

Почему интеллектуальная собственность в сфере спортивных технологий имеет такое большое значение

Представьте, что вы потратили миллионы долларов на исследования и разработки, для того чтобы создать одни из лучших и наиболее инновационных продуктов в области спортивных технологий. Представьте, что вы потратили столько же (если не больше) на самый эффективный маркетинг и рекламу, для того чтобы разработать название бренда, которое станет синонимом успеха в отрасли. Представьте то чувство, когда вы наконец достигли поставленной цели. Позади годы бессонных ночей, а на алтарь успеха принесены жертвы, о которых преподаватели в колледже вас не предупреждали. Теперь представьте, что на ваших глазах неожиданно (будто бы за одну ночь) появляется конкурент, который с выгодой для себя использует всю вашу упорную работу, ваши «кровь, пот и слезы», не говоря уже о капитале, и врывается на рынок с тем, что он называет «следующей, лучшей» версией вашего продукта, которая продается уже по более низкой цене. Такой сценарий событий не редок и не нов. Зачастую именно так действуют конкуренты в условиях свободной рыночной экономики. Итак, что может предпринять компания, работающая в сфере спортивных технологий, чтобы защитить себя от таких любителей поживиться за чужой счет? Одним из возможных решений является использование мощной системы управления активами в виде интеллектуальной собственности.

Columbia Sportswear Company — пример компании, которая поняла, насколько важной может быть защита собственных активов интеллектуальной собственности. Columbia Sportswear — компания, спортивная одежда которой широко известна, в частности одежда для занятий спортом в холодную погоду, например для катания на лыжах и сноуборде. Кроме того, компания приобрела известность благодаря своей запатентованной технологии Omni-Heat Reflective Technology, для создания которой были использованы такие объекты интеллектуальной собственности, как патенты на промышленный образец и изобретение. Одежда с использованием технологии Omni-Heat изготавливается из материала, который оптимально использует тепло тела для поддержания теплового баланса владельца одежды, одновременно обеспечивая воздухопроницаемость и отвод влаги. Компания Columbia Sportswear запатентовала эту технологию и различные виды дизайна в 2012 г. и использовала ее для производства пуховиков, перчаток и другой спортивной экипировки для холодной погоды. Вскоре после этого Seirus Innovation Accessories, компания из Сан-Диего, специализирующаяся на производстве экипировки для зимних видов спорта, вышла на рынок со своей продукцией HeatWave, ассортимент которой включал различные виды перчаток.

Начиная с 2013 г. Columbia Sportswear начала кампанию по защите своих прав на интеллектуальную собственность, которые нарушила компания Seirus. Columbia Sportswear подала против Seirus три иска о нарушении патентных прав: один иск был подан в штате Вашингтон, один — в штате Орегон и один — в г. Сан-Диего, штат Калифорния. В каждом из этих процессов суд хотя бы частично удовлетворил иски компании Columbia Sportswear. Последние решения были получены в Сан-Диего, где дело, предметом рассмотрения которого стали три патента Columbia Sportswear, было рассмотрено судом в полном составе присяжных в сентябре 2017 г. После двухнедельного судебного разбирательства присяжные вынесли вердикт в пользу Columbia Sportswear — компания должна была получить возмещение в размере 3 000 000 долл. США. И хотя в этом деле один из патентов компании Columbia Sportswear был признан частично недействительным, компания публично заявила о том, что она будет добиваться отмены такого решения и продолжит поддерживать в разных странах мира действительность своих многочисленных патентов, относящихся к промышленным образцам с технологией Omni-Heat.

На основании этого примера можно сделать вывод о том, что права на объекты интеллектуальной собственности имеют важное значение во многих отраслях, одной из которых является сфера спортивных технологий. Активы в виде интеллектуальной собственности имеют высокую ценность, заслуживают защиты и исполнения связанных с ними прав. Независимо от того, осуществляете ли вы защиту своих прав, опираясь на надежную программу в области защиты патентов, подкрепленную комплексной стратегией обеспечения осуществления патентных прав, или на программу защиты брендов (*m.e.* товарных знаков) либо программу защиты коммерческой тайны, — все они будут хорошими способами защиты и повышения ценности вашей интеллектуальной собственности. Затем вам стоит ответить на такой вопрос: хотите ли вы, чтобы ваша компания научилась капитализировать эти ценные активы?

Для получения дополнительной информации о стратегической разработке и оптимизации активов интеллектуальной собственности вашей компании обращайтесь к Тэмми Дунну (Tammy Dunn) по адресу электронной почты dunn@oshaliang.com либо свяжитесь с нами на сайте www.oshaliang.com.