



WHITE PAPER

IP-strategier för mindre och medelstora
kunskapsintensiva företag

Detta white paper är skrivet av Thomas Randes från IPQ, DokuMeras expert inom varumärkesrätt.

IPQ är ett företag verksamt inom den immaterialrättsliga (Intellectual Property – IP) disciplinen samt angränsande områden. IPQs ambition är att möta en ny typ av efterfrågan på IP-tjänster. IPQ arbetar tvärvetenskapligt genom att ha medarbetare med olika utbildning och bakgrund.

IPQ har erfarenhet av varumärkesfrågor från några av världens största företag men även från mindre svenska upstarts.

IPQ har erfarenhet av registreringsfrågor i cirka 100 länder, varumärkesklarering worldwide, tvistefrågor avseende varumärken samt varumärkesdrivna transaktioner.

thomas.randes@ipq.se
www.ipq.se

IP-STRATEGIER FÖR MINDRE OCH MEDELSTORA KUNSKAPSINTENSIVA FÖRETAG

3

Idag finns det fler tjänsteföretag i Sverige än tillverkande företag. Tjänstesektorn växer och med det skapas nästa industriella revolution: Kunskapsrevolutionen. Vi har idag en stor andel företag som samlar information och förädlar denna information till kunskap. Denna kunskap skapar sedan nytta och bidrar till intäktsströmmar. I denna förädling sker innovation. Innovation med ett värde som kan skyddas. Immaterialrätten och här kallad Intellectual Property är den juridiska plattformen för att hantera dina innovationer.

IP-strategier – vad är det?

Intellectual Property är ett utforskat konkurrensmedel vars användning idag har accelererat på grund av en rad olika faktorer – främst teknikutveckling och en ökad konkurrens till följd av internationaliseringen i handel. Märk väl att det inte är ett utforskat rättsligt fenomen. Inom rättsområdet Intellectual Property rinner avhandlingar ut ur universitetssystemen. Det som ännu inte tagit fart är hur vi tillämpar Intellectual Property när vi gör affärer och skapar värden i bolag. En IP-strategi är just det – hur vi går tillväga för att skapa värdefulla tillgångar i ett företag, och av vilken anledning vi ska skapa värde och tillgångar.

”En IP-strategi är just det – hur vi går tillväga för att skapa värdefulla tillgångar i ett företag.”

Dessa tillgångar måste sedan användas för att skapa pris- eller volympremium, skapa samarbete och t.o.m. driva utveckling av ett företag eller en bransch.

Är kunskap en uppfinning?

Generellt hänförs begreppet uppfinning till den tekniska ämnessfären. Inom juridiken finns inom patenträtten en specifik definition av begreppet uppfinning där den tekniska ämnessfären är central. Det finns ingen skyldighet för allmänheten att acceptera denna definition. Skulle du däremot fråga din omgivning så skulle de med stor sannolikhet koppla ihop uppfinning med just teknik. Det är inte heller något fel på det. Samhällets utveckling har baserats väldigt mycket på våra ingenjörers förmåga att föra tekniken vidare.

Mindre uppmärksammat är innovationer såsom avbetalningsköp, leasing, marknadsföringsåtgärder, nya sätt att organisera sig, nätverka, integrera eller kombinera värdekedjor, nya kundsegment osv. Begreppet innovation saknar samma legaldefinition eller inarbetning i våra medvetanden såsom ordet uppfinning. Utvecklingen går dock i den riktningen att inränga fenomen såsom ny branding, ny organisationsstruktur, ny segmentering, ny värdekedja mm. under begreppet innovation. Det går och är även

fullkomligt naturligt att skapa nytt även utanför den tekniska ämnessfären. Och det kan vara just den innovationen som skapar värde åt t.ex. ett företag och inte den tekniska uppfinningen. I grund och botten är innovation något som skapar värde. Värde betyder för ett företag intäkter.

Innovation är något nytt som ger intäkter till ett företag. En i sig värdelös uppfinning kan i sin tur leda till annan innovation i bolaget som gör att innovationen genererar intäkter.

”En i sig värdelös uppfinning kan i sin tur leda till annan innovation i bolaget som gör att innovationen genererar intäkter.”

4

Att inte använda sig av innovationsdefinitionen riskerar att leda till fel slutsatser kring uppfinning. Fokus kan läggas på ny teknik som inte tillför något värde. Att använda sig av begreppet uppfinning innebär även att viktig uppmärksamhet till annan fantastisk innovation kan gå förlorad. Detta leder i sin tur till att rättsliga stödsystem kring Intellectual Property riskerar att användas på fel sätt, i fel omfattning eller över huvud taget användas när det inte behövs.

Var börjar du?

Intellectual Property kan vara din viktigaste tillgång. Den kan omfatta många typer av innovationer – inte bara uppfinningar. Men låt oss vara uppriktiga. Intellectual Property är ett konkurrensmedel bland många andra som ett företag har tillgång till. Konkurrensmedel kan vara bra ledarskap, en väl fungerande organisation, bra utformade kärnprocesser, ledningsprocesser eller stödprocesser. Samtliga processägare i din organisation kommer att slåss om samma resurser. En företagsledning har att tänka på vilken investering som kommer att ge bäst resultat på ett effektivt sätt. Det är därför inte säkert att du skall investera i Intellectual Property över huvud taget. Tänk därför så här:

- Vad har vi idag som är av värde för oss och andra?
- Vad består detta värde av och hur länge kommer det att vara värdefullt? Och för vem?

Denna diskussion är nödvändig för att inte börja skapa onödig Intellectual Property. Kom ihåg att Intellectual Property är en kostnad i bolaget till dess att du kan bevisa att det är en särintäkt. Det är först när du kan föra ett resonemang om intäkten Intellectual Property ger mot kostnaden du är på rätt väg.

Hur upphandlar du?

Sannolikt läser du detta för att du inte har någon specialistkunskap. De flesta rådgivare inom Intellectual Property är patentbyråer och advokatbyråer. Kännetecknande för båda är att de just är specialister inom de rättsliga processerna som används när rättigheter registreras. Detta är väsensskilt från att göra en bedömning av om din Intellectual Property

kommer att ge ett prispremium eller volympremium. Du vill ha en rådgivare som du kan prata med om hur Intellectual Property kommer att ge din verksamhet en hävstång.

Nyttan av att göra rätt från början

Betydande resurser slängs i dag bort på IP som inte genererar intäkter samt att potentialen att utnyttja Intellectual Property som hävstång för det egna bolagets positionering, samarbete och utveckling inte utnyttjas. Det finns en stor potential till förbättrat ledarskap på området. Ett ledarskap som kräver att berörda specialister koordineras för att skapa bästa ekonomiska utfall.

5

Viktigt att tänka på

- Innovation ska betyda pengar
- Identifiera ditt nuläge för att ge bästa förutsättning till rätt beslut gällande ny och befintlig IP
- Jämför din position med din marknad
- Bestäm vad du vill/måste uppnå för IP-position för att den ska generera ett värde
- Gör en plan och genomför den

Välj partner med omsorg om du behöver hjälp.

Om DokuMera

Hos alla företag – stora som små – finns möjligheten att arbeta effektivare genom att använda sig av färdiga mallar. Avancerade dokument är tidsödande att upprätta samtidigt som de kräver expertkunskap för framtagandet. Och som vi alla vet: Experter kostar pengar – mycket pengar.

DokuMera är ett B2B-företag som hjälper människor i svenska företag till en lönsammare och bekvämare tillvaro genom att tillhandahålla digitala dokument via internet. Tillsammans med sakkunniga experter har vi under åren tagit fram tusentals mallar för bland annat juridiska och ekonomiska dokument som säljs både via e-handel och genom personlig försäljning.

Under åren har DokuMera utvecklat Sveriges största databas av digitala, exempelbaserade dokumentmallar, riktade mot företag och organisationer. Produkterna laddas enkelt ned från Internet av våra kunder – företag och organisationer – och kan köpas styckvis eller genom att teckna ett årsabonnemang.

www.dokumera.se
info@dokumera.se