



# AINEETTOMAT OIKEUDET

Talous ja nuoret TAT



## SISÄLLYSLUETTELO

- 3** KUKKAKIISTA, aktivointitehtävä
- 5** AINEETTOMAT OIKEUDET, tavoite
- 7** AINEETTOMAT OIKEUDET SUOJAAVAT LIIKETOIMINTASI SELUSTAN, tietoisku
- 12** AINEETTOMAT OIKEUDET ARJESSA, aineistotehtävä
- 14** TEKIJÄNOIKEUDET LIIKETOIMINNASSA, aineistotehtävä
- 16** TAVARAMERKKI JA MALLIOIKEUS, tietoisku
- 22** BRÄNDIN LOGON VOI SUOJATA TAVARAMERKILLÄ, aineistotehtävä
- 24** TAVARAMERKKIEN JÄLJILLÄ, aineistotehtävä
- 26** ESIMERKKEJÄ MALLIOIKEUDESTA, aineistotehtävä
- 28** SEKAANNUSVAARA, soveltava tehtävä
- 30** KERTAUS
- 32** ARVIOINTI





**AKTIVOINTITEHTÄVÄ**

## **KUKKAKIISTA**

Aineettomilla oikeuksilla on liiketoiminnassa yhä suurempi merkitys. Seuraava harjoitus esittelee tähän liittyen yhden todellisen esimerkin sekä haastaa miettimään, miksi aineettomiin oikeuksiin kiinnitetään niin paljon huomiota.

## TEHTÄVÄ:

### Lue esimerkkitapaus ja vastaa sitten alta löytyvään kysymykseen

Vuonna 2008 Marimekko nousi puolustamaan oikeuksiaan muotijätti Dolce & Gabbanaa vastaan. Dolce & Gabbana oli käyttänyt tuotteissaan Marimekon Unikko-kuosia, jonka Marimekko oli aiemmin suojannut tavaramerkillä.

Marimekko haki saksalaiselta tuomioistuimelta myynti- ja markkinointikieltoa Dolce & Gabbanan niille tuotteille, joissa Unikkoa käytettiin. Muotijätit sopivat lopulta riitansa rahallista korvausta vastaan. Tarkkaa korvaussummaa ei koskaan kerrottu julkisuuteen, mutta varovaisten arvioiden mukaan kyse oli miljoonista.

Marimekon Unikko-kuosi on nähty myös Manolo Blahnikin kengissä, Avonin kosmetiikkasarjassa, Koneen hissien seinissä ja Hennes & Mauritzin vaatteissa. Nämä tapaukset eroavat Dolce & Gabbanan tapauksesta kuitenkin siinä, että Unikko-kuviota oli käytetty luvallisesta osana Marimekon myymää lisenssiä.

**Mieti miksi Unikko on Marimekolle niin tärkeä, että se pisti lakimiesarmeijansa liikkeelle ja haki myynti- ja markkinointikieltoa Dolce & Gabbanan valmistamille Unikkoa hyödyntäville tuotteille. Miettikää kysymystä yksin ja ryhmässä.**



## AINEETTOMAT OIKEUDET

Tässä moduulissa perehdymme aineettomiin oikeuksiin, joista käytetään myös nimitystä immateriaalioikeudet tai IPR (Immaterial Property Rights). Aineettomat oikeudet muodostavat haastavan mutta samalla hyvin mielenkiintoisen ja tärkeän näkökulman yrittäjyyteen ja liiketoimintaan. Samalla aineettomat oikeudet ovat läsnä tavalla tai toisella meidän jokaisen arjessa, vaikkemme sitä läheskään aina huomaa. Seuraavassa harjoituksessa tutustumme tarkemmin tämän moduulin tavoitteisiin.



## MODUULIN TAVOITE & TUTKIMUSKYSYMYS

### TAVOITE:

**Opiskelija ymmärtää, mitä aineettomat oikeudet ovat ja miten niillä voidaan vahvistaa yrityksen liiketoimintaa.** Tavoite on saavutettu, mikäli opiskelija pystyy moduulin päätteeksi vastaamaan riittävän hyvin tavoitteeseen liittyvään tutkimuskysymykseen. Tarkoituksena on, että tutkimuskysymykseen vastataan jo tässä vaiheessa alustavasti oppimisprosessin lähtötilanteen kartoittamiseksi. Moduulin lopussa samaan kysymykseen vastataan uudestaan hyödyntämällä moduulin aikana opittuja asioita.

### TUTKIMUSKYSYMYS:

**Miten aineettomat oikeudet voivat vahvistaa yrityksen liiketoimintaa?**

### VASTAUSOHJE:

Mieti tämänhetkisen tietämyksesi valossa, miten aineettomia oikeuksia hyödyntämällä voitaisiin parantaa yrityksen liiketoimintaa. Koita miettiä vähintään kolme asiaa. Mieti huolella, mutta pidä mielessä, että tässä kohtaa kartoitetaan vasta alustavia aiheeseen liittyviä pohjatietoja ja käsitteitä.

(Pisteytys: 1 p / asia, yht. maks. 3 p.)



TIETOISKU

## **AINEETTOMAT OIKEUDET SUOJAAVAT LIIKETOIMINTASI SELUSTAN**

Aineettomat oikeudet, myös "Immateriaalioikeudet" tai "IPR", ovat yhä keskeisempi osa tämän päivän innovaatio- ja liiketoimintaa. Aineettomilla oikeuksilla yritys tai yksityishenkilö voi suojata aineettoman omaisuutensa turvaamalla juridisesti yksinoikeutensa omaisuutensa käyttöön. Aineettomat oikeudet lukeutuvat niin sanottuihin "kielto-oikeuksiin", joiden avulla aineettoman oikeuden haltija voi estää toista tahoa hyödyntämästä omaisuuttaan. Innovaatioiden ja aineettoman omaisuuden kehittämisestä tulisivin nopeasti kannattamatonta, mikäli ne olisivat vapaasti myös kilpailijoiden hyödynnettävissä. Aineettomat oikeudet siis turvaavat yritysten selustaa ja kannustavat kehittämään uusia innovaatioita sekä tarttumaan näihin liittyviin liiketoiminnallisiin mahdollisuuksiin.

## Mitä aineettomilla oikeuksilla suojataan?

Aineettomat oikeudet ovat tärkeä mutta samalla haastava osa liiketoimintaa. Tämä johtuu siitä, että niillä suojataan omaisuutta, joka ei ole lähtökohtaisesti fyysistä tai konkreettista. Tällaista omaisuutta ovat esimerkiksi yrityksen hiljainen tieto ja osaaminen, maine ja brändi, menetelmät, muotoilu sekä innovaatiot ja taiteellisuus. Edellä listattuja abstrakteja asioita on kuitenkin mahdotonta määritellä niin yksityiskohtaisesti ja konkreettisesti, kuin mitä omistusoikeuden virallistavat asiakirjat vaativat. Siksi aineettomia oikeuksia ei myönnetä suoraan aineettomalle omaisuudelle, vaan jollekin konkreettisemmalle tunnusmerkille tai tuotokselle, joka edustaa jotakin tiettyä aineetonta omaisuutta.

Otetaan esimerkiksi yrityksen brändi, jota sellaisenaan on mahdotonta viedä niin yksiselitteiselle tasolle, että yritys voisi hakea siihen yksinoikeutta. Brändin voi kuitenkin suojata hakemalla aineettomiin oikeuksiin kuuluvaa tavaramerkkiä esimerkiksi brändiä edustavalle logolle tai sloganille. Nämä ovat brändin konkreettisia tunnuksia, eli tavaramerkkejä, jotka voi suojata rekisteröimällä kyseiset merkit. Kun kuluttaja näkee esimerkiksi Adidaksen kolme raitaa, hänen mielessään aktivoituu todennäköisesti mielikuvia laadusta, trendikkyudesta ja urheilullisuudesta. Nämä ovat olennainen osa Adidaksen brändiä. Hieman samalla periaatteella taiteellisuus konkretisoituu teoksissa, joille saa tekijänoikeuden.

## Miksi aineettomat oikeudet kannattaa ottaa huomioon?

Aineettomien oikeuksien merkitys ei rajoitu kuitenkaan ainoastaan yritysmaailman piiriin, sillä ne ovat läsnä tavalla tai toisella meidän jokaisen arjessa. Kun katsomme Netflixistä elokuvaa, nautimme elokuvantekijöiden tekijänoikeuden suojaamasta teoksesta. Netflixin ohjelmisto taas on suojattu joko patentilla tai tekijänoikeudella. Yhä useammin olemme myös itse aineettoman omaisuuden omistajia, jolloin aineettomien oikeuksien tunteminen auttaa meitä tunnistamaan omaan osaamiseemme liittyviä mahdollisuuksia. Aineettomien oikeuksien perusasioiden tunteista onkin kuvattu yhdeksi nykyajan kansalaistaidoksi, joka auttaa meitä oman potentiaalin tunnistamisen lisäksi kunnioittamaan muiden ihmisten luovaa työtä.

Kun yrityksellä tai henkilöllä on aineeton oikeus esimerkiksi omaan logoon, muut tahot eivät saa käyttää sitä ilman lupaa. Ei ole vaikeaa kuvitella, mitä tapahtuisi, jos kuka tahansa saisi kirjata tekemiinsä vaatteisiin esimerkiksi Adidaksen logon. Tällöin moni toimija päätyisi myymään omia tuotteitaan Adidaksen brändiä hyväksikäyttämällä, eivätkä kuluttajatkaan enää osaisi erottaa aitoa tuotetta kopioiden joukosta.



Tämä veisi hyvin pitkälti pohjan Adidaksen tämänhetkiselä liiketoiminnalta. Toki edelleen toisten yritysten brändimerkkejä väärinkäyttävät piraattituotteet tai feikkivaatteet käyvät kaupaksi hämärillä markkinoilla, mutta niiden suosio ja liikkumavara etenkin Länsi-Euroopassa on vähentynyt vastuullisen liiketoiminnan ja kuluttajuuden nostaessa päätään.

## **Miten aineettomia oikeuksia hyödynnetään kaupallisessa toiminnassa?**

Yritykset laativat usein erillisen aineettoman lisäarvon strategian, jossa määritellään yrityksen aineeton pääoma ja suunnitellaan, miten sitä kannattaisi hyödyntää. Aineettoman lisäarvon strategiassa on yleensä ainakin seuraavat kolme tasoa:

### **Taso 1: Vahinkojen välttäminen.**

Tällä tasolla yksinkertaisesti varmistetaan, että yrityksellä on oikeudet käyttää kaikkea sitä aineetonta omaisuutta, jota se liiketoiminnassaan tarvitsee. Esimerkiksi, onko kaikki tekijänoikeuksiin liittyvät asiat kunnossa ja onko yritys hakenut kriittisimmät aineettomat oikeudet aineettomalle omaisuudelleen.

### **Taso 2: Aineettomista oikeuksista kilpailu.**

Tällä tasolla varmistelu muuttuu taktikoinniksi, jossa aineettomilla oikeuksilla pönkitetään omaa asemaa markkinoilla. Esimerkiksi hankkimalla mahdollisimman laajasti aineettomia oikeuksia ja säätelämällä niiden käyttöoikeuksia voidaan rajata kilpailijoiden liikkumatilaa.

### **Taso 3: Aineettomista oikeuksista kauppatavaraa.**

Tällä tasolla taktikoinnin tuloksena haetuilla aineettomilla oikeuksilla aletaan käymään kauppaa. Angry Birds on hyvä esimerkki siitä, miten samaa tavaramerkkiä on laajennettu koskemaan yhä moninaisempia tuotteita, kuten pelejä, elokuvia, vaatteita, huvipuistoja ja virvoitusjuomia. Aineettomia oikeuksia voidaan myös myydä tai vuokrata.

Aineettomaan pääomaan liittyy usein huomattavaa kaupallista potentiaalia ja aineettomat oikeudet ovat iso bisnes. Esimerkiksi Microsoftin ostaessa Nokian matkapuhelintoiminnan vuonna 2014, aineettomilla oikeuksilla oli paljon merkitystä. Microsoft sai luvan hyödyntää Nokian arvokasta tavaramerkkiä mobiililaitteissaan mutta Nokian tavattoman arvokas, tuoloin n. 30 000 erilaista patenttia sisältävä ns. patenttisalkku jäi Nokialle.

Ennen matkapuhelinliiketoiminnan myyntiä Nokian raportoitiin keräävän vuosittain 500 miljoona pelkillä patenttilisensseillä. Patenttisalkun arvon arvioitiin tuolloin ylittävän koko Nokian markkina-arvon, joka oli kesällä 2012 n. 7,6 miljardia euroa. Toisaalta Nokia oli käyttänyt siihen mennessä 40 miljardia euroa pelkästään tutkimus- ja kehitystyöhön, joten patenttisalkkuun oli myös sijoitettu valtavia omaisuuksia. Sitten Nokia on ponnahtanut patenttiensa ansiosta takaisin menestykseen ja tavaramerkikin on sitten saatu takaisin Microsoftin kanssa tehdyn tavaramerkin käyttöä rajoittavan sopimuksen umpeuduttua.

## **Mitä aineettoman omaisuuden suojaaminen edellyttää?**

Aineettoman pääoman suojaaminen ei ole ilmaista. Maksut ovat yleensä muutamasta sadasta eurosta ylöspäin ja suojaus täytyy myös uusina aikoina. Maksua vastaan hakemuksesi ja ideasi arvioidaan, minkä pohjalta tehdään päätös siitä, saatko ratkaisullesi suojan. Esimerkiksi mallioikeuden saamiseksi toimitat patentti- ja rekisterihallitukseen kuvia siitä muotoilusta, jonka omistajuuden haluat suojata. Siksi kannattaa harkita tarkkaan, missä kohtaa IPR:ää kannattaa anoa. Tästä poikkeuksena tekijänoikeus, jonka saa automaattisesti ja ilmaiseksi, kunhan niin sanottu teoskynnys ylittyy. On kuitenkin olemassa yleisiä kriteerejä, jotka auttavat harkinnassa:

- Onko ratkaisusi varmasti uusi ja omaperäinen?
- Onko ratkaisusi todella käyttökelpoinen?
- Onko ratkaisusi tekninen puoli varmasti toistettavissa?

Aineettomat oikeudet			
Teoksen luonne	Esimerkki	Suojaamiseen sovellettava oikeus	Miten suojataan?
<b>Taiteellinen teos mutta myös esim. ohjelmisto</b>	esim. valokuva, maalaus tai tanssiesitys	Tekijänoikeus (Copyright)	Saa automaattisesti ja ilmaiseksi, jos teos on riittävän omaperäinen ja teoskynnys ylittyy.
<b>Tuotteen muotoilu</b>	esim. täysin uudella tavalla muotoiltu tuoli tai sisustus	Mallioikeus (Design right)	Anottava erikseen. Maksullinen.
<b>Logot ja nimet</b>	esim. "adidas" ja sen kolme raitaa	Tavaramerkki (Trademark)	Rekisteröitävä erikseen. Maksullinen.
<b>Tekninen keksintö</b>	esim. lentävä imuri, uusi menetelmä tai käyttötarkoitus	Patentti (lisäksi olemassa yksinkertaisempia keksintöjä varten kevyempi mutta ei niin kattava <i>hyödyllisyysmalli</i> eli "pikku-patentti")	Anottava erikseen. Maksullinen.

Tarkemmat tiedot löydä patentti- ja rekisterihallituksen sivuilta [www.prh.fi](http://www.prh.fi)





 AINEISTOTEHTÄVÄ

## AINEETTOMAT OIKEUDET ARJESSA

Seuraavassa harjoituksessa tutustutaan lyhyesti siihen, miten aineettomat oikeudet läpileikkaavat arkeamme ja millainen merkitys niillä on liiketoiminnassa.

## Aineettomien oikeuksien merkitys kasvaa kehittyneissä talouksissa

### TEHTÄVÄ:

Katso ensin video ja pohdi sitten, miksi Euroopassa ja muuallakin pitkälle kehittyneissä talouksissa aineettomilla oikeuksilla on merkittävä rooli yritysten liiketoiminnassa.

### SANASTOA:

**Intellectual property rights / IPR** = Aineettomat oikeudet

**Trademark** = Tavaramerkki

**Geographical indication** = Maantieteellinen alkuperämerkintä

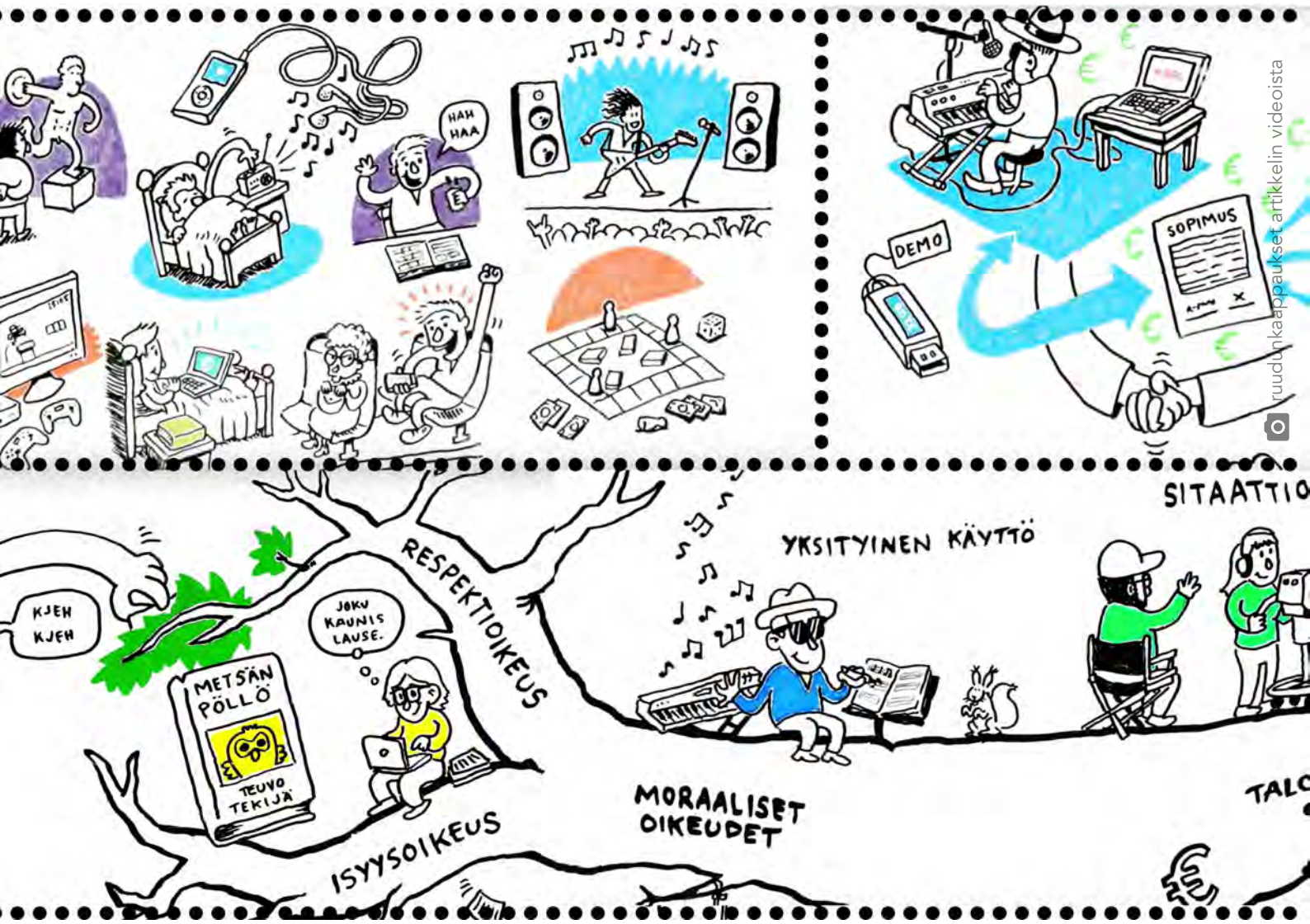
**Patentti** = Patentti

**Copyright** = Tekijänoikeus

**GDP** = BKT eli bruttokansantuote

### VIDEO:

<https://www.youtube.com/watch?v=0M-fRBXTd6g>



**▶ AINEISTOTEHTÄVÄ**

## TEKIJÄNOIKEUDET LIIKETOIMINNASSA

Tekijänoikeus on aineettomista oikeuksista tunnetuin. Tekijänoikeuden saa automaattisesti jokainen iästä ja taustasta riippumatta omille omalempäisille luoville teoksille, kuten vaikkapa videoille, valokuville, piirustuksille tai sävellyksille. Siksi tekijänoikeudet ovatkin jokaisen arjessa tiiviisti läsnä.



## Tekijänoikeus suojaa luovaa työtä ja sen tekijöitä luvattomalta kopiointilta ja väärinkäytöltä.

Esimerkiksi taitelijoiden koko elanto perustuu usein tekijänoikeuksiin, kun he myyvät ja esittävät omia teoksiaan tai myöntävät niille käyttöoikeuksia. Ilman tekijänoikeutta kulttuurin ja viihteen tekeminen ja tuottaminen ei olisi kannattavaa. Yhtä lailla tekijänoikeudet ovat tärkeitä yrityksille, sillä tekijänoikeus suojaa yritysten työntekijöiden tekemän luovan työn. Siksi tekijänoikeuksilla, kuten muillakin aineettomilla oikeuksilla, on suuri merkitys myös yritysten liiketoiminnassa.

### **KATSO VIDEOT:**

<https://www.youtube.com/watch?v=dGEuvbuJSmQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=Uald2uWcVKo>

Katso oheiset videotietoiskut tekijänoikeuksiin liittyen ja vastaa alta löytyviin kysymyksiin:

### **TEHTÄVÄ:**

Etsi sellaisen yrityksen kotisivut, jonka liiketoiminnassa tekijänoikeuksilla on suuri merkitys. Tutki sivustoa ja arvioi videotietoiskujen pohjalta vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

**Mitä kaikkea yrityksen liiketoiminnan keskiössä olevaa tekijänoikeus suojaa?**

**Miten yritys hyödyntää tai voisi hyödyntää tekijänoikeuksia liiketoiminnassaan?**

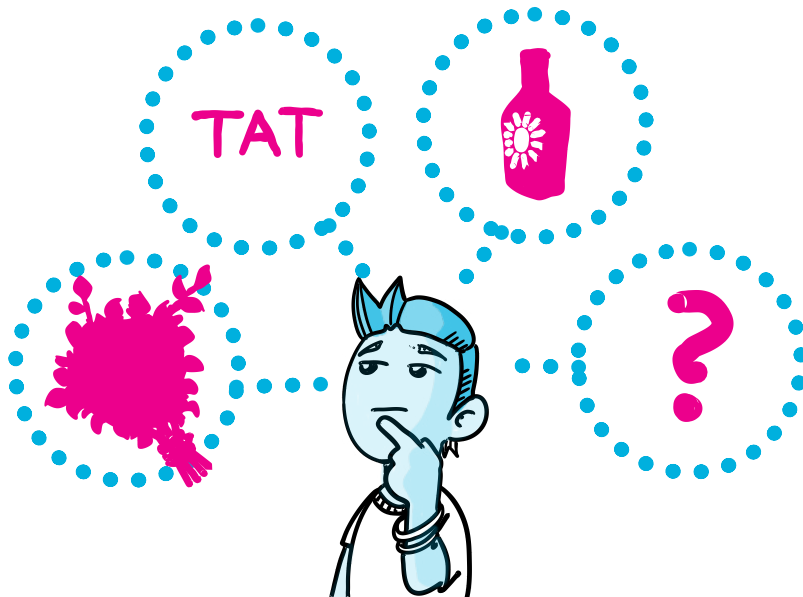
Aloita vastauksesi mainitsemalla yrityksen nimi ja toimiala (= vapaamuotoinen kuvaus siitä, millä alalla yritys toimii ja mitä se tekee).

(Pisteytys: 2 p / vastaus = yht. 4 p)

**TIETOISKU**

## TAVARAMERKKI JA MALLIOIKEUS

Usein yritykset käyttävät tarjoamiensa tuotteiden tai palveluiden yhteydessä brändistä viestiviä symboleja tai muita tunnuksenomaisia merkkejä, jotka auttavat kuluttajia tunnistamaan juuri tietyn valmistajan tuotteet kilpailijoiden tarjoamista vastaavista. Esimerkki tällaisesta tunnusmerkistä on Coca-Colan logo, joka mahdollistaa aidon Cokiksen tunnistamisen muista myynnissä olevista kolajuomista. Näitä tunnusmerkkejä kutsutaan myös tavaramerkeiksi. Tavaramerkin voi suojata rekisteröimällä sen, jolloin siitä tulee rekisteröity tavaramerkki. Suomessa tavaramerkit rekisteröidään Patentti- ja rekisterihallitus PRH:ssa. Tavaramerkki on yksi aineettomista oikeuksista, jolla voidaan rekisteröimällä suojata yrityksen brändin tavaramerkit ja muut tunnusomaiset piirteet, kuten vaikkapa tunnusmusiikin tai sloganin.



## Millaisia merkkejä voi rekisteröidä tavaramerkiksi?

Tavaramerkiksi voi rekisteröidä hyvin monenlaisia merkkejä. Tavaramerkki voi olla sana tai kuvio, tai vaikkapa sanojen, kuvioiden tai numeroiden erilaiset yhdistelmät. Myös yrityksen tai henkilön nimi on rekisteröitävissä tavaramerkiksi, kunhan kyse on omasta eikä toisen nimestä. Nykypäivänä myös äänen voi rekisteröidä tavaramerkiksi, kuten myös liikkuvaa kuvaa ja ääntä yhdistelevät animaatiot. Tavaramerkin rekisteröintiä haettaessa on määriteltävä, minkä eri tuotteiden ja palveluiden yhteydessä tavaramerkkiä tullaan käyttämään. Tämä tuote- ja palveluluokituksen määrittely rajaa tavaramerkin tuoman yksinoikeuden ja suoja-alan siten, että tavaramerkin omistajalla on oikeus kieltää (kielto-oikeus) muita käyttämästä samankaltaisia merkkejä vain rekisteröinnin yhteydessä määriteltyjen tuotteiden ja palveluiden yhteydessä. On tärkeää erottaa rekisteröidyt tavaramerkit muista merkeistä, sillä vain rekisteröityyn tavaramerkkiin liittyy tavaramerkin omistajan yksinoikeus käyttää kyseistä tavaramerkkiä hyväkseen.

Vaikka tavaramerkiksi voi rekisteröidä hyvin monenlaisia merkkejä, on kuitenkin syytä muistaa kaksi olennaista edellytystä, joiden mukaan ratkeaa, voidaanko kyseinen merkki rekisteröidä tavaramerkiksi: merkin on oltava erottamiskykyinen eikä se saa olla sekoitettavissa jo rekisteröityihin tavaramerkkeihin (sekaannusvaara). Erottamiskyvyllä tarkoitetaan, ettei tavaramerkki saa suoranaisesti kuvailla niitä tavaroita tai palveluita, joiden yhteydessä sitä käytetään, sillä tuotetta kuvailevien sanojen täytyy olla kaikkien elinkeinoharjoittajien käytössä. Tavaramerkiksi ei voida myöskään rekisteröidä merkkiä, joka on niin samankaltainen kuin aiemmin rekisteröity tavaramerkki tai toiminimi, että keskivertokuluttaja voisi erehtyä sekoittamaan merkit.



## Tavaramerkin merkitys liiketoiminnassa

Markkinoilla on tarjolla paljon keskenään kilpailevia tuotteita ja palveluita, ja tavaramerkki on yksi väline saada oman yrityksen tuote erottumaan muista ja tekemään siitä haluttavaan. Parhaimmillaan vetovoimainen tavaramerkki luo merkkiuskollisuutta, kun kuluttaja ostaa saman tavaramerkin tuotteita yhä uudelleen ja uudelleen juuri merkin vuoksi. Vetovoimainen tavaramerkki voikin olla rahalliselta arvoltaan hyvin merkittävä ja muodostaa suuren osan yrityksen varallisuudesta. Tavaramerkin merkitystä yrityksen liiketoiminnassa voidaan hahmottaa perehtymällä tavaramerkin funktioihin.

## Tavaramerkin funktiot

**Erottamisfunktio:** Tavaramerkin avulla yritys pyrkii erottautumaan kilpailevista yrityksistä ja edistämään siten myyntiään. Merkitsemällä tarjoamansa tuotteet tai palvelut tavaramerkillä, voivat kuluttajat erottaa tietyn yrityksen tuotteet muiden yritysten valmistamista vastaavista.

**Alkuperäfunktio:** Tavaramerkin avulla kuluttajat kykenevät yhdistämään tuotteen tai palvelun tiettyyn alkuperään, eli tietyn yrityksen tarjoamaksi.

**Laatu- eli garantiafunktio:** Kuluttaja mieltää tietyn tavaramerkin tuotteet tai palvelut laadultaan samanlaisiksi. Tämä kannustaa tuotteita tuottavan yrityksen ylläpitämään laadun vähintään yhtä korkeana.

**Mainontafunktio:** Tavaramerkki on yksi keskeisimpiä mainonnan välineitä. Mainonnan avulla luodaan yhteys tavaramerkin ja mainostettavan tuotteen tai palvelun välille. Mainonnan keinoin tavaramerkillä varustetuista tuotteista pyritään luomaan kuluttajille tietynlainen houkutteleva mielikuva. Tavaramerkki toimii siten myös brändin rakennuksen välineenä.

**Kilpailufunktio:** Kaikki edellä mainitut funktiot yhdistyvät kilpailufunktiossa. Tavaramerkki edistää yrityksen kykyä kilpailla muiden yritysten kanssa, kun tavaramerkki mahdollistaa tuotteiden erottautumisen kilpailijoiden tuotteista, tavaramerkin viestiessä samalla tuotteen alkuperästä ja laadusta.



## Mallioikeudella suojataan muotoilu ja mallit

Mallioikeudella voidaan suojata liiketoiminnan kannalta tärkeitä malleja ja muotoja. Esimerkiksi Minna Parikan pupunkorvilla varusteilla kengillä ja Crocs-sandaaleilla on voimassa olevat mallioikeudet. Kummassakin tapauksessa muotoilu on myös iso osa brändiä. Mallioikeuden hakeminen tulee ajankohtaiseksi, kun sinulla on jokin omaperäisesti muotoiltu käytännöllinen esine tai sen osa. Tällainen tilanne tulee nopeasti vastaan valmistettaessa esimerkiksi design-huonekaluja tai -vaatteita. Mallioikeuden avulla varmistat sen, että muilla ei ole oikeutta hyödyntää ideoimaasi mallia ilman lupaasi.

Mallioikeudella voidaan suojata omaperäisen muotoilun kautta syntyneitä malleja, jotka tukevat jonkin esineen käyttötarkoitusta. Mallilla tarkoitetaan tavaran tai sen osan ulkomuotoa. Malli voi siten olla esimerkiksi yksittäinen koristeornamentti tai kuvio, kuten esimerkiksi kuvio laukun kyljessä tai kankaan kuosi (Marimekon unikko). Malli voi kuitenkin olla myös koko tavaran muoto kokonaisuudessaan, kuten esimerkiksi Minna Parikan Pupu-kenkien muoto, ei pelkästään se osa, jonka pupun korvat kengistä muodostavat. Kaiken kaikkiaan malli voi olla hyvin monenlaisia asioita aina tavaran linjoista, piirteistä, väreistä ja muodosta sen pinnan rakenteeseen ja materiaaliin. Usein malli on jonkinlainen yhdistelmä yllä mainittuja elementtejä. Sillä, onko malli esteettisesti tai käytännöllisesti katsottuna hyvä tai laadukas, ei ole merkitystä mallioikeuden saamisen kannalta.

(11) Rekisteri.n:o - Registrerings.nr 26162

(15) Rekisteröintipäivä - Registreringsdag. 04.04.2019

(21) Hak.n:o - Ans.nr: M20185052

(22) Hak.saap.pv - Ans.ing.d: 27.06.2018

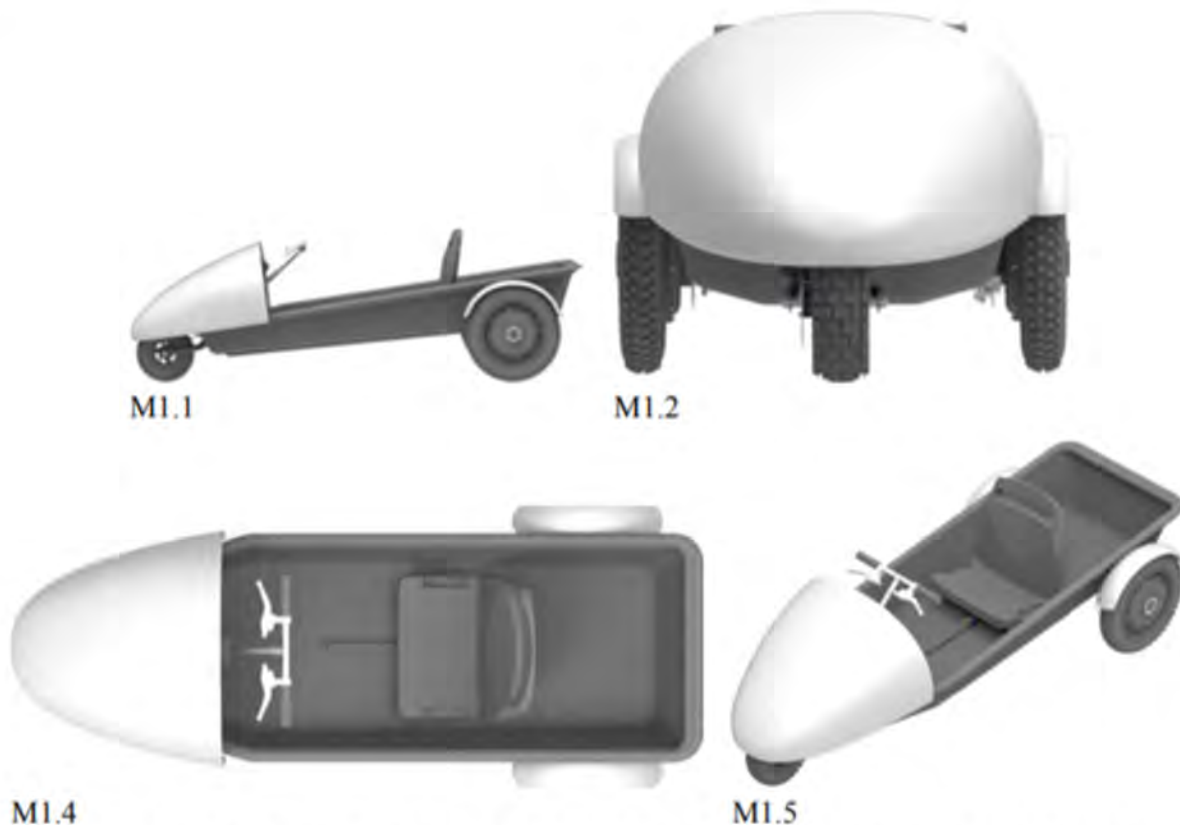
(73) Haltija - Innehavare: PINTONE OY, Oulu, Uleåborg, FI

(72) Mallin luoja - Mönsterskapare: Pentti Airaksinen

(54) Tuote - Produkt: Pyörät. Cyklar

(51) Luokka - Klass: M1. 12-14, M1. 12-11

(57) Kuvat - Bilderna: Mustavalkoinen, Svartvit



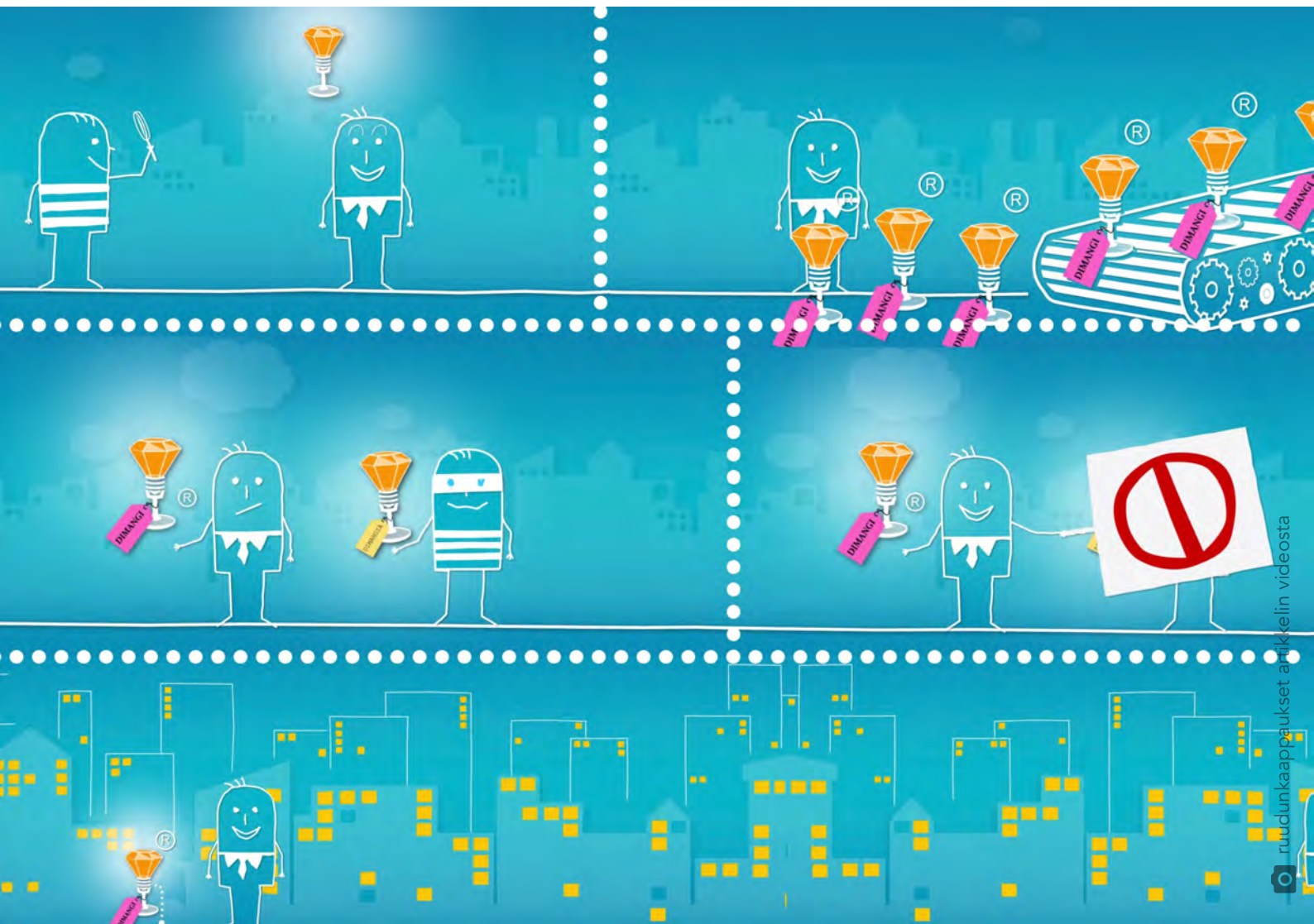
Jotta malli voidaan suojata mallioikeudella, täytyy mallin olla uusi ja yksilöllinen. Nämä kaksi kriteeriä muodostavat toisistaan erottamattoman arviointivälineen, jonka perusteella mallioikeuden saaminen ratkeaa. Uudella tarkoitetaan tässä sitä, että kyseistä mallia ei ole aiemmin tuotu julkiseksi esimerkiksi käyttämällä sitä liiketoiminnassa, mainostamalla tai tuomalle se jotenkin muuten tunnetuksi. Mallin uutuutta arvioitaessa merkityksellistä on myös se, onko malli yksilöllinen, eli onko jo olemassa malleja, joihin verrattuna malli on erilainen vain pieniltä ja epäolennaisilta osiltaan. Koska mallioikeudella halutaan tukea luovaa työtä ja uudenlaisen muotoilun kehittämistä, ei ns. banaaleja malleja, kuten esimerkiksi ruutuja tai raitoja voi suojata mallioikeudella.



Yksi mallioikeudella suojattavan tuotteen edellytyksistä on mallin toistettavuus ja pysyvyys. Toistettavuus tarkoittaa tässä sitä, että tavara voidaan valmistaa uudelleen ulkomuodoltaan tai sen osaltaan samanlaisena.

Pysyvyys tulee kaikista helpoiten ymmärretyksi uudelleen koottavien huonekalujen esimerkin kautta: kirjahylly on mahdollista koota samanlaisena, vaikka se on kertaalleen purettu, eli malli on pysyvä. Mallioikeudella suojattavan muodon tai mallin tulee tukea jonkin konkreettisen esineen käyttötarkoitusta. Mikäli mallilla on lähtökohtaisesti ainoastaan taiteellinen tarkoitus, luokitellaan se yleensä tekijänoikeuden alle. Tällöin ei useinkaan ole kannattavaa hakea erillistä mallioikeutta, sillä tekijänoikeus on kattavampi ja maksuton.

Mallin suojaaminen mallioikeudella mahdollistaa sen, ettei kukaan muu kuin mallioikeuden omistaja voi käyttää mallia hyväkseen. Mallin hyödyntämisellä voidaan tarkoittaa esimerkiksi mallin mukaisen tai mallin sisältävän tavaran valmistamista tai tarjoamista markkinoilla, kuten myös tällaisen maahantuontia tai -vientä. Suomessa rekisteröity mallioikeus on voimassa vain Suomessa. Jos haluaa mallilleen EU:n laajuisen mallisuojan, voi hakea EUIPOlta Euroopan Unionin yhteisömallia.



## ▶ AINEISTOTEHTÄVÄ

# BRÄNDIN LOGON VOI SUOJATA TAVARAMERKILLÄ

Tietoiskun ”Pelkkä logo ei tee brändiä” esimerkissä havainnollistettiin, miten tietyn brändin logo nosti tuotteen arvoa. Logo toimii siis yhtenä brändin tunnusmerkkinä, jonka avulla asiakas tunnistaa brändin muiden vastaavien tuotteiden joukosta. Tunnusmerkit ovatkin etenkin vahvan brändin omaaville yrityksille erittäin arvokkaita, ja siksi ne on syytä suojata tavaramerkillä. Brändi ja tavaramerkki kietoutuvatkin liiketoiminnassa tiivistii yhteen. Etenkin isompien yritysten kohdalla brändi rakentuu useammista tavaramerkeillä suojatuista tunnusmerkeistä.

### TEHTÄVÄ:

Katso oheinen video ja valitse sitten alta ne väittämät, jotka ovat oikein!

### KATSO VIDEO:

<https://www.youtube.com/watch?v=KJfMEzIMXZ4>

### VINKKI:

Oikeita väittämiä on kolme! Huom! Tämän harjoituksen jälkeen tulevassa tietoisuudessa tavaramerkkiä esitellään tarkemmin.

### VAIHTOEHDOT:

- Lampun voi suojata tavaramerkillä
- Saat tavaramerkin automaattisesti innovaatioosi, kun se valmistuu
- Tavaramerkin avulla voit kieltää kilpailijoita käyttämästä tuotteesi nimeä
- Tavaramerkki auttaa sinua erottautumaan ja asiakkaita tunnistamaan tuotteesi
- Nimeä ei saa kopioida, vaikka sitä ei olisi rekisteröity tavaramerkiksi

Maksimipisteet tehtävästä: 5 p





Diego Catto on Unsplash

 AINEISTOTEHTÄVÄ

## TAVARAMERKKIEN JÄLJILLÄ

Tavaramerkki rekisteröidään Suomessa Patentti ja rekisterihallituksessa (PRH).



## Tavaramerkin rekisteröinnin tarkistaminen ja rekisteröinnin hyötyjen arvioiminen

### TAVARAMERKKITIEKANTA:

<https://epalvelut.prh.fi/web/tietopalvelu/haku>

### TEHTÄVÄT:

1. **Mieti joku Suomessa tunnettu ja sinulle merkityksellinen brändi tai tavaramerkki.** Mene sitten Patentti- ja rekisterihallituksen (PRH) tavaramerkkitietokantaan ja syötä hakukenttään valitsemasi tavaramerkin tai brändin tiedot. Voit hakea esim. yrityksen, tuotteen tai palvelun nimellä.
2. **Löytyikö valitsemalle brändille rekisteröityä tavaramerkkiä?** Jos ei, niin mieti jokin toinen mielekäs ja tunnettu brändi ja kokeile uudelleen!
3. **Kun sait osuman, niin selvitä mihin tavara- tai palveluluokkaan tavaramerkki on rekisteröity.** (Klikkaa hakemusnumeroa hakutuloksesta ja katso kohdan "Tavarat ja palvelut" alta "luokkanumero" ja "nimikkeet").
4. **Mitä hyötyjä juuri sinun valitsemasi yritys ja sen brändi saa siitä, että yritys on rekisteröinyt tavaramerkkinsä?** Entä mitä riskejä sisältyisi siihen, ettei yritys olisikaan rekisteröinyt tavaramerkkiään?

(Pisteytys: 1 p rekisteröidyn tavaramerkin löytämisestä, 2 p tavaramerkin tavara- ja palveluluokan selvittämisestä, 3 p hyötyjen ja riskien arvioinnista)



 AINEISTOTEHTÄVÄ

## ESIMERKKEJÄ MALLIOIKEUDESTA

Mallioikeudella suojataan uusia ja omaperäisiä malleja sekä muotoiluja. Mallioikeus tulee ajankohtaiseksi etenkin silloin, kun muotoilua on tarkoitus hyödyntää laajemmassa kaupallisessa tuotannossa. Mallioikeutta haetaan Suomessa rekisteröimällä malli tai muotoilu Patentti ja rekisterihallitus PRH:n sivuilla. Rekisteröity malli tarjoaa yritykselle myös monia liiketoiminnallisia mahdollisuuksia.

## Mallien ja muotoilun rekisteröinnin hyödyt

 **MALLITIEKANTA:**

<https://epalvelut.prh.fi/fi/web/mallitietopalvelu>

### **TEHTÄVÄ:**

**Mieti joku Suomessa tunnettu design-tuotteita valmistava yritys tai muotoilija. Mene sitten Patentti- ja rekisteröintihallitus PRH:n mallitietokantaan ja kirjoita valintasi hakukenttään.**

Löytyikö valinnallasi rekisteröityä mallioikeutta? Jos ei, niin mieli jokin toinen tunnettu design-tuotteiden valmistaja. Kun saat osuman, niin katso rekisteröidyn mallin tarkempia tietoja klikkaamalla hakemusnumeroa hakutuloksesta. Tarkastele rekisteröityjä malleja ja muotoja esittäviä kuvia. Arvioi, mitä sellaista kuvien esittämästä muotoilusta on tunnistettavissa, jonka valmistaja halusi erityisesti suojata? Eli mikä tekee rekisteröidystä mallista tai muodosta kyseisessä tapauksessa erityisen ja rekisteröinnistä tärkeää?

Pohdi lisäksi, miksi valitsemasi yritys on päättänyt suojaamaan mallinsa/ muotoilunsa juuri mallioikeudella? Vaihtakaa näkemyksiänne myös pienryhmissä!

(Pisteytys: 1 p rekisteröidyn mallin löytämisestä, 1 p mallin erityispiirteiden selvittämisestä, 2 p mallioikeuden valinnan perusteluista, yht. maks. 4 p)



**SOVELTAVA TEHTÄVÄ**

## SEKAANNUSVAARA

Seuraavassa harjoituksessa syvennytään ongelmaan, joka syntyy kahden tavaramerkin muistuttaessa toisiaan. Tällainen sekaannusvaara on tavaramerkin ja toiminimen kohdalla yksi keskeisimmistä lainopillisista tarkastelunkohteista. Harjoitus on tehty yhteistyössä Helsingin yliopiston oikeustieteellisen tiedekunnan kanssa. Tavoitteena onkin lisäksi antaa yksi esimerkki siitä, millaisia tehtäviä oikeustieteiden opiskelussa voi tulla vastaan. Oikeustieteellisessä case-pohjaisia harjoituksia ratkotaan sekä kurssikirjallisuuden että soveltuvien lakikirjojen avulla. Tässä kohtaa otamme kuitenkin hieman kevyemmän lähestymisen ja hyödynnämme taustamateriaalina Patentti- ja rekisterihallituksen sivuja.



## Sekoitettavuus/sekaannusvaara suomalaisen ja EU-oikeuden valossa

### TEHTÄVÄ:

Lue alla oleva tapauskuvaus ja arvioi sitä sekaannusvaaran näkökulmasta. Pohdi samalla, mitä sekoitettavuudella/sekaannusvaaralla tarkoitetaan.

### VASTAUSOHJEET:

Arvioi tausta-aineiston avulla, ovatko tapauksessa kuvatut tavaramerkit sekoitettavissa toisiinsa. Jos tavaramerkkien välillä on sekaannusvaara, selitä millä perusteella näin on.

Erittele vastauksessasi niitä kriteerejä, ja seikkoja, joiden perusteella sekoitettavuutta/sekaannusvaaraa arvioidaan.

### TAPAUS:

Oy Bisse Ab on aiemmin rekisteröinyt tavaramerkin LOPEN KULTA. Nyt Panimo Oy X haluaa rekisteröidä uuden tavaramerkin nimellä HOLVI KULTA.

Kumpikin tavaramerkki olisi samassa tavaramerkkien suojaluokassa 32 (oluet; kivennäis- ja hiilihappovedet ja muut alkoholittomat juomat; hedelmäjuomat ja hedelmätuoremehut; mehutiivisteet ja muut juomien valmistusaineet.

**Huom!** Tämänkaltaisiin tapauksiin ei läheskään aina ole yhtä ainoaa oikeaa ratkaisua, vaan juristin tehtävänä on antaa oman arviointinsa pohjalta parhaiten perusteltu tulkinta, joka perustuu lakipykäliin. Tässä harjoituksessa lainsäädäntöön viittaaminen ei kuitenkaan ole tarpeen, vaan tehtävä suoritetaan tausta-aineiston avulla.

### TAUSTA-AINEISTO:

<https://www.prh.fi/fi/tavaramerkit/tavaramerkinhakijalle/rekisteroiminedellytykset/sekoitettavuus.html>

## KERTAUS

Seuraavaksi kerrataan vielä moduulin keskeisimmät asiat.

**Ovatko seuraavat väittämät oikein vai väärin:**

**”Tekijänoikeus suojaa taiteelliset teokset, kunhan tekijänoikeus on ensin rekisteröity Patentti- ja rekisterihallituksessa.”**

Oikein

Väärin

Maksimipisteet tehtävästä: 1 p

**”Tavaramerkillä voi suojata ainoastaan brändin sanalliset tunnusmerkit, kuten nimen tai sloganin.”**

Oikein

Väärin

Maksimipisteet tehtävästä: 1 p

**”Aineettomat oikeudet ovat ns. kielto-oikeuksia.”**

Oikein

Väärin

Maksimipisteet tehtävästä: 1 p

**“Mallioikeudella suojataan tuotteen muotoilun erityispiirteet sekä mallit, joiden pohjalta tuotteita valmistetaan.”**

Oikein

Väärin

Maksimipisteet: 1 p

**“Keksinnöt voidaan suojata hyödyllisyysmallilla.”**

Oikein

Väärin

Maksimipisteet: 1 p

## ✓ ARVIOINTI

Lopuksi arvioidaan, missä määrin alussa esitetty oppimistavoite on saavutettu. Tämä tehdään vastaamalla uudestaan tutkimuskysymykseen. Lisäksi arvioidaan päättyvän moduulin kiinnostavuutta sekä sen tarjoamia tärkeimpiä oivalluksia.

### **Oman oppimisen arviointi: mitä opin ja oivalsin?**

Lopuksi vastaa vielä ytimekkäästi alun johdannossa esitettyyn tutkimuskysymykseen. Muotoile vastauksesi harkiten, sillä siitä ilmenee, missä määrin olet saavuttanut päättyvän moduulin oppimistavoitteen.

#### **TUTKIMUSKYSYMYS:**

**Miten aineettomat oikeudet voivat vahvistaa yrityksen liiketoimintaa?**

#### **VASTAUSOHJEET:**

Kirjoita vastaukseesi kolme konkreettista asiaa tai toimenpidettä, joiden avulla yrityksen liiketoimintaa voidaan vahvistaa aineettomia oikeuksia hyödyntämällä! Hyödynnä vastauksessasi monipuolisesti moduulin aikana oppimiasi käsitteitä ja asioita!

(Pisteytys: 1p / asia + 1 p erityisen hyvästä vastauksesta, yht. maks 4 p)