

Magdalena Rutkowska-Sowa

*Katedra Prawa Własności Intelektualnej, Wydział Prawa
Uniwersytet w Białymstoku*

OZNACZENIA INDYWIDUALIZUJĄCE UCZELNIĘ – ZASADY OCHRONY I KORZYSTANIA*

Jednym z wydarzeń towarzyszących obchodom XX rocznicy powstania Uniwersytetu w Białymstoku był ogólnopolski konkurs na logo. Jego celem było wykreowanie oznaczenia, które miało podkreślać nowoczesność i renomę uczelni, a jednocześnie zaznaczać ściśle związki nauki z naturą (rozumianą szeroko, jako przyroda, środowisko naturalne, ale też natura ludzka), ich wzajemne przenikanie się i łączność. Uczelni zależało na stworzeniu nowego znaku graficznego, który będzie używany w celach promocyjnych i wizerunkowych¹. Z założenia nie miał on zastąpić godła, które wciąż ma występować na oficjalnych dokumentach, powinien natomiast umożliwić nowoczesną komunikację i pomóc dotrzeć do młodych ludzi².

W lipcu 2017 roku komisja konkursowa spośród 35 prac wybrała koncepcję Katarzyny Worpus-Wrońskiej ze Studia projektowego Grafixpol w Łodzi. Logo składa się z dwóch liter występujących w nazwie uczelni, „w” oraz „b”, ułożonych w matematycznie wyrysowaną formę literniczą. Zaokrąglenia liter i dominujący kolor zielony zdaniem autorki odwołują się do natury³. Zgodnie ze stanowiskiem przedstawionym w uzasadnieniu jury oznaczenie jest czytelne, posiada jasny przekaz i kojarzy się z uniwersytetem. Logo miało wejść do użytku od października 2017 roku, jednak ze względu m.in. na konieczność uwzględnienia

¹ § 1 *Regulaminu Konkursu Rektora Uniwersytetu w Białymstoku na logo Uniwersytetu w Białymstoku*, www.uwb.edu.pl/uploads/documents/konkurs-logo.rtf.

² PAP – Nauka w Polsce, *Uniwersytet w Białymstoku ogłasza konkurs na logo*, <http://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news%2C413828%2Cuniwersytet-w-bialymstoku-oglasza-konkurs-na-logo.html>.

³ Izabel, *Jasne i czytelne. Uniwersytet w Białymstoku ma nowe logo*, <http://bialystok.wyborcza.pl/bialystok/7,35241,22050880,jasne-i-czytelne-uniwersytet-w-bialymstoku-ma-nowe-logo.html?disableRedirects=true>.

* Stan faktyczny i prawny spraw prezentowanych w artykule dotyczy stycznia 2018 r.

uwag dotyczących projektu, potrzebę opracowania księgi znaku, tak się nie stało⁴.



Rys. Logo Uniwersytetu w Białymstoku – wersja podstawowa oraz jego przykładowe użycie, <http://www.uwb.edu.pl/nowosci/aktualnosci/universytet-w-bialymstoku-ma-swoje-logo-konkurs-wygrala-katarzyna-worpus-wronska-z-lodzi/0032e412>

Zlecenie opracowania logo uniwersytetu wpisuje się w światową tendencję. Uczelnie, zwłaszcza te prestiżowe, mają świadomość, jaki potencjał reklamowy czy zarobkowy tkwi w ich oznaczeniach, w tym herbie, logo, znakach związanych z promocją poszczególnych inicjatyw. W wielu szkołach wyższych obecnie prowadzony jest tzw. *rebranding*, zmiana sposobu wizualizacji, najczęściej mająca na celu odświeżenie obecności w przestrzeni publicznej oraz pokazanie ich unowocześnionego oblicza. Nierzadko próby te spotykają się z krytyką, w tym z zarzutami o zrywanie z ciągłością, wieloletnią historią oznaczeń uczelni. Tak było w przypadku na przykład Śląskiego Uniwersytetu Medycznego⁵, Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu⁶, Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie⁷, Politechniki Opolskiej⁸, z podobnymi ocenami zmierzyć musiało się również nowe logo Uniwersytetu w Białymstoku⁹.

⁴ J. Fiedoruk, *UwB ma nowe logo*, <http://www.bialystokonline.pl/uwb-ma-nowe-logo,artykul,100068,6,1.html>.

⁵ K. Karaś, *Śląski Uniwersytet Medyczny zmienia logo i herb. Na gorsze*, <https://brandingmonitor.pl/slaski-universytet-medyczny-zmienia-logo-herb-gorsze/>.

⁶ „Ratujmy logo UMK”. *Internauci nie chcą zmiany znaku graficznego uniwersytetu*, <http://torun.naszemiasto.pl/artykul/ratujmy-logo-umk-internauci-nie-chca-zmiany-znaku,3333181,art,t,id,tm.html>.

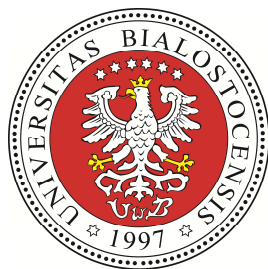
⁷ M. Koronowski, *UWM pokazał nowe logo i wywołał szok*, <http://olsztyn.wyborcza.pl/olsztyn/7,48726,22636274,uwm-pokazal-nowe-logo-i-wywalal-szok.html>.

⁸ K. Karaś, *Nowe logo Politechniki Opolskiej*, <https://brandingmonitor.pl/nowe-logo-politechniki-opolskiej/>.

⁹ Dyskusja po ogłoszeniu wyników konkursu na logo UwB, pod postem z dnia 4 lipca 2017 r., <https://web.facebook.com/universytetwbialymstoku/>; K. Karaś, *Problemy uniwersyteckiego logo w Białymstoku*, <https://brandingmonitor.pl/problemy-universyteckiego-logo-bialymstoku/>.

Zgodnie z zasadą *de gustibus non est disputandum* celem niniejszego artykułu nie jest jednak dyskutowanie o walorach artystycznych, ale określenie prawnych zasad korzystania z oznaczeń szkół wyższych. Uczelnie bowiem coraz częściej w stosunku do swoich symboli oprócz działań czysto marketingowych, podejmują działania formalno-prawne – dokonują ich rejestracji jako znaków towarowych, opracowują strategię komercyjnego wykorzystania.

Podstawowy akt prawny, jakim w obszarze funkcjonowania uczelni jest ustawa z dnia 25 lipca 2005 roku – Prawo o szkolnictwie wyższym¹⁰, nie zawiera regulacji odnoszących się wprost do godła, logo, czy znaków towarowych uczelni. Zgodnie jednak z art. 17 pr.sz.w. sprawy nieuregulowane w ustawie określa statut uczelni. § 5 Statutu Uniwersytetu w Białymstoku precyzuje np. wygląd i zasady korzystania z godła uczelni¹¹. Stanowi, że jest nim wizerunek Orła Białego Zygmunta na czerwonym tle, wpisanego w koło, z głową zwróconą w prawo i nakrytą koroną w kolorze złotym, z rozwiniętymi skrzydłami, ze złotym dziobem i szponami. Nad wizerunkiem orła widnieją sześć białych gwiazd symbolizujących liczbę wydziałów w roku utworzenia Uniwersytetu. Pod nim umieszczone są białe litery U w B. W wewnętrznym otoku znajduje się łacińska nazwa Universitas Bialostocensis, pomiędzy tymi wyrazami widnieją dwie białe gwiazdy oraz zapisany cyframi arabskimi rok 1997, rok utworzenia Uniwersytetu. W zewnętrznym wąskim otoku znajdują się czarne kropki. Godło Uniwersytetu jest znakiem prawnie zastrzeżonym. Może być umieszczone w pomieszczeniach Uniwersytetu, na Medalu Uniwersytetu, drukach i wydawnictwach Uniwersytetu oraz na odznakach przysługujących członkom społeczności akademickiej, jak również, za zgodą Rektora, na innych przedmiotach. Warunki i tryb udzielania takiej zgody określa Rektor.



Rys. Godło Uniwersytetu w Białymstoku,
http://www.uwb.edu.pl/pliki/logo/CMYK/w_uwb_kolor.jpg

¹⁰ T.j. Dz. U. 2017 poz. 2183, dalej jako: pr.sz.w.

¹¹ Statut Uniwersytetu w Białymstoku Uchwalony na posiedzeniu Senatu Uniwersytetu w Białymstoku w dniu 4 kwietnia 2012 r., <http://uwb.edu.pl/statut-uwb>.

Jest to w istocie jedyne postanowienie w systemie aktów prawa wewnętrznego dotyczące oznaczeń uczelni. Uniwersytet w Białymstoku nie rejestrował dotychczas znaków towarowych, nie przyjmował w związku z tym także odrębnych regulaminów udostępniania ich podmiotom zewnętrznym. Być może strategia taka zostanie przyjęta w niedalekiej przyszłości.

Stwierdzenie w statucie, że godło „jest znakiem prawnie zastrzeżonym” znajduje swoje uzasadnienie w systemie ochrony dóbr osobistych osób prawnych. Sąd Najwyższy w wyroku z 7 marca 2003 roku rozstrzygając o możliwości stosowania nazwy i godła Uniwersytetu Warszawskiego potwierdził, że symbol osoby prawnej jest nośnikiem jej tożsamości w zewnętrznym odbiorze i podobnie jak nazwa czy firma stanowi dobro osobiste, które podlega ochronie na podstawie art. 24 w zw. z art. 43 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku – Kodeks cywilny¹². W tym sensie stanowi wizerunek osoby prawnej. Wyraża jej tożsamość i znaczenie, powinien być wykorzystywany w celach zgodnych z ideami, jakie reprezentuje i w każdym razie bez zgody uniwersytetu nie może być eksploatowany¹³.

Współcześnie wiele uczelni na stronach internetowych opisuje przyjęty system identyfikacji wizualnej. Określa możliwe sposoby udostępniania herbu, logo, precyzuje sposób ich umieszczania na materiałach promocyjnych, dokumentach, wskazuje podmiot, z którym należy ustalić zasady korzystania z oznaczeń¹⁴. Opracowywanie odrębnych regulaminów znaków towarowych jest zauważalną, chociaż wciąż rzadką praktyką w polskich szkołach wyższych¹⁵. W przeciwieństwie na przykład do regulaminów zarządzania własnością intelektualną, czy infrastrukturą badawczą ustawa z dnia 25 lipca 2017 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym nie określa obowiązku posiadania ich w systemie aktów prawa wewnętrznego każdej uczelni. W nielicznych szkołach wyższych zasady

¹² T.J. Dz.U. 2017, poz. 459.

¹³ I CKN 100/01, Lex nr 83833.

¹⁴ Por. Uniwersytet w Białymstoku, <http://uwb.edu.pl/identyfikacja-wizualna-uwb>; Akademia Górniczo-Hutnicza, <http://www.agh.edu.pl/uczelnia/system-identyfikacji-wizualnej/>; Uniwersytet Warszawski, <http://promocja.uw.edu.pl/siw-uw/logo-uw/>; Uniwersytet Śląski, <http://www.us.edu.pl/system-identyfikacji-wizualnej/>; Uniwersytet Medyczny w Łodzi, <http://umed.pl/dla-mediow/informacje-prasowe/logotyp-uczelni/>.

¹⁵ Por. Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, *Regulamin udostępniania podmiotom zewnętrznym znaków towarowych Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, Załącznik do Zarządzenia nr 98/2017 Rektora UPP z dnia 20 września 2017 roku*, http://www.ciitt.up.poznan.pl/media/znaki-towarowe-UPP/Zarzadzenie/Za_cznik_do_zarz_dzenia_Rektora_nr_98_2017_w_sprawie_wprowadzenia_Regulaminu_udost_pniania_podmiotom_zewn_trznym_znakow_towarowych_UPP.pdf; Uniwersytet Medyczny w Łodzi, *Uchwała 237/2014 Senatu UM w Łodzi, określająca zasady używania znaku firmowego (logo) Uniwersytetu Medycznego w Łodzi*, http://a.umed.pl/pl/index1.php?dir=inf&mn=akty_uchwaly#2014.

korzystania z oznaczeń je indywidualizujących określane są w regulaminach zarządzania własnością intelektualną¹⁶. Istniejące odrębne regulaminy najczęściej uchwalane są jako zarządzenia Rektora na podstawie art. 66 ust. 2 pr.sz.w. oraz art. 163 ustawy z dnia 30 czerwca 2000 r. – Prawo własności przemysłowej¹⁷. Zgodnie z pierwszą regulacją Rektor uczelni publicznej podejmuje decyzje we wszystkich sprawach dotyczących uczelni, z wyjątkiem spraw zastrzeżonych przez ustawę lub statut do kompetencji innych organów uczelni lub kanclerza, w szczególności podejmuje decyzje dotyczące mienia i gospodarki uczelni, w tym w zakresie zbycia lub obciążenia mienia. Drugi przepis stanowi podstawę udzielania licencji (zgodny na korzystanie) ze znaku towarowego.

W tym miejscu warto wyjaśnić, że znak towarowy jest szczególnym oznaczeniem chronionym prawem. Zgodnie z art. 120 p.w.p. jest nim każde oznaczenie, które można przedstawić w sposób graficzny, jeżeli oznaczenie takie nadaje się do odróżnienia towarów jednego przedsiębiorstwa od towarów innego przedsiębiorstwa. Znakiem towarowym może być w szczególności wyraz, rysunek, ornament, kompozycja kolorystyczna, forma przestrzenna, a także melodia lub inny sygnał dźwiękowy. W obrocie gospodarczym znak towarowy pełni trzy podstawowe funkcje. Po pierwsze, funkcję wyróżniającą, wskazuje komercyjne źródło pochodzenia towaru, pozwala odróżnić go od innych – tego samego rodzaju – znajdujących się w obrocie¹⁸. Potencjalny nabywca, może oczekiwać, że wszystkie tak samo oznaczone towary zostały wytworzone przez tego samego producenta bądź przez inne podmioty, ale pod jego kontrolą¹⁹. Po drugie, znak towarowy spełnia funkcję gwarancyjną. Uosabia ugruntowany stałym poziomem towarów lub ich korzystnymi cechami wizerunek podmiotu, od którego towar pochodzi. Przekonania te kształtowane są wśród konsumentów zarówno na podstawie ich własnego doświadczenia, jak i opinii innych osób²⁰. Po trzecie, znak realizuje funkcję reklamową, przyciąga uwagę potencjalnych nabywców towarów oferowanych pod tym znakiem, zachęca do ich zakupu²¹.

¹⁶ Politechnika Białostocka, *Regulamin Zarządzania Własnością Intelektualną na Politechnice Białostockiej*” załącznik do Uchwały nr 82/W/XV/2017 Senatu Politechniki Białostockiej z dnia 16 marca 2017 r.; Politechnika Wrocławska, *Regulamin zarządzania własnością intelektualną, Załącznik do ZW 39/2017*.

¹⁷ T.J. Dz.U 2017, poz. 886, dalej jako: p.w.p.

¹⁸ U. Promińska, [w:] E. Nowińska, U. Promińska, K. Szczepanowska-Kozłowska, *Własność przemysłowa i jej ochrona*, Warszawa 2014, s. 392-393.

¹⁹ R. Skubisz, [w:] *System Prawa Prywatnego*, t. 14a, *Prawo własności przemysłowej*, red. R. Skubisz, Warszawa 2017, s. 133.

²⁰ U. Promińska, [w:] dz. cyt., s. 395.

²¹ R. Skubisz, [w:] dz. cyt., s. 133.

Ochronę znaku towarowego uzyskuje się w drodze rejestracji. Po przeprowadzeniu przez urząd patentowy formalnej procedury, uwieńczonej wydaniem decyzji administracyjnej udzielane jest prawo wyłączne, które przyznaje monopol na komercyjne korzystanie z oznaczenia w określonym przedmiotowo zakresie (ograniczonym tzw. klasyfikacją nicejską). Ochrona udzielana jest na 10 lat, a na wniosek uprawnionego może być przedłużana na kolejne dekady. Prawo udzielane przez Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej skuteczne jest na terytorium naszego kraju, w drodze procedury unijnej, bądź międzynarodowej możliwe jest jednak rozszerzenie ochrony. Właściciel prawa ochronnego na znak towarowy może umożliwić korzystanie z niego w sposób zarobkowy lub zawodowy także innym podmiotom, zgoda taka wyrażana jest poprzez zawarcie umowy licencyjnej.

Licencjonowanie znaków towarowych instytucji publicznych jest praktyką akceptowalną, a nawet rekomendowaną przez Światową Organizację Własności Intelektualnej (WIPO). Wskazuje ona, że umowy licencyjne mogą zarówno generować przychody dla uczelni, jak i pozwalają na budowanie jej pozytywnego wizerunku w otoczeniu społeczno-gospodarczym. Negocjowanie takich kontraktów stanowi potwierdzenie, że uczelnia w świadomy sposób zarządza posiadanymi dobrami własności intelektualnej, dba o jakość produktów wprowadzanych na rynek pod jej nazwą, czy herbem, weryfikuje podmioty, które chcą korzystać z jej oznaczeń. Współcześnie powszechne stało się np. udostępnianie nazwy lub godła uczelni na materiałach papierniczych, odzieży, naczyniach, nie uznaje się zaś za właściwe umieszczanie ich na produktach tytoniowych, alkoholach, czy innych używkach. Zauważa się, że licencjonowanie jest także korzystne dla drugiej strony umowy. Można np. zakładać, że producent odzieży, który jako jeden z określonego (najczęściej nielicznego) grona uzyskał zgodę uprawnionego zarobi więcej sprzedając koszulki z logo znanej uczelni, niż oferując gładkie bawełniane T-shirt-y²². W dobie dyskusji o transformacji uniwersytetu, w tym w czasie propagowania modelu tzw. uczelni przedsiębiorczej, przyjmuje się zatem, że aktywna polityka w dziedzinie własności intelektualnej może wytwarzać dodatkowe dochody dla publicznych organizacji badawczych, nie powinno być to jednakże postrzegane jako ich cel podstawowy²³.

Co raz więcej polskich uczelni decyduje się na rejestrację oznaczeń, które służą ich indywidualizacji. Obecnie w Urzędzie Patentowym Rzeczypospolitej

²² WIPO, *University Trademark Licensing: Creating Value Through a "Win-Win" Agreement*, http://www.wipo.int/sme/en/documents/uni_trademark_licensing_fulltext.html#1.

²³ Komisja Europejska, *Kodeks postępowania dla uczelni wyższych i innych publicznych instytucji badawczych dotyczący zarządzania własnością intelektualną w ramach działań związanych z transferem wiedzy* (Pkt 9), Dz.U. UE z dnia 5.6.2008, L 146/21.

Polskiej zgłoszonych lub zarejestrowanych znaków, do których uprawnionym były lub są uczelnie jest 550 znaków, odpowiednio:

- uniwersytety – 223 znaki;
- politechniki – 337 znaków.

Pierwsze wnioski o ochronę składano już w latach 70 XX. wieku. Jedno z ostatnich zgłoszeń w 2017 r. dokonane zostało przez Politechnikę Częstochowską. Dotyczyło znaku „URD Uczelniana Rada Doktorantów Politechniki Częstochowskiej” dla usług z zakresu „nauczania i kształcenia, organizowania i prowadzenia konferencji, seminariów, sympozjów, warsztatów (szkoleń), konkursów (edukacja lub rozrywka), wystaw w celach kulturalnych lub edukacyjnych, publikowania on-line elektronicznych książek i czasopism, publikowania książek, publikowania tekstów innych niż teksty reklamowe (klasa 41) oraz dla analiz, badań, ekspertyz, opiniowania, pomiarów, testowania, projektowania oraz prac naukowych, badawczych i wdrożeniowych (klasa 42)²⁴.

Pierwszą polską szkołą wyższą, która zdecydowała się na formalne określenie zasad korzystania z przyjętych oznaczeń był Uniwersytet Jagielloński. W związku z przygotowaniem do obchodów jubileuszu 650-lecia założenia uczelni przyjęto zarządzenie w sprawie wprowadzenia regulaminu udostępniania podmiotom zewnętrznym znaków towarowych²⁵. Do 2013 roku producenci np. odzieży, kubków, długopisów mogli korzystać z symboli uczelni bez żadnych umów i wynagrodzenia. Z możliwości tej korzystano oczywiście na szeroką skalę. Nawet jeśli jakość towarów sygnowanymi oficjalnymi oznaczeniami uczelni – na przykład herbem, czy nazwą uczelni – pozostawiała wiele do życzenia, były kupowane przez wszystkich tych, którzy chcieli mieć pamiątkę z Krakowa, czy też podkreślić swój związek z Uniwersytetem Jagiellońskim²⁶. Uchwalony regulamin wprowadził wymóg uzyskania zgody na komercyjne skorzystanie z oznaczeń oraz poniesienia z tego tytułu opłaty. Jak wyjaśniała kanclerz UJ Ewa Pędracka-Kwaskowska, „marka Uniwersytetu Jagiellońskiego jest doskonale znana w Polsce i na świecie. Pracowały na nią pokolenia: studenci, absolwenci, pracownicy nauki. Ochrona znaków towarowych wynika z szacunku dla uniwersytetu, jego wieku, osiągnięć i znaczenia dla Polaków. Nie chcemy szkodzić fir-

²⁴ Dane z bazy RegisterPlus, <http://regservtd.uprp.pl>.

²⁵ Uniwersytet Jagielloński, *Zarządzenie nr 92 Rektora UJ z dnia 2 września 2013 roku w sprawie wprowadzenia Regulaminu udostępniania podmiotom zewnętrznym znaków towarowych Uniwersytetu Jagiellońskiego*, http://www.bip.uj.edu.pl/dokumenty/zarzadzenia-rektora/-/journal_content/56_INSTANCE_Ca5y/1384597/26361849.

²⁶ I. Hajnosz, *Koniec z gadzetami? UJ zamierza chronić swoją nazwę i herb*, http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,156046,14468028,Koniec_z_gadzetami__UJ_zamierza_chronic_swoja_nazwe.html.

mom, chodzi o to, by symbole Uniwersytetu Jagiellońskiego pojawiały się na produktach wartych zawieszenia oka, dobrych jakościowo i kojarzących się z uczelnią. Kwestie finansowe były brane pod uwagę, ale to nie one przesądziły o wprowadzeniu nowych regulacji²⁷. W związku z rocznicą 650-lecia Uniwersytetu Jagiellońskiego przygotowano oficjalny zestaw pamiątek, zaprojektowany przez podmioty wskazane przez uczelnię.

Samo wprowadzenie w życie postanowień regulaminu było rozłożone w czasie. Najpierw pojawiły się komunikaty prasowe, że legalne korzystanie ze znaków towarowych Uniwersytetu Jagiellońskiego jest możliwe tylko po uzyskaniu zgody, a następnie informacje o sankcjach karnych wiążących się z nieuprawnionym stosowaniem oznaczeń uczelni. Dotychczasowym producentom pamiątek wyznaczono termin na wyzbycie się zapasów. Jak podkreślano w licznych wypowiedziach prasowych, ze względu na fakt, że herb i nazwa Uniwersytetu Jagiellońskiego to jedna z najlepiej rozpoznawanych polskich marek w świecie, podstawowym celem uczelni było uporządkowanie zasad rynku, doprowadzenie do sytuacji, w której na oznaczeniach zarabia ich właściciel, a nie – tak jak do tej pory – wszyscy dookoła²⁸.

Obecnie zasady korzystania ze znaków towarowych uczelni określa zarządzenie Rektora UJ z 2 czerwca 2016 r. w sprawie wprowadzenia Regulaminu udostępniania podmiotom zewnętrznym znaków towarowych Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz zgłaszania nowych znaków towarowych UJ przez jednostkę organizacyjną UJ²⁹. Regulacja ta – co wykazało porównanie innych obowiązujących w polskich uczelniach regulaminów – traktowana jest jako wzór dokumentu określającego podstawowe założenia polityki licencjonowania znaków towarowych.

Regulamin UJ określa kto jest podmiotem uprawnionym do korzystania ze znaków towarowych uczelni, wskazując w § 1 pkt 2, że jest nim osoba fizyczna, osoba prawna, jednostka nieposiadająca osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną.

Zgodnie z Regulaminem UJ używanie znaku towarowego polega w szczególności na:

²⁷ PAP – Nauka w Polsce, *UJ chroni swoje znaki towarowe, w tym herb i nazwę*, <http://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news%2C397181%2Cuj-chroni-swoje-znaki-towarowe-w-tym-herb-i-nazwe.html>.

²⁸ I. Hajnosz, *op.cit.*

²⁹ Uniwersytet Jagielloński, *Zarządzenie nr 37 Rektora UJ z 2 czerwca 2016 roku w sprawie wprowadzenia Regulaminu udostępniania podmiotom zewnętrznym znaków towarowych Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz zgłaszania nowych znaków towarowych UJ przez jednostkę organizacyjną UJ*, http://www.bip.uj.edu.pl/dokumenty/zarzadzenia-rektora/-/journal_content/56_INSTANCE_Ca5y/1384597/126527022, dalej jako: Regulamin UJ.

- 1) umieszczaniu znaku towarowego na towarach objętych prawem ochronnym lub ich opakowaniach, oferowaniu i wprowadzaniu tych towarów do obrotu, ich imporcie lub eksporcie oraz składowaniu w celu oferowania i wprowadzania do obrotu, a także oferowaniu lub świadczeniu usług pod tym znakiem;
- 2) umieszczaniu znaku towarowego na dokumentach związanych z wprowadzeniem towarów do obrotu lub związanych ze świadczeniem usług;
- 3) posługiwaniu się znakiem towarowym w celu reklamy i promocji;
- 4) posługiwaniu się znakiem towarowym w Internecie, w celach wymienionych w pkt 1-3.³⁰

Zastrzega się przy tym, że podmiot zewnętrzny może używać znaku towarowego wyłącznie w sposób:

- 1) zgodny z zakresem określonym w umowie licencyjnej;
- 2) zgodny z prawem, porządkiem publicznym, dobrymi obyczajami, zasadami współżycia społecznego oraz niegodzący w dobre imię i wizerunek UJ;
- 3) niewprowadzający w błąd co do charakteru, przeznaczenia, pochodzenia, jakości i właściwości towarów oraz usług oznaczonych znakiem towarowym;
- 4) nienaruszający praw osobistych i majątkowych osób trzecich³¹.

Podmiot zewnętrzny zainteresowany uzyskaniem zgody Uniwersytetu Jagiellońskiego na użycie znaku towarowego w pierwszej kolejności zobowiązany jest złożyć wniosek o udzielenie upoważnienia do używania znaku. Wzór podania stanowi załącznik do Regulaminu UJ. We wniosku należy wskazać sposób i cel używania znaku towarowego, w tym określić czy użycie znaku towarowego ma:

- 1) w szczególności na celu oznaczanie nim towarów, umieszczanie na dokumentach związanych z wprowadzaniem towarów do obrotu lub związanych ze świadczeniem usług oraz posługiwanie się znakiem towarowym w celu reklamy i promocji lub posługiwaniem się tym znakiem w Internecie,
- 2) nastąpić w związku z organizacją przez podmiot zewnętrzny wspólnie z Uniwersytetem Jagiellońskim przedsięwzięcia będącego wydarzeniem o charakterze artystycznym, sportowym, społecznym, naukowym, informacyjnym itp.

³⁰ § 2 ust. 1 Regulaminu UJ.

³¹ § 2 ust. 2 Regulaminu UJ.

Należy również określić znak towarowy poprzez wskazanie numeru prawa ochronnego lub numeru zgłoszenia oraz typ znaku towarowego. Zadanie to ułatwia tabela z załącznika, w której wskazane są znaki towarowe zarejestrowane na rzecz Uniwersytetu Jagiellońskiego. Do wniosku należy także dołączyć wizualizację graficzną w postaci elektronicznej (w formie plików poglądowych PDF lub JPG) lub papierowej, z przedstawieniem planowanego sposobu umieszczenia znaku towarowego na towarze, usłudze, stronie internetowej, plakacie, zaproszeniu, czy książce.

W dalszej kolejności konieczne jest uzyskanie zgody na użycie znaku towarowego. Osobą upoważnioną do podejmowania decyzji w sprawach dotyczących udostępniania znaków towarowych Uniwersytetu Jagiellońskiego, w tym o opłacie licencyjnej z tego tytułu oraz do podpisywania umów licencyjnych jest Kanclerz. W odniesieniu do znaków towarowych chronionych dla celów własnych jednostek organizacyjnych Uniwersytetu Jagiellońskiego konieczne jest przeprowadzenie konsultacji z tymi jednostkami. Rozpoznanie wniosku następuje w terminie 30 dni od daty wpływu do Działu Organizacji w Uniwersytecie Jagiellońskim³². O decyzji w sprawie rozpoznania wniosku Uniwersytet informuje wnioskodawcę w takiej formie, w jakiej wnioskodawca złożył wniosek.

Odmowa uzyskania zgody na korzystanie ze znaku może nastąpić w szczególności w przypadku, gdy:

- 1) zachodzi uzasadniona obawa użycia znaku w sposób sprzeczny z Regulaminem UJ;
- 2) podmiot zewnętrzny używał uprzednio znaku towarowego w sposób sprzeczny z Regulaminem UJ albo nie uiścił opłaty licencyjnej lub zalega z dokonaniem płatności;
- 3) podmiot zewnętrzny używał jakiegokolwiek znaku towarowego Uniwersytetu Jagiellońskiego bez zawarcia umowy licencyjnej³³.

Wreszcie, możliwość korzystania ze znaku towarowego łączy się z koniecznością ponoszenia opłat licencyjnych. Ich wysokość zależy od typu używanego znaku towarowego, zakresu jego wykorzystania i czasu obowiązywania umowy. W przypadku używania znaku towarowego przez podmiot zewnętrzny w okresie nieprzekraczającym 12 miesięcy wnosi on opłatę jednorazową – w wysokości od dwukrotności do dziesięciokrotności bazowej opłaty licencyjnej +VAT. W przypadku użycia znaku towarowego w okresie przekraczającym 12 miesięcy – opłatę roczną – w wysokości od trzykrotności do dziesięciokrotności bazowej opłaty licencyjnej + VAT. Wysokość opłat dla danego znaku towarowego określa za-

³² § 3 Regulaminu UJ.

³³ § 3 ust. 6 Regulaminu UJ.

łącznik nr 4 do Regulaminu. W praktyce opłaty licencyjne mogą wynieść od 4000 złotych do kilkudziesięciu tysięcy złotych.

Uczelnia gwarantuje sobie prawo kontroli w zakresie prawidłowego korzystania ze znaku towarowego, jak również spełniania przez korzystających kryteriów określonych Regulaminem UJ. Zaznacza się wprost, że w przypadku korzystania przez podmiot zewnętrzny z któregośkolwiek znaku towarowego bez zawarcia umowy licencyjnej, Uniwersytet Jagielloński ma prawo wystąpić przeciwko niemu z roszczeniami wynikającymi z obowiązujących przepisów prawa, w tym w szczególności przepisów dotyczących ochrony własności przemysłowej³⁴.

Podkreślenia wymaga także szeroki zakres wyłączeń od zasad wyrażonych w Regulaminie UJ. Jego postanowienia nie dotyczą:

- 1) używania znaków towarowych:
 - a. przez jednostki organizacyjne Uniwersytetu Jagiellońskiego, w tym w związku z organizacją wydarzenia o charakterze naukowym, na przykład konferencji, zjazdów, czy sympozjów;
 - b. przez pracowników uczelni w związku z wykonywaniem przez nich obowiązków służbowych;
 - c. przez współpracowników Uniwersytetu Jagiellońskiego wyłącznie w związku z wykonywaniem przez niego obowiązków wynikających z umowy dotyczącej współpracy z Uniwersytetem Jagiellońskim, jeżeli te obowiązki uzasadniają użycie znaku towarowego;
- 2) umów dotyczących komercjalizacji dóbr intelektualnych:
 - a. należących do Uniwersytetu, w których przyznano drugiej stronie prawo do posługiwania się znakami towarowymi w ramach działalności związanej z wykorzystywaniem tych dóbr intelektualnych, a znaki towarowe używane są jedynie w celu informowania o związku dobra intelektualnego z Uniwersytetem;
 - b. w ramach których Uniwersytet przyznał drugiej stronie prawo do posługiwania się znakami towarowymi oraz utworzonym przez Uniwersytet spółkom spin-off

3) użycia znaków towarowych Uniwersytetu w związku z uczestnictwem Uniwersytetu Jagiellońskiego we wspólnych projektach – badawczych, badawczo-rozwojowych, wdrożeniowych, edukacyjnych, inwestycyjnych, projektach realizowanych w celu upowszechnienia lub promocji nauki i przedsiębiorczości akademickiej lub innych projektach realizowanych przez Uniwersytet samodzielnie lub w ramach konsorcjum (gdzie UJ pełni rolę lidera lub partnera)

³⁴ § 5 Regulaminu UJ.

z innymi podmiotami, podejmowanych dla osiągnięcia założonego rezultatu, posiadających jasno określone cele, wymagania jakościowe, ramy czasowe i budżet oraz finansowanych ze źródeł zewnętrznych (pozyskanych w ramach umów o finansowanie zawartych z instytucją finansującą), a także w związku z podpisywaniem przez Uniwersytet ogólnouczeniowych porozumień o współpracy naukowej, podejmowanych dla realizacji celów statutowych Uniwersytetu, jeżeli użycie znaków towarowych uzasadnione jest działaniami związanymi z realizacją tych projektów i umów lub wynika z wymogów uczestnictwa w projektach lub umowach i pozostaje w bezpośrednim związku z tymi projektami lub umowami oraz celem realizacji tych projektów lub umów;

4) użycia znaków towarowych przez inne uczelnie wyższe, jeśli użycie znaków towarowych wynika z podjęcia wspólnego kształcenia;

5) Patronatu Honorowego Rektora UJ oraz udziału Rektora UJ w Komitecie Honorowym³⁵.

Z Regulaminu UJ wynika także procedura rejestracji nowych znaków towarowych. Zgłoszenie oznaczenia Uniwersytetu Jagiellońskiego w Urzędzie Patentowym Rzeczypospolitej Polskiej lub w innym odpowiednim urzędzie właściwym dla ochrony znaków towarowych poza Polską przez jednostkę organizacyjną UJ wymaga uzyskania uprzedniej zgody Kanclerza UJ. Sprawa następnie przekazywana jest do Centrum Transferu Technologii CITTRU w celu jej realizacji.

W świetle powyższego należy oczekiwać, że zgodnie z zapowiedziami towarzyszącymi ogłoszeniu wyników na logo Uniwersytetu w Białymstoku, po zakończeniu prac nad jego ostateczną formą, Senat uchwali zasady korzystania z niego. Raz jeszcze należy zaznaczyć, że logo nie zastąpi godła Uniwersytetu, stanowić będzie kolejne z oznaczeń indywidualizujących uczelnię w środowisku akademickim i wśród podmiotów rynkowych³⁶. Zasadne wydaje się skorzystanie z wieloletnich doświadczeń Uniwersytetu Jagiellońskiego i opracowanie również przejrzystych zasad wprowadzania poszczególnych symboli do obrotu gospodarczego, w tym rozważenie zgłoszenia ich jako znaków towarowych do urzędu patentowego.

³⁵ § 8 Regulaminu UJ.

³⁶ J. Fiedoruk, dz. cyt.

Bibliografia

- Baza RegisterPlus, <http://regservtd.uprp.pl>.
- Izabel, *Jasne i czytelne. Uniwersytet w Białymstoku ma nowe logo*, <http://bialystok.wyborcza.pl/bialystok/7,35241,22050880,jasne-i-czytelne-universytet-w-bialymstoku-ma-nowe-logo.html?disableRedirects=true>.
- Fiedoruk J., *UwB ma nowe logo*, <http://www.bialystokonline.pl/uwb-ma-nowe-logo,artykul,100068,6,1.html>.
- Hajnosz I., *Koniec z gadżetami? UJ zamierza chronić swoją nazwę i herb*, http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,156046,14468028,Koniec_z_gadzetami_UJ_zamierza_chronic_swoja_nazwe.html.
- Karaś K., *Śląski Uniwersytet Medyczny zmienia logo i herb. Na gorsze*, <https://brandingmonitor.pl/slaski-universytet-medyczny-zmienia-logo-herb-gorsze/>.
- Karaś K., *Nowe logo Politechniki Opolskiej*, <https://brandingmonitor.pl/nowe-logo-politechniki-opolskiej/>.
- Karaś K., *Problemy uniwersyteckiego logo w Białymstoku*, <https://brandingmonitor.pl/problemy-uniwersyteckiego-logo-bialymstoku/>.
- Koronowski M., *UWM pokazał nowe logo i wywołał szok*, <http://olsztyn.wyborcza.pl/olsztyn/7,48726,22636274,uwm-pokazal-nowe-logo-i-wywolal-szok.html>.
- PAP – Nauka w Polsce, *Uniwersytet w Białymstoku ogłasza konkurs na logo*, <http://nauka.wpolsce.pap.pl/aktualnosci/news%2C413828%2Cuniwersytet-w-bialymstoku-oglasza-konkurs-na-logo.html>.
- PAP – Nauka w Polsce, *UJ chroni swoje znaki towarowe, w tym herb i nazwę*, <http://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news%2C397181%2Cuj-chroni-swoje-znaki-towarowe-w-tym-herb-i-nazwe.html>.
- Promińska U. [w:] E. Nowińska, U. Promińska, K. Szczepanowska-Kozłowska, *Właśność przemysłowa i jej ochrona*, Warszawa 2014.
- Skubisz R. [w:] *System Prawa Prywatnego*, t. 14a, *Prawo własności przemysłowej*, red. R. Skubisz, Warszawa 2017.
- WIPO, *University Trademark Licensing: Creating Value Through a "Win-Win" Agreement*, http://www.wipo.int/sme/en/documents/uni_trademark_licensing_fulltext.html#1.
- „Ratujmy logo UMK”. *Internauci nie chcą zmiany znaku graficznego uniwersytetu*, <http://torun.naszemiasto.pl/artykul/ratujmy-logo-umk-internauci-nie-chca-zmiany-znaku,3333181,art,t,id,tm.html>.
- Dyskusja po ogłoszeniu wyników konkursu na logo UwB, pod postem z dnia 4 lipca 2017 r., <https://web.facebook.com/universytetwbialymstoku/>.
- Akty prawa:
- Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. – Prawo własności przemysłowej, T.j. Dz. U. 2017 poz. 2183.
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny, T.j. Dz.U. 2017, poz. 459.
- Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. – Prawo własności przemysłowej, T.j. Dz.U 2017, poz. 886.

Komisja Europejska, *Kodeks postępowania dla uczelni wyższych i innych publicznych instytucji badawczych dotyczący zarządzania własnością intelektualną w ramach działań związanych z transferem wiedzy* (Pkt 9), Dz.U. UE z dnia 5.6.2008, L 146/.

Orzecznictwo:

Wyrok SN z 7 marca 2003 r., I CKN 100/01, Lex nr 83833.

Dokumenty wewnętrzne uczelni:

Uniwersytet w Białymstoku, *Regulamin Konkursu Rektora Uniwersytetu w Białymstoku na logo Uniwersytetu w Białymstoku*, www.uwb.edu.pl/uploads/documents/konkurs-logo.rtf.

Uniwersytet w Białymstoku, *Statut Uniwersytetu w Białymstoku Uchwalony na posiedzeniu Senatu Uniwersytetu w Białymstoku w dniu 4 kwietnia 2012 r.*, <http://uwb.edu.pl/statut-uwb>.

Uniwersytet w Białymstoku, <http://uwb.edu.pl/identyfikacja-wizualna-uwb>; Akademia Górniczo-Hutnicza, <http://www.agh.edu.pl/uczelnia/system-identyfikacji-wizualnej/>.

Uniwersytet Warszawski, <http://promocja.uw.edu.pl/siw-uw/logo-uw/>.

Uniwersytet Śląski, <http://www.us.edu.pl/system-identyfikacji-wizualnej>.

Uniwersytet Medyczny w Łodzi, <http://umed.pl/dla-mediow/informacje-prasowe/logo-typ-uczelni/>.

Magdalena Rutkowska-Sowa

Faculty of Law

University of Białystok

UNIVERSITY BRANDING – PRINCIPLES OF PROTECTION AND USE

Summary

Modern universities are aware of the advertising and financial potential of their branding, such coats of arms, logos, and other signs accompanying the promotion of their individual initiatives. Increasingly, they take formal and legal steps to protect them, register trademarks, and adopt rules controlling the use of their symbols. Currently, many institutions start to rebrand, i.e. change their visual identification to refresh their presence in public space. In addition to traditional symbols referring to history, new ones are being introduced to appeal to the contemporary viewer or consumer. The Jagiellonian University was the first Polish university to establish the rules of using their trademarks. They can provide guidance for other universities, including the University of Białystok. This article presents their principles and explains the legitimacy of establishing a university branding management policy.

Keywords: university trademarks, logos, coat of arms, trademark Regulations.