома специфичних циљева које захтева разумевање статуса његових предмета ИС. На пример, стартап који је развио иновативан производ или услугу, који је можда претворио или не у предмет ИС, настојаће да процени које опције има на располагању.

Ревизија ће му помоћи да утврди на који начин одређени предмет ИС може допринети спровођењу његове пословне стратегије, процени своју конкурентску снагу и управља ризицима. Ревизије такође помажу стартапима да спремно дочекају инвеститоре. Инвеститори желе да имају јасну слику о стању интелектуалне својине стартапа. Из сличних разлога ће ревизија бити од помоћи и при куповини стартапа („излазна фаза“).

Поред тога, ревизије помажу у откривању предмета ИС који немају директан утицај на кључне пословне активности и могли би бити лиценцирани или продати како би се створили алтернативни токови прихода. Такође, могу омогућити да се препознају

сувишни предмети ИС који стварају непотребне трошкове одржавања и требало би их избацити из портфолија.

Први корак у спровођењу ревизије интелектуалне својине обухвата евидентирање предмета ИС стартапа. То подразумева попис његове целокупне нематеријалне имовине и издвајање оних делова који испуњавају услове да буду заштићени као интелектуална својина. Као поткатегорија нематеријалне имовине, интелектуална својина се разликује од остале нематеријалне имовине јер је дефинисана законом и из ње проистичу права.

За почетак, у оквиру интерног процеса, стартап посматра шта он то ради другачије од својих конкурентата, односно одакле потиче његова конкурентска предност. На пример, да ли стартап има јасно утврђене оперативне процедуре у управљању пројектима, знање и искуство у складиштењу осетљивих хемикалија или интерно развијени систем управљања односима са купцима (енгл. *customer relationship management - CRM*)? Да ли знање запослених представља важан интелектуални капитал привредног субјекта? Веома је тешко извршити процену вештина и знања запослених (односно *know-how*). Један метод се састоји у праћењу описа послова запослених у односу на захтеве њихових радних места како би се утврдила додата вредност по сваком запосленом. Ову праксу би требало допунити процедурама евидентирања резултата (лабораторијске књиге, кратки извештаји о развоју пројекта, документација о истраживању итд.), које ће омогућити привредном субјекту да обухвати и интерно документује своју нематеријалну имовину.

Табела 2. Поједностављена контролна листа питања која треба размотрити током ревизије интелектуалне својине

1. Који потенцијални предмети интелектуалне својине постоје?

- Знакови, називи, етикете које се користе за обележавање производа или услуга.
- Иновативне идеје, нови начини обављања активности, техничка решења.
- Креативно писање, софтвер, рекламни цинглови, видео клипови итд.
- Атрактивно паковање, дизајн, препознатљиви облици итд.
- Интерне пословне информације, као што су: извештаји; анализе података; маркетиншке информације; информације о производњи; *know-how* и негативан *know-how*; базе купаца и информација о купцима; упутства за обављање послова и пројектовање; дизајни, нацрти, дијаграми и уметничка дела; идеје и планови; формуле и прорачуни; прототипови; лабораторијске белешке и експерименти; информације о продавцима и добављачима; информације о истраживању и развоју; подаци о трошковима, ценама, добити, губитку и маржи; предвиђања и планови; рекламни материјали; финансијски подаци; буџети и пројекције; софтвер и изворни код.

2. Да ли ови предмети ИС могу бити заштићени као пословне тајне, патенти, жигови, називи домена, дизајн, ауторско дело или дело сродног права?

3. Да ли постоје проблеми у вези са власништвом?

- Да ли су идеје развили оснивачи стартапа, запослени за време радног односа или ангажовани извођачи послова, продавци или клијенти?

4. Постоје ли релевантни уговори којима су дефинисана питања у вези са ИС?

- Да ли је њима предвиђен пренос права?

5. У случају да постојећим уговорима није предвиђен пренос права, да ли су предузети кораци да се права пренесу или лиценцирају стартапу?

6. Постоје ли проблеми са повредом права?

- Да ли стартап врши повреду права било ког трећег лица?
- Да ли трећа лица врше повреду права стартапа?

7. У случају да нема проблема са власништвом или повредом права:

- Да ли су предузете мере у циљу подношења одговарајућих пријава за жигове, регистрацију назива домена, патенте и дизајн?
- Да ли се ове пријаве или предмети ИС одржавају на снази благовременим плаћањем прописаних такси за одржавање?

8. Да ли су пријаве поднете у свим циљним земљама?

9. Да ли су предузети кораци у циљу очувања тајности конкурентних пословних информација:

- предузимањем мера заштите;
- ограничавањем приступа информацијама;
- потписивањем уговора о поверљивости са запосленима и трећим лицима којима би се подаци могли открити;
- уговарање забране конкуренције након престанка радног односа запосленима у стартапу;
- саопштавањем информација о интерним политикама да би се спречило ненамерно откривање података?

10. На који начин предмети ИС додају вредност стратешким пословним циљевима привредног субјекта?

- Да ли се сви они користе у основној делатности привредног субјекта?
- Да ли се другима може дати право њиховог коришћења?
- Да ли би неке од њих требало одбацити, донирати или користити на друге начине?
- Могу ли послужити за привлачење инвеститора, партнера и сарадника?

Напомена: За више информација видети: South-East Asia IPR SME Helpdesk. IP Audit Checklist. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/76538af8-ccb7-11eb-ac72-01aa75ed71a1>.

Такође видети: Alan R. Singleton. IP Audit Checklist (Singleton Law Firm, P.C). <https://nebula.wsimg.com/d88b0ffd498cd797d780f38d40a0a316?AccessKeyId=532DB1B257AADAEA6A76&disposition=0&alloworigin=1>

Након идентификовања имовине која представља интелектуалну својину или потенцијалну интелектуалну својину, ревизијом се утврђује њен статус. Да ли је привредни субјекат власник неког од својих предмета ИС и, уколико јесте, да ли права још увек важе? У случају да не поседује права, да ли су предузете активности за стицање власништва или пренос права коришћења путем уговора о лиценци?

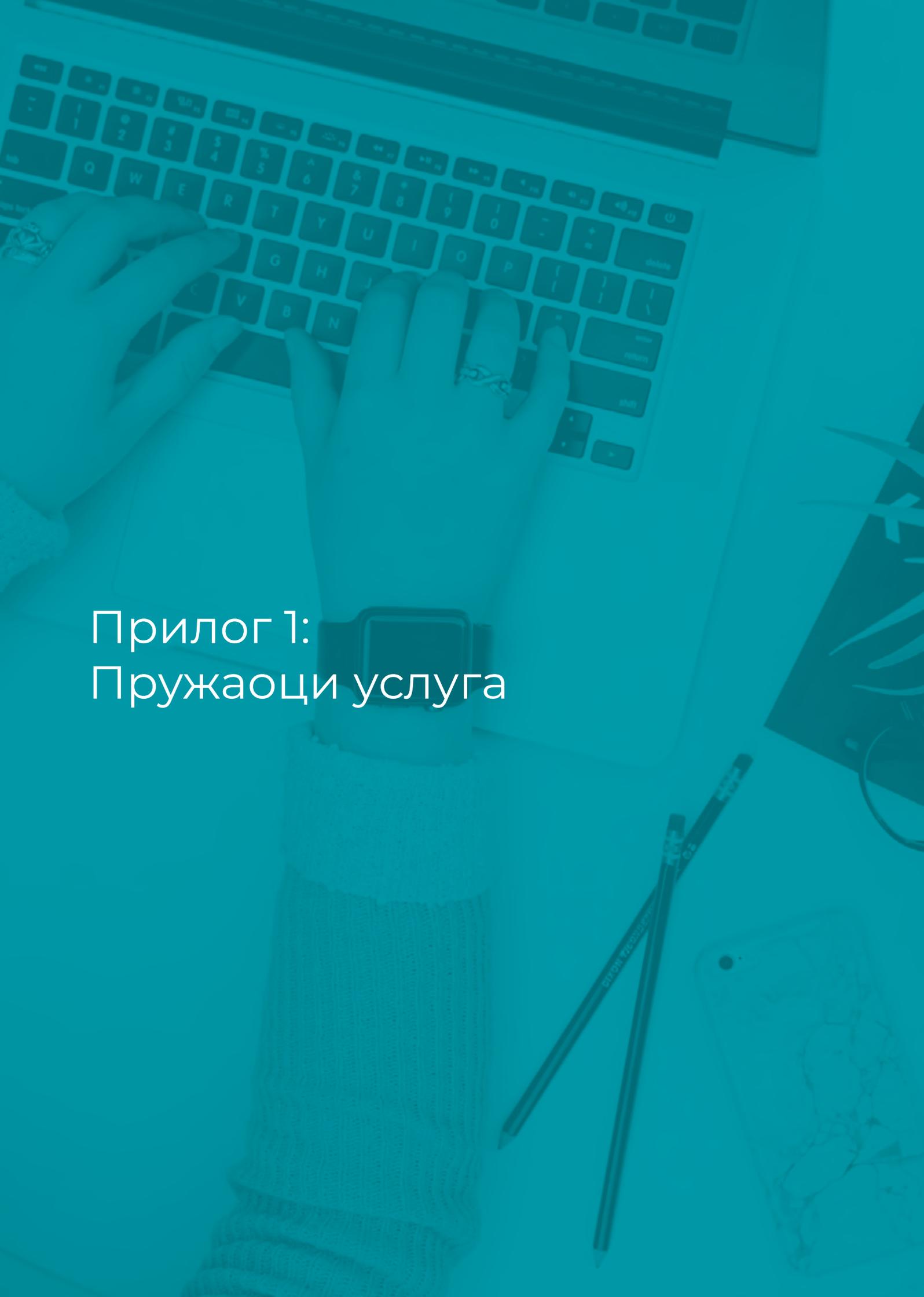
Информације добијене спровођењем овакве праксе ће помоћи стартапу да уочи недостатке у интерним процесима, утврди на који начин може ефикасније управљати трошковима, процени ниво изложености ризику од повреде права интелектуалне својине и открије могућности за остваривање сарадње.

Многи стартапи чије је пословање под доминантним утицајем интелектуалне својине греше јер не ажурирају свој портфолио. Због тога могу изгубити почетну конкурентску предност коју су стекли захваљујући својим правима интелектуалне својине. На пример, замислимо да је иницијални производ заштићен патентом. Производ се показао као успешан. Стартап наставља да иновира и лансира неколико генерација производа са значајним додатним функцијама. Међутим, стартап не успева да унапређења производа заштити као интелектуалну својину, ослањајући се

искључиво на изворни патент. Последишно, новији производи стартапа постају подложни копирању, чиме се пружа могућност конкурентима да угрозе тржишну предност стартапа. Развој стратегија управљања интелектуалном својином стартапа увек мора ићи у корак са његовим иновационим стратегијама. Стартапи би требало да редовно спроводе ревизију интелектуалне својине како би проверила статус својих предмета ИС и уверила се да је заштита интелектуалне својине адекватна, ефикасна и ажурирана.

Напомене

- ¹ О спровођењу самосталне процене ИС, видети: WIPO. IP Diagnostics. www.wipo.int/ipdiagnostic.
- ² Видети: WIPO. IP Audit, Module 10. https://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_10_learning_points.pdf.



Прилог 1:
Пружаоци услуга

Већина стартапа или није свесна да им је потребна помоћ са стране, или не може да је приушти. Оснивачи су склони да занемаре ту потребу и покушају да сами попуне празнине. Наиме, стартапима често недостаје потребна подршка у две кључне области: правни савети и заштита интелектуалне својине. Иако, нажалост, не постоји једноставно решење овог проблема, стартап који уме да процени када му је потребна помоћ ће вероватно пре доћи до привремених решења. Оснивачи би требало да провере доступност програма локалних акцелератора или инкубатора, затраже помоћ од својих центара за трансфер технологије (енгл. *technology transfer office* - ТТО) ако долазе из академског окружења или се обрате другим пружаоцима услуга који могу бесплатно, или по приступачној цени, обезбедити основну подршку. У Републици Србији стартапима на располагању стоје регионални научно-технолошки паркови: Научно-технолошки парк Београд, Научно-технолошки парк Чачак, Научно-технолошки парк Ниш и Научно-технолошки парк Нови Сад. У погледу консултација у вези са поступцима заштите права ИС, стартапи се могу обратити Заводу за интелектуалну својину који пружа услугу Дијагностике интелектуалне својине за привредне субјекте, својеврсну анализу стања ИС у привредном субјекту и препоруке за заштиту релевантних права ИС. Стартапи који су у фази прикупљања финансијских средстава требало би да предвиде буџетске линије за ангажовање екстерних пружаоца услуга и сервисирање трошкова обнављања трајања права интелектуалне својине и одговарајућих такси. Већина фондова предузетничког капитала неће имати приговор на ову врсту расхода јер схватају колико је значајна вредност компетентног савета.

Стартапима би могао бити потребан савет у вези са састављањем пријаве патента, састављањем оснивачких правних аката или креирањем одрживог пословног модела. Поједине организације пружају помоћ предузетницима током почетне фазе развоја, али нису присутне свуда. Такође, постоји Регистар заступника за права интелектуалне својине, који води Завод за интелектуалну својину, а заступници поред заступања и састављања пријава за релевантна права, могу помоћи и да се правно уреде питања интелектуалне својине нпр. уговорима о преносу, лиценци или другим значајним питањима у вези са ИС.

Акцелератори

Акцелератори су најчешће профитне организације које помажу стартапима да „убрзају“ свој пословни раст. Акцелератори пружају менторску подршку,

помоћ у изградњи капацитета, а у појединим случајевима улажу одређени износ капитала у замену за мали удео у власништву. Водећи акцелератори су веома захтевни и кандидати пролазе строг процес селекције. Циљ акцелератора је да припреми стартап за добијање финансијских средстава из фондова предузетничког капитала. У економијама у развоју, акцелератори у оквиру универзитета или технолошког парка преузимају улогу акцелератора и усмерени су на одређене секторе, природне науке, зелене технологије итд. Добар акцелератор ће такође обезбедити менторе и особље који поседује стручност у одређеној индустрији и у областима права и интелектуалне својине, да би стартапу помогао да се суочи са различитим претходно описаним изазовима. Поједини акцелератори имају представништва у више земаља и могу припремити писту за слетање за перспективна стартапе које желе да уђу на међународна тржишта.

Примери акцелератора код нас:

1. Raising Starts је први pre-seed програм у Србији који стартапима у најранијим фазама развоја иновативних производа и услуга доноси бизнис знања, менторство и финансијску подршку до 20.000 CHF бесповратно (без учешћа, no equity).

Пројекат спроводи Научно-технолошки парк Београд у партнерству са Научно-технолошким парком Ниш и Научно-технолошким парком Чачак, у оквиру пројекта „Технопарк Србија 2 – Подстицање извоза кроз развој технолошких паркова“, уз подршку Владе Швајцарске.

Кроз интензивна предавања и обуке стартапи стичу неопходна знања и вештине како да премосте препреке на путу од иновативне идеје до спремности за инвестиције и излазак на глобално тржиште. Уз финансијску подршку, стартапи, у складу са специфичним потребама, добијају и свог бизнис и технолошког ментора (локални и међународни експерти, стартапи и инвеститори) са којима раде кроз 1-1 менторске сесије.

Програм Raising Starts је препознао и важност које права интелектуалне својине имају за стартапе, па има и посебну компоненту ИС подражну од Швајцарског федералног института за интелектуалну својину. Циљ програма је подршка оснивању и развоју нових иновативних компанија, у свим регионима Србије, које ће допринети повећању извоза и нових запошљавања. Кроз више јавних позива Raising Starts ће подржати оснивање и развој до 100 нових компанија у регионима Београда, Ниша и Чачка.

2. Катапулт – Програм акцелерације намењен је стартапима који су у раној фази развоја производа и освајања тржишта (Ideation), као и привредним друштвима са доказаном тржишном тракцијом која имају за циљ да убрзају свој раст и прикупе додатна финансијска средства (Scale-up). Катапулт се састоји од тромесечног програма интензивне обуке уз финансијску подршку у циљу што бржег развоја стартапа и креирања услова за брзи раст. Обука је организована кроз менторство које пружају локални и међународни експерти, успешни оснивачи стартапа и инвеститори, а све је прилагођено специфичним потребама стартапа у акцелератору.

Инкубатори

Инкубатори су обично спонзорисани од стране универзитета, фонда предузетничког капитала или већег привредног друштва. Непрофитног су карактера, мада поједини могу захтевати опцију (будуће право) стицања удела у власничком капиталу стартапа. Већина инкубатора ће прихватити стартап у врло раној фази развоја, чак и пре него законски постоје, што потенцијалним оснивачима омогућава да истраже своју пословну идеју и напусте инкубациони центар са правом стратегијом и пословним моделом. Дobar инкубатор, баш као и добар акцелератор, ће понудити менторске услуге да би помогао у обликовању пословног модела и решавању питања ИС и других правних питања, као и пружити информације о темама које су од користи оснивачима.

Пословно-технолошки инкубатор техничких факултета Београд (БИТФ) је први и водећи пословно-технолошки инкубатор у Србији, који пружа свестрану подршку младим, образованим људима да развијају иновативне идеје и започну свој бизнис. БИТФ више од деценије одржава блиске везе са младим иноваторима и студентима и кроз бројне активности и обуке подстиче развој нових стартап тимова, комерцијализацију иновација и резултата научно-истраживачког рада, као и стварање нових МСП у области високих технологија. Основан од стране четири техничка факултета Универзитета у Београду (Електротехничког, Машинског, Грађевинског и Технолошко-металуршког факултета), општине Палилула и Иницијативе за демократску транзицију, БИТФ је данас део Научно-технолошког парка Београд (НТП Београд) задужен за подршку стартапима у раним фазама развоја. БИТФ нуди правне и административне услуге, обуке из различитих области, менторство, умрежавање и подршку приступу финансијама. Више информација можете пронаћи на интернет страници БИТФ-а.

На интернет страници коју је покренуло Министарство привреде, „Портал предузетништва“, могу се наћи на једном месту информације о организацијама за подршку развоју предузетништва и стартапа, као и листу и мапу пословних инкубатора <https://preduzetnistvo.gov.rs/poslovni-inkubatori/?rstr=cyr>.

Центри за управљање технологијом (ТМОs)

Такође познати и као центри за трансфер технологије или центри за управљање знањем, центри за управљање технологијом (енгл. *technology management offices*–ТМО, или Центри за трансфер технологије - ЦТТ) своје активности најчешће обављају у оквиру универзитета или истраживачког центра. Модели центара се битно разликују од земље до земље. Међутим, њихова примарна сврха је трансфер интелектуалне својине (обично патената који су створени у оквиру универзитета) на индустријски сектор путем лиценцирања и стварање прихода за универзитет.

Теоретски, центар за управљање технологијом се такође бави трансфером интелектуалне својине на стартапе или привредна друштва која послују под окриљем универзитета (енгл. *spinout*), али и у том случају постоје значајне разлике између центара по питању методологија и циљева. Мисија неких ЦТТ је подстицање академског предузетништва и ефикасно испуњавање улоге инкубатора или акцелератора. Други настоје да извуку највећу могућу вредност из свог портфолија ИС и може се десити да својим повезаним привредним друштвима не одобре посебне услове и привилегије. Опште узевши, особље ЦТТ обично поседује стручност у вези са питањима интелектуалне својине, тако да ће центар можда бити спреман да се бави поступком подношења патентне пријаве и сноси трошкове у име стартапа, понекад у замену за мали удео у власништву, опцију да купи власнички капитал, или уз услов да стартап исплати трошкове патентирања када почне остваривати профит.

У Републици Србији постоји више Центара за трансфер технологије, који функционишу при Универзитетима попут Центра за трансфер технологије Универзитета у Београду ; Центра за трансфер технологије Универзитета у Новом Саду, Центра за трансфер технологије Универзитета у Нишу и Центра за трансфер технологије Универзитета у Крагујевцу, али и при Научно-истраживачким организацијама попут Института за молекуларну генетику и генетичко инжењерство.

Државни, невладини и међународни програми подршке

Већина држава обезбеђује занимљиве програме подршке за подстицање предузетништва и иновација. Неке поклањају мали почетни капитал како би омогућиле покретање стартапа. Поједине државе, под одређеним условима, дају неповратна средства за покривање трошкова патентирања. Већина националних Завода за интелектуалну својину има службу за помоћ корисницима која објашњава доступне начине стицања заштите интелектуалне својине и поступак пријаве. Одређене међународне фондације пружају услуге инкубације и акцелерације у разним технолошким и тржишним секторима од њиховог интереса. Најзад, велики број међународних организација пружа бесплатне информације, приступ мрежи квалификованих експерата, приступ корисним базама података и информације о међународној доброј пракси (видети Прилог 2: Извори). Програми подршке у Републици Србији:

1. „Технопарк Србија 2 – Подстицање извоза кроз развој технолошких паркова”, који представља подршку Владе Швајцарске даљем развоју иновација и tech предузетништва у Републици Србији (кроз кључне елементе пројекта укључујући и посебну компоненту Интелектуална својина).
2. Програм раног развоја Фонда за иновациону делатност;
3. Паметни почетак Фонда за иновациону делатност;
4. Иновациони ваучери Фонда;
5. Иницијатива Дигитална Србија - је невладина и непрофитна организација са стратешким циљем развоја јаке, глобално конкурентне дигиталне економије у Србији;
6. Јавни конкурс за доделу средстава за подршку развоја иновативних делатности Града Београда за развијање иновативних идеја корисника у Научно-технолошком парку Београд (овај конкурс се објављује сваке године на интернет страници Града Београда и Научно-технолошког парка Београд).
7. Национално такмичење за Најбољу технолошку иновацију – додела новчаних награда за најиновативније тимове;
8. StarTech трогодишњи пројекат подршке иновативним компанијама (2021-2023) и дигиталној трансформацији привреде у Србији који спроводи NALED, а финансира компанија Filip Moris у Србији.
9. Startit -покрет чија је мисија да направи здраво и успешно друштво креирањем предузетних, независних и солидарних појединаца који стварају вредност за себе, своје окружење и цео свет.

Прилог 2: Извори

- WIPO (2006), *Creative Expression: An Introduction to Copyright and Related Rights for Small and Medium-sized Enterprises*. Intellectual Property for Business Series no. 4. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo_pub_918.pdf
- WIPO (2015), *Successful Technology Licensing*. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo_pub_903.pdf
- WIPO (2017), *Making a Mark – An Introduction to Trademarks for Small and Medium-Sized Enterprises*. Intellectual Property for Business Series no.1. www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_900_1.pdf
- WIPO (2018), *Inventing the Future – An Introduction to Patents for Small and Medium-sized Enterprises*. Intellectual Property for Business Series no.3 www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf
- WIPO (2019), *In Good Company: Managing Intellectual Property Issues in Franchising*. Intellectual Property for Business Series no.5. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/1035/wipo_pub_1035.pdf
- WIPO (2019), *Looking Good: An Introduction to Industrial Designs for Small and Medium-sized Enterprises*. Intellectual Property for Business Series no.2. www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_498_1.pdf
- WIPO (2020), *Identifying Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs*. www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1062.pdf
- WIPO (2020), *Using Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs*. www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1063.pdf
- WIPO Academy Distance learning program. www.wipo.int/academy/en
- WIPO Global Brand Database, www.wipo.int/reference/en/branddb
- WIPO Global Design Database, www.wipo.int/reference/en/designdb
- WIPO Green Licensing Check List, www3.wipo.int/wipogreen/en/network/index.html#licensing
- WIPO Inventor Assistance Program (IAP), www.wipo.int/iap
- WIPO IP Diagnostics, www.wipo.int/ipdiagnostic/
- WIPO IP for Business website, www.wipo.int/sme/en
- WIPO IP PANORAMA, <https://www.wipo.int/sme/en/ip-panorama.html>
- WIPO Lex Database Search, <https://wipo.lex.wipo.int/en/main/legislation>
- WIPO Patent Landscape Reports, www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent_landscapes
- WIPO Technology and Innovation Support Centers (TISCs), www.wipo.int/tisc
- WIPO Universities and Intellectual Property, https://www.wipo.int/about-ip/en/universities_research
- WIPO Website, www.wipo.int
- WIPO and the International Chamber of Commerce (2012), *Making Intellectual Property Work for Business - A Handbook for Chambers of Commerce and Business Associations Setting Up Intellectual Property Services*. www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=295&plang=EN
- WIPO and the International Trade Center (2003). *Marketing Crafts and Visual Arts: The Role of Intellectual Property*, www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=281&plang=EN
- WIPO (2003), *Secrets of Intellectual Property: A Guide for Small and Medium-sized Exporters*, www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=294&plang=EN
- WIPO (2005), *Exchanging Value, Negotiating Technology Licensing Agreements - A Training Manual*, <https://tind.wipo.int/record/28675?ln=en>



Завод за
интелектуалну својину
Републике Србије

Завод за интелектуалну својину Републике Србије
Књегине Љубице број 5
11000 Београд

Тел: +381 11 20 25 800
Факс: + 381 11 311 23 77
www.zis.gov.rs
e-mail: zis@gov.rs

ISBN-978-86-7811-056-6

