



IP PORTFELIO AUDITAS

ATASKAITA

— pavyzdinė ataskaita —

PAVYZDINĖ ATASKAITA – DUOMENYS NUASMENINTI

Tai pavyzdinė IP portfelio audito ataskaita, parengta remiantis realia METIDA praktika. Visa identifikuojanti informacija – įmonės pavadinimas, prekių ženklai, domenų vardai, eksporto šalys, įsteigimo data, darbuotojų skaičius ir kiti konkretūs duomenys – yra pakeista, apibendrinta arba pašalinta. Ataskaitos struktūra, analizės gylis bei rekomendacijų pobūdis atitinka tai, ką gausite užsisakę IP portfelio audito paslaugą.

Šio dokumento tikslas – parodyti, kokio formato ir turinio ataskaitą gauna mūsų klientai pasibaigus auditui.

Konfidencialumas ir atsakomybės ribojimas

• Konfidencialumas

Šios ataskaitos, su ja susijusių pokalbių, savarankiško vertinimo klausimynų bei kitų su auditu susijusių dokumentų turinys yra konfidencialus ir skirtas išimtinai Klientui. Ataskaita parengta remiantis Kliento atstovų pateikta informacija (interviu, pokalbiai, pateikti vidaus dokumentai) bei viešai prieinamomis intelektinės nuosavybės duomenų bazėmis (VPB, EUIPO, EPO, WIPO, TMview, DesignView ir kt.).

METIDA įsipareigoja saugoti šios ataskaitos ir su ja susijusios informacijos konfidencialumą pagal galiojančius teisės aktus, profesines etikos taisykles bei su Klientu sudarytą susitarimą. Ataskaitos turinys be Kliento sutikimo neatskleidžiamas tretiesiems asmenims, išskyrus atvejus, kai to reikalauja teisės aktai.

• Atsakomybės ribojimas

Ataskaitoje pateikta analizė, įžvalgos ir rekomendacijos parengtos pagal METIDA ekspertų geriausią profesinę nuomonę ataskaitos rengimo metu, remiantis Kliento pateikta informacija ir viešai prieinamais šaltiniais. Ataskaita atspindi situaciją jos rengimo dieną – vėliau atsiradę faktai (naujos teisės, pažeidimai, jurisdikcijų pokyčiai ir pan.) ataskaitoje neatsispindi.

Ataskaita nėra teisinė nuomonė konkrečioje byloje ar ginče ir neturėtų būti naudojama vietoj individualios teisinės konsultacijos prieš priimant konkrečius sprendimus dėl intelektinės nuosavybės registravimo, gynimo ar perdavimo. Klientas savarankiškai sprendžia, kuriomis ataskaitos rekomendacijomis vadovautis, ir atsako už pasirinktų veiksmų pasekmes. Prieš imantis reikšmingų teisinių veiksmų rekomenduojama papildomai konsultuotis su intelektinės nuosavybės specialistu.

Turinys

1. Santrauka

- 1.1. Bendras Įmonės verslo modelio aprašymas**
- 1.2. Nustatyta intelektinė nuosavybė ir su ja susijęs intelektinis turtas**
- 1.3. IN strategijos būklės įvertinimas**
- 1.4. Pagrindinės IN problemos ir rekomenduojami veiksmai**

2. Pagrindinė ataskaita

- 2.1. Verslo modelio ir įmonės strategijos duomenys**
- 2.2. Esamos IN ir su IN susijusio intelektinio turto analizė**
- 2.3. Naudojimasis IN paieškos įrankiais**
- 2.4. IN valdymas**
- 2.5. IN rizikos**
- 2.6. Sąnaudos, nauda ir finansavimas**
- 2.7. Bendros strateginės rekomendacijos**

3. Priedai – naudingos nuorodos

1. Santrauka

• AUDITO SANTRAUKA •

1.1. Bendras Įmonės verslo modelio aprašymas

Įmonė – Lietuvoje veikianti vartotojų produktų (FMCG) / asmens priežiūros priemonių sektoriaus gamintoja, sukaupusi ilgametę veiklos patirtį. Pagrindinė Įmonės veikla – savų produktų kūrimas, gamyba ir platinimas tiek vietinėje, tiek tarptautinėse rinkose. Įmonės portfelį sudaro kelios pagrindinės nuosavų prekių ženklų linijos, apimančios skirtingas produktų kategorijas ir tikslines vartotojų grupes. Be nuosavų prekių ženklų, Įmonė taip pat vykdo licencinius projektus bei privačios etiketės (private label) gamybą pagal partnerių užsakymus.

Įmonės verslo modelis yra vertikaliai integruotas – Įmonė turi savo mokslinių tyrimų ir plėtros (R&D) padalinį, kuriame atliekami produktų kūrimo, bandymų ir tobulinimo procesai. Didžioji dalis receptūrų ir technologinių sprendimų kuriama Įmonės viduje, o naujų produktų kūrimas bei esamų formulių tobulinimas yra nuolatinė veiklos dalis. Tam tikrais atvejais Įmonė taip pat įsigyja arba licencijuoja specializuotus sprendimus iš išorės tiekėjų, siekdama užtikrinti aukštą produktų kokybę ir atitikimą tarptautiniams standartams.

Ataskaitos rengimo metu Įmonėje dirba kelios dešimtys darbuotojų, apimančių mokslinių tyrimų, gamybos, kokybės kontrolės, rinkodaros ir administracijos padalinius. Įmonės veikla orientuota į nuolatinę inovacijų diegimą, produktų kokybės gerinimą ir tvarumo principų įgyvendinimą, todėl didelis dėmesys skiriamas tiek moksliniams tyrimams, tiek intelektinės nuosavybės apsaugai kaip esminei konkurencinio pranašumo daliai.

1.2. Nustatyta intelektinė nuosavybė ir su ja susijęs intelektinis turtas

IN portfelio santrauka

Objektas	Apimtis	Funkcija versle	Rekomenduojamas veiksmas
• Prekių ženklai	apie 65 registracijos	rinkos atpažinimas ir eksporto apsauga	periodinė portfelio peržiūra
• Domenai	apie 30 vardų	skaitmeninė tapatybė ir e. prekyba	terminų / registratorių kontrolė
• Komerčinės paslaptys	receptūros, procesai, know-how	konkurencinis pranašumas	sąrašas + prieigos taisyklės
• Autorių teisės	tekstai, pakuotės, grafika	kūrybinio turinio apsauga	teisių perdavimo nuostatos sutartyse

Įmonė valdo platų intelektinės nuosavybės ir su ja susijusio nematerialaus turto spektrą:

- Įmonės juridinio asmens pavadinimą, kuris atpažįstamas tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu mastu ir naudojamas kaip įmonės identiteto dalis visose verslo srityse.
- Apie 65 prekių ženklus, apimančius nacionalines (LT, JK ir kt.), Europos Sąjungos (EUTM) bei tarptautines registracijas pagal Madrido protokolą. Šie ženklai skirti skirtingoms rinkoms ir produktų grupėms. Tokia prekių ženklų sistema leidžia Įmonei efektyviai pozicionuoti savo produktus įvairiose šalyse bei užtikrinti apsaugą nuo neteisėto naudojimo.
- Apie 30 domenų vardų, susietų su atskirais Įmonės prekių ženklais, produktų linijomis ir rinkodaros iniciatyvomis. Domenai naudojami tiek produktų sklaidai ir e. prekybai, tiek informacijos pateikimui

skirtingose rinkose. Tokiu būdu užtikrinamas nuoseklus prekių ženklų komunikacijos vientisumas skaitmeninėje erdvėje.

- Komercinės paslaptis, susijusias su produktų receptūromis, gamybos procesais, technologiniais sprendimais bei tiekėjų tinklu.
- Autorių teisių objektus – produktų aprašymus internetinėje erdvėje, pakuočių išorinius vaizdus ir kitą kūrybinę medžiagą.

Bendrai Įmonės valdomas intelektinės nuosavybės portfelis yra kompleksinis ir tarptautiniu mastu diversifikuotas, todėl reikšmingai prisideda prie Įmonės inovatyvumo, rinkos reputacijos ir finansinės vertės kūrimo.

1.3. Intelektinės nuosavybės strategijos būklės įvertinimas

IN strategijos būklės indikatoriai

Sritis	Dabartinė būseną	Prioritetas
Strategija	nėra formaliai patvirtintos rašytinės IN strategijos	Aukštas
Atsakomybės	atsakingi asmenys nėra aiškiai įvardinti vienoje sistemoje	Aukštas
Stebėsena	terminai ir registracijos prižiūrimi praktiniu būdu	Vidutinis
Sutartys	reikalinga vienoda IN teisių perdavimo praktika	Aukštas

Ataskaitos rengimo metu nustatyta, kad Įmonė neturi formaliai apibrėžtos ar raštu patvirtintos intelektinės nuosavybės (IN) strategijos. Nors Įmonėje veikia kvalifikuoti specialistai, turintys pakankamai aukštą žinias apie IN apsaugos ir valdymo principus, ši sritis nėra aiškiai reglamentuota vidaus dokumentuose ar procedūrose.

Nepaisant to, Įmonė demonstruoja aukštą supratimą apie intelektinės nuosavybės svarbą, o sprendimai šioje srityje dažnai priimami vadovaujantis praktinėmis žiniomis ir sukaupta patirtimi. Tačiau rašytinės strategijos ir formalios valdymo sistemos nebuvimas gali lemti tam tikrų rizikų – pavyzdžiui, nepakankamą IN objektų stebėseną, pasikartojančias funkcijas ar vėluojančius registracijos veiksmus.

1.4. Pagrindinės IN problemos ir rekomenduojami veiksmai

Analizės metu nustatyta keletas esminių iššūkių, susijusių su Įmonės intelektinės nuosavybės valdymu ir apsauga:

- Dėl formalizuotos strategijos nebuvimo egzistuoja rizika, kad naujų prekių ženklų registracijos gali būti atliekamos pavėluotai arba ne visose strateginėse rinkose. Kai kurių esamų ženklų apsauga gali būti nepakankamai išplėsta į tinkamas jurisdikcijas, o tai potencialiai riboja Įmonės galimybes plėsti veiklą užsienyje ar efektyviai ginti teises nuo pažeidimų.
- Nustatyta, kad dalis sutarčių (su tiekėjais, kūrėjais, dizaineriais ir kt.) nėra iki galo sureguliuotos intelektinės nuosavybės požiūriu. Kai kuriose iš jų nėra aiškiai numatytų teisių perdavimo sąlygų, o tai gali kelti riziką dėl autorių teisių ar pramoninės nuosavybės objektų priklausomybės Įmonei.

Turint omenyje itin didelį intelektinės nuosavybės portfelių (prekių ženklai, domenai, komercinės paslaptys ir kt.), efektyviai priežiūrai būtina rašytinė IN strategija. Šiuo metu nėra aiškiai apibrėžta:

- kas atsakingas už konkrečių IN objektų valdymą;
- kokie terminai taikomi atnaujinimams ar stebėsenai;
- kaip turėtų būti inicijuojami naujų registracijų ar teisių perdavimo procesai;
- kaip turėtų būti prižiūrimos komercinės paslaptys.

2. Pagrindinė ataskaita

• ANALIZĖS DALIS •

2.1. Verslo modelio ir Įmonės strategijos duomenys

Verslo modelio schema

1. Kūrimas	2. Gamyba	3. Prekės ženklai	4. Rinkos
R&D, receptūros, bandymai	nuosava bazė ir kokybės kontrolė	nuosavos linijos + private label	LT, ES, JK, Artimieji Rytai, Azija
• inovacijos	• procesai	• komunikacija	• eksportas

Šiame skirsnyje pateikiama informacija apie galimą įvairių rūšių intelektualinio turto aktualumą, atsižvelgiant į Įmonės verslo modelį ir strategiją.

• Taikomas verslo modelis ir verslo strategija (įskaitant tarptautinimą)

Įmonė taiko vertikaliai integruotą gamybos verslo modelį, apimančią visą produktų kūrimo grandinę – nuo idėjos iki galutinio produkto pateikimo rinkai. Pagrindinė Įmonės veikla – vartotojų produktų kūrimas, gamyba bei platinimas.

• Gamybos procese Įmonė:

- įsigyja žaliavas ir komponentus iš patikimų trečiųjų šalių tiekėjų, įskaitant specializuotus aktyviųjų medžiagų gamintojus;
- savarankiškai kuria produktų receptūras ir technologinius sprendimus savo R&D padalinyje, užtikrindama inovatyvumą ir aukštą kokybės lygį;
- dalį formulių ar technologinių sprendimų perka arba licencijuoja iš išorės, kai tai būtina siekiant užtikrinti reikiamą techninį ar teisinį atitikimą.

Įmonės verslo modelis derina nuosavų prekių ženklų plėtrą su licenciniais ir privačios etiketės (private label) projektais – Įmonė tiek pati vysto savo prekių ženklus, tiek gamina produkciją kitiems rinkos dalyviams pagal užsakymus.

Strateginiu požiūriu Įmonė orientuojasi į tarptautinę plėtrą ir jau yra įsitvirtinusi daugelyje užsienio rinkų. Produktai eksportuojami į daugiau kaip 35 šalis, įskaitant Europos Sąjungos valstybes nares, Jungtinę Karalystę, Artimuosius Rytus ir Aziją.

Tokiu būdu Įmonė veikia globaliai diversifikuoto eksporto modelio pagrindu, siekdama užtikrinti stabilų augimą ir mažinti priklausomybę nuo vienos rinkos. Įmonės strategija grindžiama nuolatiniu inovacijų kūrimu, prekių ženklų stiprinimu ir rinkų geografiniu išplėtimu, todėl intelektinės nuosavybės apsauga laikoma viena iš pagrindinių ilgalaikio konkurencinio pranašumo sąlygų.

• Vykdomos novatoriškos veiklos apibūdinimas

Įmonė į savo veiklą integruoja tiek mokslinį požiūrį, tiek praktinę gamybos patirtį – produktai vystomi remiantis specializuotomis žiniomis ir sukaupu know-how:

- R&D padalinyje kuriamos ir tobulinamos produktų formulės bei technologiniai sprendimai – su ypatingu dėmesiu funkcionalumui, saugumui ir vartotojų patirčiai;
- Įmonės produktų portfelis apima kelias skirtingas kategorijas, pritaikytas atskiriems vartotojų segmentams ir paskirties tikslams.

Įmonės novatoriškos veiklos esmė – sujungti mokslines žinias su efektyviu gamybos procesu, kad būtų sukurti efektyvūs, saugūs ir tarptautinėms rinkoms pritaikyti produktai.

• Atitinkamos rinkos ir klientai

Įmonė veikia savo sektoriaus rinkoje tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu mastu. Įmonės produkcija platinama daugiau nei 35 užsienio šalyse.

Įmonės klientai apima tiek galutinius vartotojus (fizinius asmenis), įsigyjančius produktus mažmeninėje prekyboje ir internetu, tiek verslo klientus (įmones) – partnerius, užsakovo prekių ženklų (private label) projektus bei distributorius įvairiose rinkose.

Tokiu būdu Įmonė derina B2C (verslas–vartotojui) ir B2B (verslas–verslui) modelius, siekdama išlaikyti platų pasiekiamumą ir diversifikuoti pajamas skirtinguose rinkos segmentuose.

• Turimi ištekliai ir pateikimas į rinką

Įmonė turi nuosavą gamybos bazę ir R&D padalinį Lietuvoje, kur vykdomi produktų kūrimo, bandymų ir gamybos procesai. Įmonėje dirba kelios dešimtys darbuotojų, tarp jų – technologai, mokslininkai, kokybės specialistai, rinkodaros ir eksporto ekspertai.

• Produktai rinkai pateikiami per platinimo tinklą Lietuvoje ir užsienyje:

- vietinėje rinkoje – per prekybos tinklus, specializuotas parduotuves ir elektroninę prekybą;
- tarptautinėse rinkose – per distributorius ir partnerius, taip pat vykdant privačios etiketės projektus.

Šie ištekliai leidžia Įmonei efektyviai derinti produktų kūrimą, gamybą ir komercinį platinimą, užtikrinant stabilų patekimą tiek į nacionalinę, tiek į tarptautines rinkas.

• Rinkodaros ir prekių ženklų sklaidos strategijos

Įmonė taiko integruotą 360° rinkodaros strategiją, užtikrinančią prekių ženklų matomumą visose pagrindinėse komunikacijos ir pardavimo platformose. Įmonė aktyviai reklamuoja savo produktus tiek tradicinėje žiniasklaidoje, tiek skaitmeninėje erdvėje, derindama įvaizdžio kūrimą su tiesiogine vartotojų komunikacija.

• Rinkodaros veikla apima:

- socialinius tinklus (Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, TikTok, Pinterest);
- nuosavas prekių ženklų interneto svetaines ir e. parduotuvės kanalus;
- partnerių elektronines parduotuves bei naujienų portalus, kuriuose pristatomi produktai ir kampanijos.

Ši daugiakanalė komunikacijos sistema leidžia Įmonei pasiekti tiek vietos vartotojus, tiek tarptautines auditorijas, stiprinti prekių ženklų atpažįstamumą ir kurti nuoseklų įmonės įvaizdį įvairiose rinkose.

• Technologijų ir mokslinių tyrimų bei plėtros aktualumas

Įmonė vykdo nuolatinę mokslinių tyrimų ir plėtros (R&D) veiklą, orientuotą į esamų technologijų tobulinimą ir produktų formulavimo optimizavimą. Šiame sektoriuje inovacijos dažniausiai pasireiškia jau žinomų technologijų pritaikymu ar patobulinimu, o ne visiškai naujų išradimų kūrimu.

Dėl šios priežasties Įmonės vykdomi technologiniai sprendimai dažniausiai nėra patentuojami, nes jie neatitinka naujumo ar išradimo lygio kriterijų, būtinų patentabilumui. Vis dėlto tokia veikla yra itin svarbi – ji leidžia Įmonei kurti konkurencingas, efektyvias ir teisės aktams atitinkančias formules, stiprinti įmonės pozicijas rinkoje ir prisidėti prie nuolatinio produktų kokybės gerinimo.

2.2. Esamos IN ir su IN susijusio intelektualio turto duomenys ir analizė

Šiame skirsnyje pateikiama išsami kiekvienos intelektinės nuosavybės kategorijos analizė, įskaitant komercines paslaptis ir turtą, saugotiną taikant neformaliosios („švelniosios“) apsaugos praktiką.

• Domenų vardai

Domenų portfelio matrica

Domenų grupė	Paskirtis	Kontrolės klausimas
.com / .eu / .lt	bendras įmonės ir prekių ženklų matomumas	ar domenai aktyvūs ir susieti su portfeliu?
ccTLD rinkos	lokali komunikacija eksporto šalyse	ar registracijos atitinka prioritetines rinkas?
Kampanijų domenai	rinkodaros iniciatyvos ir produktų linijos	ar aiškus naudojimo statusas ir galiojimas?

Įmonė valdo apie 30 unikalių domenų vardų, kurių struktūra atspindi įmonės prekių ženklų portfelį, rinkos geografiją ir skaitmeninės komunikacijos strategiją. Domenai susieti su pagrindiniais Įmonės prekių ženklais ir pritaikyti skirtingoms tikslinėms rinkoms.

Domenų portfelis apima tiek bendro pobūdžio (.com, .eu, .lt), tiek šalių kodų (ccTLD) domenus, atspindinčius aktyvų Įmonės veikimą užsienyje – įskaitant pagrindines ES rinkas (DE, FR, IT, PL, SE ir kt.) bei pasirinktas trečiųjų šalių jurisdikcijas.

Šie domenai naudojami tiek komerciniais tikslais (e. prekyba, produktų pristatymas, B2B komunikacija), tiek prekių ženklų sklaidos ir rinkodaros veikloje, užtikrinant skaitmeninį prekių ženklų nuoseklumą visose rinkose.

Domenų portfelio struktūra rodo, kad Įmonė sąmoningai plėtoja tarptautinę internetinės tapatybės strategiją, apimančią pagrindines ES ir trečiųjų šalių rinkas, kuriose veikia įmonė ar jos distributoriai.

Pavyzdinėje ataskaitoje vietoj realaus domenų sąrašo pateikta apibendrinta portfelio struktūra. Atliekant tikrą auditą šioje vietoje pateikiama visa lentelė su konkrečiais domenais, jų galiojimo terminais, registratoriais ir naudojimo statusu.

• Komercinės paslaptys

Komercinių paslapčių apsaugos matrica

Informacijos tipas	Rizika	Apsaugos priemonė
Receptūros / sudėtys	neteisėtas atskleidimas ar kopijavimas	ribota prieiga, NDA, versijų kontrolė
Gamybos know-how	darbuotojų / partnerių žinių nutekėjimas	vidaus taisyklės, mokymai, prieigos teisės
Tiekėjų ir klientų sąrašai	komercinės informacijos praradimas	konfidencialumo žymėjimas ir sutartinė apsauga
Kainodara / plėtros planai	strateginės informacijos atskleidimas	vadovybės patvirtintas komercinių paslapčių sąrašas

Šiuo metu Įmonė nėra aiškiai identifikavusi ar formaliai įvardijusi konkrečių komercinių paslapčių, tačiau Įmonės veikloje egzistuoja informacijos kategorijos, kurios potencialiai atitinka komercinės paslapties požymius. Tokia apsauga galėtų būti taikoma, pavyzdžiui:

- vidiniam know-how (formulių kūrimo, gamybos technologijų procesams);

- produktų receptūroms ir sudėtims;
- tiekėjų, klientų ir partnerių sąrašams;
- vidinėms kainodaros ar plėtros strategijoms.

Šių elementų apsauga yra itin svarbi siekiant išlaikyti Įmonės konkurencinį pranašumą, ypač atsižvelgiant į tai, kad didelė dalis įmonės vertės kyla iš laboratorinių žinių ir sukauptos patirties.

Pagal Lietuvos Respublikos civilinio kodekso 1.116 straipsnį, informacija gali būti laikoma komercine paslaptimi, jeigu:

- ji yra slapta – nėra viešai žinoma ir sunkiai prieinama kitiems rinkos dalyviams;
- ji turi komercinę vertę dėl savo slaptumo;
- jos valdytojas imasi protingų priemonių informacijai apsaugoti, įskaitant:
 - technines priemones, tokias kaip prieigos ribojimas prie dokumentų ar duomenų tik tiems darbuotojams, kuriems ši informacija būtina jų funkcijoms vykdyti, informacijos šifravimas, apsauga slaptažodžiais, vidinių sistemų prieigos kontrolė;
 - teisinės priemonės, pavyzdžiui, konfidencialumo susitarimų (NDA) sudarymą su darbuotojais, partneriais ir tiekėjais, vidaus taisyklių ir tvarkų parengimą dėl informacijos tvarkymo, naudojimo ir saugojimo.

• Rekomendacijos Įmonei:

- Atlikti turimos konfidencialios informacijos įsivertinimą, siekiant nustatyti, kuri iš jos atitinka komercinės paslapties požymius;
- Parengti ir patvirtinti oficialų komercinių paslapčių sąrašą;
- Įdiegti vidaus taisykles bei kontrolės priemones, apibrėžiančias informacijos naudojimo, prieigos ir apsaugos tvarką (įtraukiant į IN strategiją);
- Numatyti, kad komercinių paslapčių sąrašą ir apsaugos priemones tvirtintų Įmonės vadovybė ar valdyba.

Tokios priemonės leistų sistemingai valdyti konfidencialią informaciją, užtikrinti jos teisinę bei techninę apsaugą, ir sumažinti galimų ginčų ar nuostolių riziką.

• Intelektinė nuosavybė sutartyse

Šiuo metu nėra aišku, kokia apimtimi Įmonės darbuotojų ir partnerių sutartyse reglamentuoti intelektinės nuosavybės klausimai, todėl šią sritį rekomenduojama išsamiai peržiūrėti ir suvienodinti.

• Darbo sutartys

Rekomenduojama peržiūrėti visų darbuotojų darbo sutartis, siekiant užtikrinti, kad jose būtų aiškiai įtvirtinta:

- pareiga saugoti konfidencialią informaciją tiek darbo metu, tiek po darbo santykių pabaigos;
- intelektinės nuosavybės teisių perėjimas Įmonei, kai darbuotojo veiklos metu sukuriama kūriniai, technologiniai sprendimai, dizainai ar kiti IN objektai.

• Sutartys su tiekėjais, partneriais ir paslaugų teikėjais

Rekomenduojama peržiūrėti ir atnaujinti bendradarbiavimo, tiekimo ir paslaugų teikimo sutartis, kad būtų aiškiai nustatyta:

- jog visos sukurtos ar perduotos intelektualinės nuosavybės teisės pereina Įmonei, jei kitaip nesusitarta;
- pareiga neatskleisti ir nenaudoti gautos konfidencialios informacijos kitais tikslais;
- atsakomybė ir garantijos, kad partnerio ar tiekėjo teikiamos formulių ar technologijų licencijos nepažeidžia trečiųjų asmenų teisių (pvz., patentų, prekių ženklų ar dizaino apsaugos).

• Licencinės ir formulių tiekimo sutartys

Ypatingas dėmesys turėtų būti skiriamas licencinėms sutartims su išorės tiekėjais – jose būtina numatyti tiek teisių kilmę ir perdavimą, tiek atsakomybę už galimus pažeidimus, jei perduota formulė ar technologinis sprendimas pažeidžia trečiųjų asmenų patentus ar kitas teises.

Rekomendacija: parengti tipinių (standartinių) sutarčių šablonus, kurie apimtų visus aukščiau nurodytus intelektualinės nuosavybės apsaugos aspektus ir būtų naudojami kaip įprasta Įmonės praktika.

Tokie veiksmai padėtų užtikrinti teisių aiškumą, sumažintų galimus ginčus dėl IN priklausomybės ir sustiprintų Įmonės teisinę poziciją tiek darbuotojų, tiek išorės partnerių atžvilgiu.

• Apsauginis paskelbimas ir kita „švelnioji“ intelektualinės nuosavybės apsauga

Įmonė taiko tam tikras „švelniosios“ (neformalios) intelektualinės nuosavybės apsaugos priemones, kurios padeda viešai pažymėti teisių priklausymą ir sumažinti neteisėto turinio naudojimo riziką.

Pavyzdžiui, Įmonės interneto svetainėse ir susijusiuose komunikacijos kanaluose nurodoma:

• „© [metai] Visos teisės saugomos. [Įmonės pavadinimas].“

Toks apsauginis paskelbimas yra paprastas, bet veiksmingas būdas pažymėti autorių teisių priklausomybę ir priminti vartotojams bei partneriams apie turinio apsaugos statusą.

Be šios priemonės, Įmonė galėtų sistemingiau taikyti „švelniosios“ apsaugos praktiką, pavyzdžiui:

- žymėti autorių teises, sukūrimo metus ir įmonės pavadinimą visuose reklaminiuose, grafinio dizaino ir pakuočių elementuose;
- naudoti versijų archyvavimą ar laiko žymas (timestamping) formulių ar kūrybinių failų versijoms, kad pririnkus būtų įrodoma sukūrimo data;
- saugoti vidinius įrodymus (pvz., kūrimo procesų dokumentaciją, eskizus, rinkodaros medžiagas), kurie galėtų būti panaudoti ginčo atveju.

Šios priemonės, nors ir nesuteikia formalaus registruoto teisinio statuso, prisideda prie Įmonės reputacijos apsaugos, teisių įrodymo paprastinimo ir prevencinės apsaugos nuo pažeidimų.

• Prekių ženklai

Apžvelgiami registruoti, prašomi užregistruoti, neregistruoti ir komerciniai pavadinimai, taip pat prekių ženklų sklaida ir žymenys, kuriuos galimai verta prašyti užregistruoti.

Ataskaitos rengimo metu Įmonė valdo apie 65 prekių ženklus, apimančius nacionalines, ES (EUTM) ir tarptautines registracijas pagal Madrido protokolą. Šie ženklai siejami su keliomis pagrindinėmis Įmonės prekių ženklų linijomis.

Žemiau pateikta lentelės struktūra ir keli iliustratyvūs įrašai, rodantys, kaip pateikiama informacija apie prekių ženklus tikroje audito ataskaitoje. Realio atveju lentelėje būtų visas Įmonės prekių ženklų sąrašas su konkrečiais duomenimis.

Žymuo	Tipas	Jurisdikcija	Klasės	Galioja iki	Statusas
[Ženklas A]	Žodinis	Lietuva (LT)	3, 5	2032-04-15	Galioja
[Ženklas A]	Figūrinis	ES (EUTM)	3, 5, 35	2031-09-22	Galioja
[Ženklas A]	Žodinis	WIPO (DE, FR, IT, PL, JP)	3, 5	2030-11-08	Galioja
[Ženklas B]	Žodinis	Lietuva (LT)	3	2033-02-14	Galioja
[Ženklas B]	Žodinis ir figūrinis	ES (EUTM)	3	2034-01-30	Galioja
[Ženklas C]	Žodinis	Lietuva (LT)	3	2025-07-18	⚠️ Atnaujinti per 12 mėn.
[Ženklas D]	Žodinis ir figūrinis	Jungtinė Karalystė (UK)	3, 5	2032-08-12	Galioja
[Ženklas E]	Žodinis	ES (EUTM)	3	—	Paraiška – nagrinėjama

Interviu metu nustatyta, kad Įmonė puikiai supranta prekių ženklų sistemos veikimo logiką, įskaitant teritorinį principą ir tinkamo prekių bei paslaugų sąrašo pasirinkimo svarbą. Visi registruoti ženklai pasirinkti strategiškai, atsižvelgiant į produktų eksportą į atitinkamas rinkas ir kiekvienos jurisdikcijos komercinį aktualumą.

Tokiu būdu Įmonė užtikrina, kad jos prekių ženklai būtų apsaugoti tose teritorijose, kuriose vykdoma veikla ar planuojama plėtra, ir kad apsauga atitiktų realiai gaminamų bei parduodamų produktų klasifikaciją pagal Nicos klasifikaciją.

• Rekomendacija:

- Parengti rašytinę intelektinės nuosavybės (IN) strategiją, kurioje būtų aiškiai nustatyta, kada, kaip ir kodėl turėtų būti registruojami nauji prekių ženklai;
- Nustatyti, kaip periodiškai peržiūrimas esamų ženklų portfelis, jų galiojimas ir aktualumas;
- Apibrėžti, kaip pasirenkamos jurisdikcijos ir tinkami prekių bei paslaugų sąrašai;
- Nurodyti, kas Įmonėje atsakingas už registracijų inicijavimą, stebėseną ir atnaujinimą.

Tokios priemonės padėtų sistemingai valdyti prekių ženklų portfelį, sumažintų riziką dėl praleistų terminų ar neaktualių ženklų ir užtikrintų, kad Įmonės prekių ženklai išliktų stiprūs bei konkurencingi visose tikslinėse rinkose.

• Patentai

Interviu metu aptarta, kad Įmonė šiuo metu nėra įregistravusi patentų ir nevykdo aktyvios patentavimo veiklos. Įmonė supranta patentų suteikiamos apsaugos reikšmę, tačiau šiuo metu neplanuoja teikti paraiškų, kadangi kuriami technologiniai sprendimai jos veiklos srityje dažniausiai neatitinka patentabilumo kriterijų – jie nėra pakankamai nauji, neatitinka išradimo lygio, o veikiau remiasi jau žinomų technologijų patobulinimu.

Įmonė nurodė, kad patentavimo galimybę svarstyti tik esant visiškai naujoms inovacijoms, turinčioms aiškių techninį naujumą ir komercinę vertę. Šiuo metu Įmonės mokslinių tyrimų ir plėtros veikla daugiausia susijusi su formulių optimizavimu ir esamų technologijų tobulinimu, o ne išradimų kūrimu.

Todėl šioje veiklos srityje kuriamus sprendimus tikslinga saugoti kaip komercinę paslaptį, taikant technines ir teises priemones, užtikrinančias konfidencialios informacijos apsaugą bei konkurencinio pranašumo išlaikymą.

• Dizainai

Interviu metu taip pat aptarti dizaino apsaugos klausimai. Įmonė yra susipažinusi su registruoto dizaino apsaugos galimybėmis, tačiau sąmoningai šios priemonės nesirenka taikyti plačiai, nes Įmonės veikloje sukuriami itin daug dizaino elementų – pakuočių, etikečių, vizualinių identitetų, reklaminės grafikos ir kitų kūrybinių sprendimų. Dėl didelio jų kiekio ir nuolatinio atnaujinimo registracija būtų neproporcingai sudėtinga ir ekonomiškai neefektyvi.

Todėl šioje srityje Įmonė tikslingai taiko autorių teisių apsaugos principus, laikydama dizainus autorių teisių objektais. Tai leidžia efektyviai apsaugoti kūrybinį turinį be formalaus registravimo, o prireikus – įrodyti sukūrimo faktą bei teisę į kūrinių per vidinę dokumentaciją, failų versijas ar viešo naudojimo įrodymus.

• Rekomenduojama:

- Peržiūrėti sutartis su dizaino kūrėjais (darbuotojais ir išoriniais partneriais), kad jose būtų aiškiai numatytas sukurtų kūrinių teisių perėjimas Įmonei;
- Užtikrinti, kad būtų sistemingai saugomi įrodymai apie dizaino sukūrimo momentą, pvz., kūrybinių failų datos, el. laišakai, projekto versijos ar viešo paskelbimo įrašai.

Tokia praktika leidžia Įmonei išlaikyti kontrolę ir aiškumą dėl dizaino teisių priklausomybės, užtikrina kūrinių apsaugą pagal autorių teisių principus ir sumažina galimų ginčų riziką ateityje.

• Autorių teisės

Įmonės veikloje autorių teisių objektus sudaro įmonės tinklalapiuose skelbiami tekstai, reklaminė medžiaga, grafiniai dizainai, pakuotės bei kiti kūrybiniai elementai. Dalis šių kūrinių, kaip minėta, yra dizaino pobūdžio ir saugomi pagal autorių teisių principus be formalios registracijos.

Rekomenduojama peržiūrėti sutartis su darbuotojais ir išoriniais kūrėjais (pvz., dizaineriais, tekstų autoriais, rinkodaros agentūromis), kad jose būtų aiškiai numatytas autorių teisių perėjimas Įmonei, užtikrinant įmonės teises į visus sukurtus kūrinius ir jų panaudojimą komerciniais tikslais.

Kitos oficialios IN teisės (sui generis duomenų bazės apsauga, geografinės nuorodos, augalų veislės ir kt.)

Įmonė neturi specifinių sui generis intelektualinės nuosavybės apsaugos formų (pvz., duomenų bazių ar augalų veislių apsaugos). Tačiau Įmonės juridinio asmens pavadinimas laikytinas ankstesne teise, saugoma pagal teisės aktus ir galinčia suteikti prioritetą ginčiuose su trečiosiomis šalimis.

2.3. Naudojimasis IN paieškos įrankiais

• Prekių ženklų paieška

Kadangi Įmonės veikla yra tarptautinė, rekomenduojama naudoti TMview kaip prekių ženklų paieškos įrankį – jis suteikia prieigą prie daugiau nei 100 jurisdikcijų prekių ženklų duomenų bazių.

Nuoroda: <https://www.tmdn.org/tmview/>

• Dizaino paieška

Tarptautiniam dizaino paieškos atlikimui rekomenduojama naudoti DesignView.

Nuoroda: <https://www.tmdn.org/tmdsview-web/>

2.4. IN valdymas

• Organizaciniai ir valdymo klausimai

Siekiant užtikrinti nuoseklų ir efektyvų intelektinės nuosavybės valdymą, rekomenduojama, kad Įmonės parengtoje intelektinės nuosavybės strategijoje būtų aiškiai nustatyta:

- kas Įmonėje atsakingas už skirtingas IN sritis – prekių ženklų registraciją, domenų vardų priežiūrą, komercinių paslapčių apsaugą, autorių teises ir sutartinių santykių kontrolę;
- kokie procesai taikomi registracijai, atnaujinimams, teisių stebėsenai ir vidaus dokumentų tvarkymui;
- koku būdu užtikrinamas informacijos perdavimas tarp atsakingų padalinių (pvz., rinkodaros, teisinio, IT, gamybos).

Sudėtingesniais klausimais, tokiais kaip naujų ženklų registracija, tarptautinė apsauga, licencijavimas ar ginčai, rekomenduojama kreiptis į specializuotas advokatų kontorą ar patentinius patikėtinius, turinčius patirties intelektinės nuosavybės srityje.

Toks atsakomybių ir bendradarbiavimo modelis padėtų Įmonei sistemingai prižiūrėti ir apsaugoti savo IN portfelį, užtikrintų veiklos tęstinumą ir sumažintų riziką dėl teisių praradimo ar netinkamo valdymo.

• Strategijos formulavimas ir įtraukimas į verslo strategiją

Įmonei rekomenduojama parengti aiškią ir rašytinę intelektinės nuosavybės (IN) strategiją, kuri būtų integruota į bendrą įmonės verslo strategiją ir atitiktų jos veiklos modelį bei tarptautinę plėtros kryptį.

• Ši strategija turėtų apibrėžti:

- kodėl ir kokiais tikslais Įmonė naudoja IN apsaugos priemones (pvz., prekių ženklai – rinkos atpažinimui, komercinės paslaptys – technologijų apsaugai, autorių teisės – kūrybinei veiklai ir rinkodarai);
- kokie IN objektai yra kritiški verslui ir kaip jie turėtų būti apsaugoti (registracija, licencijavimas, sutarčių kontrolė, vidaus apsaugos mechanizmai);
- koku būdu IN prisideda prie verslo tikslų įgyvendinimo – didinant eksporto apimtį, stiprinant prekių ženklų žinomumą, pritraukiant partnerius ar investicijas.

Taip pat tikslinga apibrėžti geografinę IN apsaugos aprėptį, atsižvelgiant į dabartines ir planuojamas rinkas. Kadangi Įmonė eksportuoja produkciją į daugelį ES ir trečiųjų šalių, strategijoje turėtų būti nustatyta, kokiose jurisdikcijose būtina išlaikyti ar išplėsti prekių ženklų ir domenų apsaugą, o kur pakanka vietinės ar regioninės registracijos.

Toks strateginis požiūris padėtų Įmonei nuosekliai išnaudoti savo intelektinės nuosavybės potencialą, užtikrintų jos suderinamumą su verslo plėtros tikslais ir suteiktų aiškius orientyrus darbuotojams bei vadovybei.

• IN komunikacijoje ir rinkodaroje (vidinėje ir išorinėje)

Įmonei rekomenduojama sistemingai integruoti intelektinės nuosavybės (IN) elementus į vidinę ir išorinę komunikaciją.

Įmonės viduje tikslinga didinti darbuotojų informuotumą apie IN reikšmę – kaip prekių ženklai, komercinės paslaptys, dizainai ar autorių teisės prisideda prie įmonės vertės kūrimo ir kodėl svarbu laikytis konfidencialumo bei vidinių apsaugos taisyklių. Tai galima įgyvendinti trumpais vidiniais mokymais ar gairėmis.

Išorinėje komunikacijoje tikslinga aiškiai ir nuosekliai naudoti apsaugotus prekių ženklus, logotipus ir teisinius žymėjimus (pvz., ®, ™, ©), taip pabrėžiant jų apsaugos statusą ir stiprinant įmonės profesionalų įvaizdį. Taip pat svarbu užtikrinti, kad visose rinkodaros priemonėse būtų naudojami tik tie IN objektai, kurių teisės priklauso Įmonei arba kuriems turimas leidimas naudoti.

Tokiu būdu IN tampa neatsiejama komunikacijos ir rinkodaros strategijos dalimi, stiprinančia vartotojų pasitikėjimą, įmonės reputaciją ir prekių ženklų vertę.

• IN paieškos integravimas į IN valdymo procesus

Siekiant užtikrinti veiksmingą intelektinės nuosavybės valdymą, Įmonei rekomenduojama įtraukti IN paieškas kaip privalomą veiklos etapą prieš priimant sprendimus dėl naujų prekių ženklų, produktų pavadinimų, dizainų ar technologinių sprendimų.

Tokios paieškos turėtų būti atliekamos tiek vidaus lygmeniu, naudojant viešas duomenų bazines (pvz., EUIPO eSearch, TMview, DesignView), tiek prireikus – pasitelkiant išorės specialistus ar patentinius patikėtinius, galinčius atlikti išsamesnes patikras ir teikti teisinius vertinimus.

• Integravus IN paieškas į sprendimų priėmimo procesą, būtų galima:

- išvengti galimų teisių pažeidimų ar konfliktų su ankstesnėmis teisėmis;
- užtikrinti, kad naujai kuriami ženklai ar dizainai būtų unikalūs ir teisiškai apsaugomi;
- padidinti registracijos sėkmės tikimybę ir sumažinti teisinę riziką plėtojant naujus produktus ar rinkas.

Toks sisteminis požiūris padėtų Įmonei efektyviau valdyti savo IN portfelį ir priimti pagrįstus sprendimus dar ankstyvame kūrimo etape.

• Dokumentavimo ir administracinės užduotys

Siekiant užtikrinti nuoseklų intelektinės nuosavybės objektų priežiūrą, Įmonei rekomenduojama įdiegti centralizuotą dokumentavimo ir administravimo sistemą, kurioje būtų tvarkomi visi duomenys apie įmonės IN portfelį.

• Šioje sistemoje turėtų būti kaupiama informacija apie:

- registruotus prekių ženklus, domenų, dizainus ir sutartis, nurodant jų galiojimo terminus;
- atnaujinimo datas ir mokesčius, kad būtų išvengta pavėluoto atnaujinimo ar teisių praradimo;
- atsakingus asmenis už kiekvieno objekto priežiūrą ir registracijų kontrolę.

Tikslinga nustatyti reguliarią (pvz., kasmetinį) portfelio peržiūros procesą bei naudoti automatinio priminimo sistemą (pvz., kalendorių ar vidinį registrą), kad būtų valdomi terminai ir užtikrinamas savalaikis veiksmų atlikimas.

Tokios administracinės priemonės padėtų Įmonei išlaikyti aiškų IN portfelio vaizdą, sumažintų žmogiškos klaidos riziką ir užtikrintų teisių tęstinumą bei apsaugos efektyvumą.

• Galimas dalijimasis IN

Įmonės veikloje intelektinės nuosavybės (IN) dalijimasis gali būti aktualus bendradarbiaujant su verslo partneriais, tiekėjais, licencijų gavėjais ar mokslo institucijomis. Tokiais atvejais svarbu užtikrinti, kad būtų aiškiai apibrėžtos teisių ir pareigų ribos.

• Rekomenduojama, kad:

- bet koks IN dalijimasis (pvz., formulių, dizainų, prekių ženklų ar duomenų perdavimas) vyktų tik pagal rašytines sutartis, kuriose numatyta, kam, kokiam tikslui ir kokiomis sąlygomis suteikiama teisė naudoti IN;
- būtų aiškiai apibrėžta, ar teisės suteikiamos išimtinai, ar neišimtinai, kokia yra jų geografinė ir laiko aprėptis;
- sutartyse būtų nustatytos konfidencialumo nuostatos ir apribojimai dėl tolesnio perdavimo trečiosioms šalims.

Tokiu būdu Įmonė galėtų bendradarbiauti ir plėtoti inovacijas kartu su kitais subjektais, išlaikydama savo IN kontrolę, užtikrindama apsaugą ir išvengdama galimų ginčų dėl teisių priklausomybės.

2.5. IN rizika

IN rizikų žemėlapis

Rizika	Poveikis	Valdymo priemonė
Teisių praradimas	registracijų ar domenų galiojimo nutrūkimas	centralizuotas terminų kalendorius
Trečiųjų šalių teisės	ginčai ar ribota plėtra rinkose	TMview / DesignView paieškos prieš paleidimą
Sutartinė rizika	neaiški teisių priklausomybė	standartinės IN nuostatos sutartyse
Komercinės paslaptys	know-how ir receptūrų atskleidimas	NDA + prieigos kontrolė + vidinės taisyklės
Reputacija	prekių ženklo vertės mažėjimas	nuosekli žymenų ir teisių komunikacija

Įmonės veikloje identifikuojamos kelios pagrindinės intelektinės nuosavybės (IN) rizikos:

- **Teisių praradimo rizika** – dėl formalinių procedūrų (pvz., prekių ženklų ar domenų atnaujinimo terminų) praleidimo ar nepakankamos administracinės priežiūros.
- **Teisių pažeidimo rizika** – galimybė netyčia naudoti trečiųjų šalių saugomus ženklus, dizainus ar technologinius sprendimus, ypač plečiantis į naujas rinkas.
- **Sutartinė rizika** – nepakankamai aiškiai apibrėžtos intelektinės nuosavybės nuostatos darbuotojų, tiekėjų ar partnerių sutartyse, kas gali sukelti ginčus dėl teisių priklausomybės.
- **Komercinių paslapčių atskleidimo rizika** – dėl nepakankamų techninių ar teisinių konfidencialumo priemonių.
- **Reputacijos rizika** – susijusi su prekių ženklų netinkamu naudojimu ar pažeidimais, galinčiais pakenkti įmonės įvaizdžiui rinkoje.

• Rizikų mažinimui rekomenduojama:

- parengti ir įgyvendinti rašytinę IN strategiją su aiškiais atsakomybės ir stebėsenos mechanizmais;

- naudoti vidinę IN registravimo ir terminų stebėsenos sistemą;
- užtikrinti periodinę sutartinių dokumentų peržiūrą ir konfidencialumo priemonių taikymą;
- esant sudėtingesnėms situacijoms, pasitelkti išorės teisininkus ar patentinius patikėtinius.

Tokios priemonės padėtų Įmonei sistemingai valdyti ir mažinti galimas IN rizikas bei išvengti finansinių ar reputacinių nuostolių.

2.6. Sąnaudos, nauda ir finansavimas

Sąnaudų ir naudos vertinimo lentelė

Klausimas	Vertinimo logika	Sprendimas
Ką saugoti?	prioritetas objektams, kurie tiesiogiai kuria vertę	ženklai, domenai, know-how
Kur saugoti?	jurisdikcijos pagal eksporto ir plėtros kryptis	LT / ES / JK / pasirinktos trečiosios šalys
Kada investuoti?	kai komercinė nauda viršija registracijos ir priežiūros sąnaudas	periodinė portfelio peržiūra
Ką finansuoti?	naudoti paramos schemas, kai jos prieinamos	EUIPO SME Fund ir kt.

Įmonė turėtų vertinti intelektinės nuosavybės (IN) apsaugos sąnaudas ir naudą kaip dalį bendros verslo investicijų strategijos. Apsaugos išlaidos (pvz., registracijos, atnaujinimo, teisinės paslaugos) turėtų būti palyginamos su potencialia komercine nauda, kurią suteikia teisių apsauga – didesniu prekių ženklų atpažinumu, eksporto galimybėmis ar licencijavimo pajamomis.

Vertinant planuojamas išlaidas tikslinga naudoti kaštų ir naudos analizę (cost–benefit approach), nustatant, kurie IN objektai turi didžiausią strateginę vertę ir kurių apsauga turėtų būti prioritetinga.

Finansavimo požiūriu Įmonė gali pasinaudoti Europos Sąjungos MVĮ fondu (EUIPO SME Fund), kuris kasmet siūlo dalinį kompensavimą už IN apsaugos išlaidas – prekių ženklų, dizainų, patentų ar IP konsultacijų mokesčius. Ši parama gali padėti sumažinti finansinę našta, ypač plėtojant tarptautines registracijas.

Toks požiūris leidžia Įmonei subalansuotai planuoti išlaidas ir maksimaliai išnaudoti intelektinės nuosavybės sukuriama ekonominę vertę.

2.7. Bendros strateginės rekomendacijos

Įmonė valdo platų ir diversifikuotą intelektinės nuosavybės portfelį, apimantį prekių ženklus, domenų vardus, autorių teisių objektus ir komercines paslaptis. Šie elementai sudaro reikšmingą įmonės verslo vertės dalį, ypač atsižvelgiant į plačią eksporto geografiją ir stiprius nuosavus prekių ženklus. Įmonė rodo gerą supratimą apie prekių ženklų apsaugą, teritorinį principą ir tinkamą registracijos praktiką.

Vis dėlto nustatyta, kad intelektinės nuosavybės valdymas nėra formaliai reglamentuotas – nėra rašytinės IN strategijos, aiškaus atsakomybės pasiskirstymo ir sisteminės priežiūros. Tokia situacija kelia riziką dėl teisių atnaujinimo terminų, komercinių paslapčių apsaugos ar sutarčių aiškumo. Šiuo metu sprendimai dažniausiai priimami remiantis praktinėmis žiniomis ir patirtimi, tačiau siekiant ilgalaikio veiklos tęstinumo būtina struktūrizuota sistema.

Įmonės inovacijų veikla grindžiama nuolatinio formulių tobulinimu ir esamų technologijų pritaikymu, todėl patentavimas šiuo metu nėra aktualus. Tokiomis aplinkybėmis kuriamus sprendimus racionalu saugoti kaip komercines paslaptis, taikant technines (ribota prieiga, informacijos kontrolė) ir teises (NDA, vidaus

taisyklės) priemonės. Analogiškai, dėl didelio pakuočių ir dizaino kiekio registruoto dizaino apsaugos taikymas nėra ekonomiškai pagrįstas, todėl šioje srityje tikslinga naudoti autorių teisių apsaugą.

• Prioritetiniai veiksmai

Tobulinant intelektinės nuosavybės valdymą, Įmonei rekomenduojama parengti rašytinę IN strategiją, kurioje būtų nustatyta:

- atsakomybė už skirtingas IN sritis (ženklai, domenai, komercinės paslaptys, sutartys);
- aiškūs procesai registracijai, stebėsenai, sutarčių peržiūrai ir informacijos apsaugai;
- periodinė IN portfelio peržiūra bei atnaujinimo terminų kontrolė;
- mechanizmas sudėtingesniems klausimams spręsti bendradarbiaujant su specializuotomis advokatų kontoromis ar patentiniais patikėtiniais.

• Strategiškai, Įmonė turėtų (18 psl. pateikiama išsami vizualizacija):

1. Parengti ir patvirtinti intelektinės nuosavybės strategiją kaip dalį bendros verslo politikos.
2. Sukurti vidinę IN registravimo ir terminų stebėsenos sistemą (pvz., kalendorių ar registrą).
3. Peržiūrėti ir atnaujinti darbo, partnerystės ir tiekimo sutartis, užtikrinant teisių perėjimą Įmonei.
4. Sustiprinti komercinių paslapčių apsaugą, įgyvendinant technines ir teisines priemones.
5. Pasinaudoti EUIPO SME Fund parama, kad būtų kompensuotos dalies IN apsaugos išlaidos.

Įgyvendinusi šias priemones, Įmonė galėtų sistemingai valdyti ir plėtoti savo intelektinės nuosavybės portfelį, sumažinti teisinę riziką ir dar labiau sustiprinti konkurencinį pranašumą tiek vietos, tiek tarptautinėse rinkose.

Veismų plano vizualizacija (redaguojama lentelė)

Etapas	Veiksmas	Atsakinga sritis	Rezultatas
01	Parengti ir patvirtinti IN strategiją	Vadovybė / teisinė funkcija	aiškus valdymo modelis
02	Sukurti IN registrą ir terminų stebėseną	Teisinė / administracija	nepraleidžiami atnaujinimai
03	Peržiūrėti darbo, partnerystės ir tiekimo sutartis	Teisinė / HR / pirkimai	aiškus teisių perėjimas
04	Sustiprinti komercinių paslapčių apsaugą	R&D / IT / vadovybė	saugomas know-how
05	Įvertinti finansavimo priemones	Finansai / teisinė funkcija	optimizuotos IN sąnaudos

3. Priedai – naudingos nuorodos

- **Nacionalinė intelektinės nuosavybės tarnyba**

Lietuvos Respublikos valstybinis patentų biuras (VPB): www.vpb.lrv.lt

- **Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnyba**

EUIPO: www.euipo.europa.eu

- **IN pagalbos tarnybos teminiai leidiniai**

- **European IP Helpdesk gidai:**

https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/regional-helpdesks/european-ip-helpdesk/europe-ip-guides_en

- **Specializuoti leidiniai:**

https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/regional-helpdesks/european-ip-helpdesk/europe-ip-specials_en

- **Teminės santraukos:**

https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/regional-helpdesks/european-ip-helpdesk/europe-fact-sheets_en

- **IN teisių ir apsaugos leidiniai**

Prekių ženklų pagrindai: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/trade-marks-basics>

Pagrindinė informacija apie dizainą: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/design-basics>

Inventors' handbook (on patents): <https://www.epo.org/learning-events/materials/inventors-handbook.html>

- **IN teisių ir apsaugos valdymas**

How to apply for a European Patent: <https://www.epo.org/applying/basics.html>

Kaip užregistruoti prekių ženklą: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/route-to-registration>

- **Finansavimo galimybės**

EUIPO SME Fund (kompensavimas IN apsaugos išlaidoms): <https://www.euipo.europa.eu/en/discover-ip/sme-fund>