

# 2017 JOURNEY

It all begins and ends in one place



## אל תשכחו פטנטי-עיצוב יכול להיות שאתם מוותרים על הגנה יקרת ערך!!

### אליוט קוק

**ה** אם הקהל הרחב יכול לראות את הפיתוח החדש של החברה שלך? האם הלקוחות שלך ירצו את המוצר גם בגלל המראה החדש הייחודי שלו?

אם התשובה לשתי השאלות הללו היא 'כן', אז לחברה שלך יש קניין רוחני יקר ערך שכדאי להגן עליו, ופטנט-עיצוב (Design Patent) עשוי להיות הדרך הטובה ביותר להגן עליו.

רוב החברות מכירות את היתרונות של פטנטים רגילים (Utility Patent), אשר מגנים על השימושיות, אופן הבנייה, ההרכב ו/או אופן השימוש של פיתוחים חדשים. פטנטי-עיצוב שונים מזה: הם מגנים על המראה של ההמצאה. במגוון רחב של טכנולוגיות, החל מעיצוב מכשירים סלולאריים עד לממשקי תוכנה, ומקימורי האורות של מכונית ועד לסגנונות האסתטיים של ספות סלון, פטנטי-עיצוב מגנים על המראה החדשני של מוצרים. בנוסף חברות רבות ישמחו לשמוע שעלות פטנט-עיצוב היא שבריר מזו של פטנט רגיל.

פטנטי-עיצוב תקפים ל-15 שנים מרגע הרישום, בהשוואה ל-20 שנה של פטנטים רגילים. היקף ההגנה גם כן צר יותר. פטנט-עיצוב מונע את המכירה של עיצובים שהם כמעט זהים לאלו של החברה שלכם. כך קורה שלעיתים קרובות פטנטי-עיצוב נרשמים בכדי להעלים חיקויים זולים מהשוק. ניתן לעשות שימוש אסטרטגי בהגנה המוענקת על ידי פטנט-עיצוב כך שתשלים את זו של פטנט רגיל וזאת בכדי להבטיח שהמתחרים לא יוכלו לעשות שימוש אמיתי של המאפיינים המייחדים פיתוח או מוצר חדש - הן מבחינה פונקציונלית והן מבחינה ויזואלית.

בדומה לפטנטים רגילים גם פטנטי-עיצוב צריכים להיות חדשניים ולא מובנים מעליהם. על אף שבארה"ב נהוגה שנת חסד אשר מאפשרת הגנה להמצאה אשר פורסמה, עדיין כדאי (מסיבות רבות) לחברות להגיש בקשה לרישום פטנט-עיצוב בטרם חושפים את הציבור לעיצוב (לדוגמה בפני לקוחות או לקהל ביריד טכנולוגי).

כאשר פטנט-עיצוב מופר, בעל הפטנט יכול לגבות "תמלוגים הגיוניים" מהמפר. בנוסף, הפרה הכוללת שימוש בפטנט-עיצוב למכירת מוצר תעשייתי עלול להיות חייב בפיצויים "בהתאם לרווחים הכללים שהופקו מהשימוש". מגבלה אחת לפיצוי המוצע במקרה זה הינה, שבמידה ופטנט-עיצוב מכסה מאפיין אחד מתוך מוצר בעל מרכיבים רבים, המפר לא ידרש בהכרח לפצות לפי רווחי המוצר, אלא לפי רווחים הקשורים לאותו מאפיין.

מכיוון שרוב החברות המודרניות לא יכולות לשים את כל יבם על טכנולוגיה בלבד ולהתעלם לגמרי משיקולים אסתטיים, הרי שהחידושים שלהם לעיתים קרובות משלבים בין פונקציונליות חדשה לבין עיצוב חדשני. אם חברות לא יגנו באותה נחישות על העיצובים שלהן כמו שהן מגנות על המצאות אחרות, הן יוותרו ללא הגנה בשוק הרחב.

**הכותב הוא שותף במשרד פיניגן, המוביל בעולם בתחום הקניין הרוחני ומתמחה בפיתוח פטנטים אסטרטגיים והגנה מפני תביעות של הפרת פטנטים**

**יום ד' | 25 באוקטובר 2017**

www.globes.co.il

**גלובס**  
עיתון העסקים של ישראל

**EY** Building a better working world