

IE IN HET ONDERWIJS

INTELLECTUELE EIGENDOM

Basisbeginselen van IE
voor docenten



*Basisbeginselen
van IE
voor
docenten*

Basisbeginselen van IE voor docenten

Inleiding

Uw school vraagt u een project voor te bereiden voor een nationale onderwijswedstrijd. U bent gemotiveerd. U bedenkt een geweldig idee. U hebt veel tijd gestoken in de voorbereiding van een gedetailleerd project om de prijs voor uw school te winnen. Vervolgens presenteert een ex-collega die u vertrouwde en aan wie u uw werk had laten zien, een soortgelijk project voor diens nieuwe school, dat de eerste prijs krijgt. Hoe voelt u zich?

Intellectuele eigendom (IE) beschermt de creaties van het menselijk intellect of de menselijke geest en het doel van IE-rechten is juist om u tegen een dergelijk scenario te beschermen.

IE is niets nieuws:

Het idee van IE is niet nieuw. Volgens sommigen dateert het van 500 voor Christus, toen mensen gereedschap begonnen te maken om te overleven en hun levenskwaliteit te verbeteren. Het eerste intellectuele-eigendomsrecht ontstond toen de Griekse staat Sybaris zijn burgers toestond een octrooi te verkrijgen voor “elke nieuwe verfijning in luxe”.

De staat wilde de creatie van originele recepten en kookproducten belonen. Sindsdien hebben er veel verfijningen plaatsgevonden en zijn er wetten geschreven met betrekking tot intellectuele eigendom. De bedoeling van het IE-recht is in de loop der tijd echter altijd dezelfde gebleven: creativiteit stimuleren. Daartoe wordt aan de maker een soort exclusief voorrecht verleend om de creatie te gebruiken.

De voorwerpen die deel uitmaken van ons dagelijks leven worden tegenwoordig steeds complexer. Een smartphone bijvoorbeeld wordt beschermd door honderdduizenden IE-rechten. Hetzelfde geldt voor de meeste voorwerpen en diensten die deel uitmaken van ons moderne leven.



Een **merk** is een onderscheidend teken dat dient om de producten en diensten van een onderneming te onderscheiden van die van haar concurrenten. Achter een merk zitten mensen die werken, investeren, onderzoek doen en producten en diensten ontwikkelen die verschillende aspecten van ons leven verbeteren.

Merken

- Naam van de telefoon
- Opstartgeluid
- Instagram-logo



Sommige mensen wijden jaren of zelfs tientallen jaren aan een uitvinding die de wereld kan veranderen. Sommige mensen komen op een geniaal idee op een eureka-moment. Het idee achter **octrooien** is dat die uitvinders het verdienen om beloond te worden voor hun harde werk en voor hun inzicht. In ruil voor het delen van hun uitvinding met de wereld, krijgen octrooihouders de exclusieve rechten om hun uitvinding te maken en te verkopen of anderszins te verspreiden.

Octrooien

- Methoden voor gegevensverwerking
- Besturingssysteem
- Werking van de gebruikersinterface

Wist u dat er meer dan **250 000** actieve octrooien relevant zijn voor de huidige smartphones?



Het **model** betreft het uiterlijk van elk product (of zelfs een deel ervan): de vorm en kleur, de gebruikte materialen en de verpakking. Vrijwel elk voorwerp dat wordt gemaakt, kan dus als model worden geregistreerd. Een model kan echter nog veel meer zijn dan dat. Het omvat ook logo's, kaarten, lettertypes, en meer. Het model hoeft niet mooi, aantrekkelijk of artistiek te zijn; het hoeft alleen maar anders te zijn.

Modellen

- Algemene vorm van de telefoon
- Plaatsing en vorm van de knoppen
- Positie en vorm van het scherm



Auteursrecht

- Software
- Gebruikershandleidingen
- Beltonen
- Facebook
- Afbeeldingen

Het **auteursrecht** (ook wel **copyright** genoemd) is een set regels die artistieke en literaire werken beschermen. Denk hierbij aan films, muziek, gedichten, schilderijen, strips enz. Het is in feite het recht om als enige te beslissen wie het werk mag gebruiken. Stel dat u bijvoorbeeld een liedje schrijft. Tenzij u toestemming geeft, kan niemand anders het kopiëren of zeggen dat het hun liedje is. Het is uw liedje. Als u wilt, kunt u natuurlijk iemand anders toestemming geven om het uit te voeren of op te nemen.



Een **handelsgeheim** is vertrouwelijke bedrijfsinformatie met commerciële of economische waarde, die een onderneming door haar geheimhouding een concurrentievoordeel verschafft. Handelsgeheimen worden beschermd zonder inschrijving of formaliteiten. Een handelsgeheim kan dus voor onbepaalde tijd worden beschermd. Er zijn enkele voorwaarden waaraan de informatie moet voldoen om bescherming te krijgen. De informatie moet geheim zijn, commerciële waarde hebben en de houder van het recht moet redelijke maatregelen hebben genomen om de informatie geheim te houden. Dit verschilt echter van land tot land. Een voorbeeld hiervan is de beroemde Coca-Cola-formule.

Auteursrecht

Wat is het auteursrecht?

Het auteursrecht is een van de bekendste intellectuele-eigendomsrechten en het recht waar docenten het vaakst mee te maken hebben. Dit recht beschermt elke tastbare voortbrenging van de menselijke geest, op voorwaarde dat deze voortbrenging niet louter een idee is.

Iedereen is auteursrechthebbende: bekende kunstenaars, minder bekende kunstenaars, gevestigde auteurs en minder gevestigde auteurs (zoals bijvoorbeeld docenten of studenten). Een PowerPoint-presentatie valt waarschijnlijk onder het auteursrecht. Op dit factsheet rust zeker auteursrecht.

Om auteursrechtelijke bescherming te verkrijgen, moet de productie origineel zijn. Eenvoudig gezegd: een werk is origineel als het de persoonlijkheid van de auteur weerspiegelt en uitdrukking geeft aan zijn of haar vrije en creatieve keuzen.

Het klassieke voorbeeld is dat van twee schilders die op hetzelfde moment voor een model zitten: hoewel het onderwerp hetzelfde is, zal het werk van elke schilder verschillend zijn.

Originele werken zijn onder meer romans, toneelstukken, poëzie, muziek, liedjes, tekeningen, schilderijen, beeldhouwwerken, foto's, filmscripts, films en video's, textielontwerpen, architectuurplannen, databanken en computerprogramma's.

De meesten van u hebben wel eens een auteursrechtelijk beschermde foto van het internet gekopieerd voor een les. U hebt allemaal wel eens een film of een liedje gedownload. Deze acties vallen onder de auteursrechtwetgeving.

De auteursrechtwetgeving verleent de maker het exclusieve recht om te bepalen of, en onder welke voorwaarden, zijn of haar oorspronkelijke werk door anderen mag worden gebruikt. Het geeft de eigenaar twee rechten:



Wat zijn uw rechten op grond van de auteursrechtwetgeving?

Een economisch recht

- op de exploitatie van het werk. Het recht om controle te houden over de reproductie van het werk, de mededeling van het werk aan het publiek, de vertaling, de bewerking, de verspreiding en de wederverkoop ervan. Het biedt de maker langdurige bescherming om hem of haar te belonen en er tegelijkertijd voor te zorgen dat zijn of haar familie kan profiteren van de economische voordelen van het werk en het succes ervan.

Een moreel recht

- om erkend te worden als de auteur van het originele werk. Morele rechten zijn rechten die in Europa algemeen worden erkend, hoewel het beschermingsniveau ervan per land verschilt.
- Zij omvatten het recht op:
- vermelding van de naam van de maker;
 - anonieme publicatie van een werk of publicatie onder een pseudoniem;
 - de integriteit van het werk, waardoor het werk niet mag worden gewijzigd, vervormd of verminkt;
 - de beslissing of en wanneer het werk openbaar wordt gemaakt. Aangezien algemeen wordt aangenomen dat wanneer een auteur zijn of haar werk openbaar maakt, hij of zij een aspect van zijn of haar persoonlijkheid blootstelt aan de samenleving, wordt algemeen aanvaard dat morele rechten geen beperkingen in de tijd kennen.

Hoe wordt een werk beschermd door het auteursrecht?

Voor auteursrechtelijke bescherming bestaat geen inschrijvingsvereiste. De bescherming bestaat vanaf het moment dat een werk wordt gecreëerd. In sommige landen zijn optionele inschrijvingsprocedures beschikbaar. Een inschrijving kan nuttig zijn als bewijsmiddel, omdat het kan helpen bewijzen dat het werk op een bepaalde datum bestond.

De beschermingstermijn van het auteursrecht is zeer lang. In de EU geldt de bescherming voor het leven van de auteur plus 70 jaar na zijn of haar dood.

Auteursrecht is territoriaal. Met andere woorden: de bescherming wordt per land verleend. In internationale instrumenten, zoals internationale verdragen met regels die van toepassing zijn op landen over de hele wereld, zijn echter enkele minimumnormen voor de bescherming van het auteursrecht vastgelegd

Wat zijn de uitzonderingen op de rechten van de maker?

Werken mogen hoofdzakelijk voor deze doeleinden zonder toestemming van de auteur of de rechthebbende worden gebruikt, maar er bestaan nog andere uitzonderingen:

de reproductie van een werk voor privégebruik;

het gebruik van korte citaten uit een werk met het oog op kritiek of recensie;

het gebruik van uittreksels ter illustratie voor onderwijs of wetenschappelijk onderzoek.

Veelgestelde vragen (FAQ's) om consumenten te informeren over wat rechtmatig is en wat niet, wat het gebruik van auteursrechtelijk beschermde en door naburige rechten beschermde inhoud op het internet betreft, zijn te vinden via de volgende link: [EUIPO – FAQ's over auteursrechten](#)



Merken

Wat is een merk?

Een merk is een onderscheidend teken dat de waren en diensten identificeert als afkomstig van een bepaalde onderneming en onderscheidt van die van haar concurrenten. Het kan gaan om een woord, een afbeelding, een symbool of een vorm, een beeldelement, een slogan, een kleur of zelfs een geluid.



Een merk op zich is niet beschermd. Het wordt beschermd in verband met specifieke producten en/of diensten. Zo wordt “Nike”, als naam, niet beschermd. De naam “Nike” in verband met sportkleding is echter wel beschermd. In theorie betekent dit dat iemand de naam “Nike” ook zou kunnen gebruiken om andere, niet-verwante producten te verkopen, zoals fruit en groenten. Aan bekende merken (zoals Nike) kan echter een hogere bescherming worden verleend, hetgeen betekent dat het niet is toegestaan Nike te gebruiken in verband met andere waren en diensten dan schoenen.

Een merk is het IE-recht dat ondernemingen in staat stelt:

- een band op te bouwen tussen hun producten en diensten en hun klanten;
- klantenbinding en merkbekendheid op te bouwen;
- hun producten en diensten te onderscheiden van die van concurrerende bedrijven.

Merken:

- zijn een essentieel element van succes in termen van zakelijke concurrentie;
- vertegenwoordigen de investering van een onderneming in haar imago en merk;
- zijn de IE-rechten waar de meeste bedrijven de voorkeur aan geven;
- zijn vaak de meest waardevolle activa van een bedrijf.

Een goed merk mag geen verband houden met de producten en diensten waarop het betrekking heeft. Het is niet mogelijk om het woord “sportschoenen” te beschermen tegen gebruik voor sportschoenen, omdat het anderen zou beletten het woord “sportschoenen” te gebruiken om hun sportschoenen te verkopen. “Nike” heeft daarentegen geen rechtstreeks, voor de hand liggend verband met de producten waarop het betrekking heeft en iedereen kan sportschoenen onder om het even welke andere naam verkopen. Merken doen geen afbreuk aan de creativiteit of innovatie van ondernemingen. Het zijn onderscheidende tekens die eindeloos kunnen worden beschermd, mits zij aan de volgende eisen voldoen. Zij moeten:

duidelijk, nauwkeurig, eenvoudig toegankelijk en objectief zijn;

een onderscheidend karakter hebben;

het publiek niet misleiden;

beschikbaar zijn;

betrekking hebben op een lijst van producten en/of diensten.

Hoe wordt een merk beschermd?

Merken moeten worden ingeschreven om te worden beschermd. Afhankelijk van waar de aanvragers van plan zijn handel te drijven, kunnen zij een aanvraag indienen:

- per land via de nationale IE-bureaus;
- voor een Uniemerken via het [Bureau voor intellectuele eigendom van de Europese Unie](#) (EUIPO);
- via de [Wereldorganisatie voor de intellectuele eigendom](#) (WIPO) voor bescherming in meerdere landen via één aanvraag die vervolgens wordt verzonden naar en verwerkt in elk van de geselecteerde landen.

De inschrijving van een merk verleent bescherming voor een periode van enkele jaren vanaf de datum van indiening, meestal tien, en kan een onbepaald aantal keer worden verlengd voor perioden van tien jaar.

Wat zijn de voordelen van merken?

Economische waarde

Merken zijn één van de meest populaire en waardevolle activa van een onderneming. Ze kunnen een enorme economische waarde hebben en van groot belang zijn voor het bedrijfsleven.

Inschrijvingsprocedure

Het inschrijvingsproces verloopt meestal soepel en snel. Het is mogelijk om een merk binnen enkele weken te laten beschermen.

Bescherming

Ze bieden een breed scala aan rechtsbescherming. De eigenaar heeft het recht derden te verbieden een merk te gebruiken in het economisch verkeer. Het gaat niet alleen om een identiek teken voor identieke waren en diensten, maar ook om een soortgelijk teken voor soortgelijke waren en diensten, mits er gevaar voor verwarring door het publiek bestaat.

Wat zijn de nadelen van merken?

Kosten

De houder van het merk moet betalen om merken in te schrijven en te verlengen (maar het kost veel minder dan bij octrooien).

Verplichting tot gebruik

De verplichting om het merk te gebruiken voor de waren en diensten waarvoor het is ingeschreven. Als het merk niet gebruikt wordt, kan het merk na een bepaalde periode (normaliter 5 jaar) vervallen worden verklaard.

Algemeen gebruik van de naam

Houders van een merk moeten ervoor zorgen dat hun ingeschreven teken geen soortnaam wordt, d.w.z. een naam die algemeen wordt gebruikt om de betrokken producten of diensten te beschrijven.

Modellen

Wat is een model?

Een model is het IE-recht dat betrekking heeft op het uiterlijk van een voortbrengsel. In zijn juridische definitie is het de uiterlijke of zichtbare verschijningsvorm van het geheel of van delen van het voortbrengsel die voortvloeit uit de kenmerken ervan. Deze kenmerken kunnen lijnen, kleuren, vormen, texturen, contouren, materialen of versieringen zijn. Deze zeer ruime definitie omvat vrijwel elke creatie met zichtbare aspecten.

De volgende zaken kunnen als model worden beschermd:

- elk op industriële of ambachtelijke wijze vervaardigd artikel of product;
- verpakking;
- grafische symbolen;
- onderdelen die tot een samengesteld voortbrengsel zijn samengevoegd;
- tekeningen en kunstwerken.

Een voortbrengsel hoeft niet op industriële schaal te worden vervaardigd of artistieke waarde te hebben om een model te zijn.

Het succes en het belang van een ontwerp liggen in de aantrekkingskracht ervan op de gebruikers van het product. Gebruikers worden vaak aangetrokken door zeer creatieve ontwerpen. Nieuwe vormen of kleuren kunnen een sterke impuls geven aan de verkoop van gewone producten en daarom kan het ontwerp van het product een sleutelement worden in het streven van een onderneming om haar producten aantrekkelijker te maken voor gebruikers. Industriële vormgeving kan daarom een zeer grote commerciële waarde hebben en een fabrikant kan een beslissend voordeel op de markt verkrijgen door een product een nieuw uiterlijk te geven.

Om het uiterlijk van het voortbrengsel in aanmerking te laten komen voor bescherming als model in Europa, moet het aan twee vereisten voldoen:

Nieuwheid: Een model wordt als nieuw beschouwd wanneer vóór de datum van indiening van de aanvraag geen identiek model voor het publiek beschikbaar is gesteld.

Eigen karakter: Het model moet bij een “geïnformeerde gebruiker” een algemene indruk wekken die verschilt van die van elk ander model dat eerder openbaar is gemaakt. De “geïnformeerde gebruiker” is een tussenfiguur die noch ontwerper, noch technisch deskundige is.

Deze producten zijn uitgesloten van modelbescherming:

- computerprogramma's;
- producten die in strijd zijn met de openbare orde of de goede zeden, bijvoorbeeld obscene, racistische of immorele afbeeldingen of boodschappen;
- producten waarin beschermde officiële symbolen of emblemen, zoals een nationale vlag, zijn verwerkt;
- niet-zichtbare onderdelen van samengestelde voortbrengselen;
- kenmerken van het uiterlijk van het product die uitsluitend door een technische functie worden bepaald.

Hoe wordt een model beschermd?

Een model moet worden ingeschreven om volledig te worden beschermd. Modellen kunnen worden ingeschreven:

- per land via de nationale IE-bureaus;
- op het niveau van de Europese Unie als een Gemeenschapsmodel dat automatisch alle lidstaten van de EU bestrijkt met één enkele inschrijving via het [Bureau voor intellectuele eigendom van de Europese Unie](#) (EUIPO);
- via een internationale aanvraag die wordt beheerd door de [Wereldorganisatie voor de intellectuele eigendom](#) (WIPO).

De inschrijving verloopt snel en een Gemeenschapsmodel kan binnen enkele dagen worden ingeschreven. De bescherming van een model is beperkt in de tijd. In de Europese Unie bedraagt de aanvankelijke beschermingsperiode vijf jaar vanaf de datum van indiening van de aanvraag. De bescherming kan telkens met vijf jaar worden verlengd tot een maximum van 25 jaar.

Wat zijn de voordelen van ingeschreven modellen?

Officiële titel

Om het bestaan en de eigendom van het model aan te tonen.

Exclusiviteit

De bescherming die het ingeschreven recht biedt, geeft de eigenaar van het model het exclusieve recht om het te gebruiken.

Bescherming

De houder van een ingeschreven model kan derden verbieden het beschermde model te gebruiken in verschillende vormen, waaronder: het vervaardigen, aanbieden of in de handel brengen van het beschermde model, het invoeren, uitvoeren of gebruiken van een product waarin het model is verwerkt en het voor deze doeleinden in voorraad hebben van een dergelijk product.

Niet-ingeschreven modellen

In Europa kan een model ook automatisch zonder inschrijving in de hele Europese Unie worden beschermd. Deze bescherming is echter beperkt en geldt slechts voor drie jaar, te rekenen vanaf de datum waarop het model voor het eerst binnen de Europese Unie voor het publiek beschikbaar is gesteld. Deze bescherming geldt alleen tegen identieke kopieën van het model. Dit beschermingssysteem wordt veel gebruikt in de mode-industrie.

Geografische aanduidingen

Wat is een geografische aanduiding?

Een geografische aanduiding (GA) is een teken dat wordt gebruikt op producten die een specifieke geografische oorsprong hebben en waarvan de kwaliteiten en/of de reputatie aan die oorsprong kunnen worden toegeschreven. GAs worden doorgaans gebruikt voor landbouwproducten, voedingsmiddelen, wijn en gedistilleerde dranken, ambachten en industriële producten, en verwijzen naar plaatsnamen. Niet-geografische namen kunnen echter ook worden beschermd indien zij verband houden met een bepaalde plaats. Feta is bijvoorbeeld niet naar een plaats genoemd, maar naar het Italiaanse woord “fetta”, dat “plak” betekent en dat in de 17e eeuw in het Grieks werd opgenomen. Verschillende factoren, zoals het feit dat 85 % van de consumptie van fetakaas in de EU per hoofd van de bevolking en per jaar in Griekenland plaatsvindt, of het feit dat feta gewoonlijk op de markt wordt gebracht met etiketten die verwijzen naar Griekse culturele tradities en beschaving, zorgen er echter voor dat de EU-consument feta als een typisch Grieks product beschouwt.

Om gebruikt te kunnen worden als een GA:

- moet een product worden geïdentificeerd als afkomstig uit een bepaalde plaats (bijvoorbeeld chianti voor een wijn afkomstig uit de Italiaanse regio Chianti of roquefortkaas afkomstig uit de regio Roquefort-sur-Soulzon in Frankrijk);
- moeten de kwaliteiten, kenmerken of reputatie van het product te danken zijn aan de plaats van oorsprong (zo zijn de kwaliteiten van de chianti te danken aan de druiven die in de bodem van die specifieke Italiaanse streek worden geteeld, terwijl de kwaliteiten van de roquefort te danken zijn aan de kenmerken van de melk die wordt verkregen van inheemse schapenrassen die volgens de traditie worden gevoederd en aan de kenmerken van de grotten waarin de kaas wordt gerijpt).

Bescherming van GAs door de Europese Unie

Een beschermde oorsprongsbenaming (BOB) geeft aan welke producten in een bepaald geografisch gebied worden geproduceerd, verwerkt en bereid met gebruikmaking van de erkende kennis van lokale producenten en ingrediënten uit de betreffende regio.

Voor BOB-producten geldt dus dat alle stadia van het voedselproductieproces in het betreffende gebied moeten plaatsvinden. Enkele voorbeelden van BOB's zijn de BOB Bordeaux (Frankrijk, wijn), de BOB Cava (Spanje, wijn), de BOB Manouri (Griekenland, kaas)



Met een beschermde geografische aanduiding (BGA) worden producten aangeduid waarvan de kwaliteit of de reputatie verband houdt met de plaats of streek waar zij worden geproduceerd, verwerkt of bereid, hoewel de gebruikte ingrediënten niet noodzakelijkerwijs uit dat geografische gebied afkomstig hoeven te zijn. Producten met het BGA-logo hebben een specifiek kenmerk of een specifieke reputatie waardoor zij met een bepaalde plaats worden geassocieerd, en ten minste één fase van het productieproces moet in dat gebied plaatsvinden, terwijl de bij de productie gebruikte grondstoffen uit een ander gebied afkomstig mogen zijn. Enkele voorbeelden van BGA's zijn de BGA České pivo (Tsjechië, bier), de BGA Lammefjordskartofler (Denemarken, groente) of de BGA Primorska (Slovenië, wijn).

Geografische aanduidingen kunt u vinden op <https://www.tmdn.org/giview/>

Of ontdek hier verrukkelijke recepten die worden bereid met Europese kwaliteitsproducten met een geografische aanduiding: [recepten met GA-producten](#)

Handelsgeheimen

Wat is een handelsgeheim?

De term “handelsgeheim” klinkt misschien ouderwets. In een tijdperk van onmiddellijke zoekresultaten op internet lijkt er maar weinig onbekend of onkenbaar te zijn. Maar handelsgeheimen spelen nog steeds een belangrijke rol bij het verschaffen van een concurrentievoordeel aan ondernemingen en zullen dat waarschijnlijk altijd blijven doen. Samen met merken zijn handelsgeheimen sleutelementen van vele franchisenetwerken zoals fastfoodrestaurants, kappers, kledingzaken enz.

Handelsgeheimen, soms ook wel “knowhow” genoemd, bestaan uit vertrouwelijke bedrijfsinformatie die een onderneming een concurrentievoordeel verschaft. Een handelsgeheim is informatie die bij niemand anders bekend is dan bij de bedrijven die eigenaar zijn van de producten en hun werknemers.

Handelsgeheimen omvatten fabrieks-/industriegeheimen en commerciële geheimen. Zij omvatten onder meer verkoopmethoden, distributiemethoden, consumentenprofielen, advertentiestrategieën, lijsten van leveranciers en klanten, prijslijsten en, uiteraard, fabricageprocedures.

Het kan zowel om positieve informatie (goede praktijken) als om negatieve informatie (niet te maken fouten) gaan.

Wat zijn de criteria voor een handelsgeheim?

Een handelsgeheim kan slechts een handelsgeheim zijn zolang het een geheim blijft. De informatie in een handelsgeheim:

moet een zakelijke, commerciële of economische waarde hebben;

mag niet bekend zijn;

mag niet gemakkelijk te ontdekken zijn.

Er moeten redelijke inspanningen worden geleverd om de geheimhouding te bewaren.

TOP SECRET

Is een handelsgeheim een intellectuele-eigendomsrecht?

Het antwoord is nee. Handelsgeheimen zijn geen intellectuele-eigendomsrecht als zodanig. De houder van een handelsgeheim heeft geen exclusief recht op zijn of haar creatie. Hij of zij kan niet voorkomen dat concurrenten het geheim ontdekken of met dezelfde oplossingen komen.

Handelsgeheimen kunnen onafhankelijk zijn van octrooien of deze aanvullen. Zij worden intensief gebruikt in het creatieve proces dat tot innovatie leidt. Zolang een uitvinding nog niet ter bescherming is aangemeld, moet de uitvinder er nauwlettend op toezien dat de uitvinding vertrouwelijk blijft, om aan het nieuwheidver-eiste te voldoen.

In franchiseovereenkomsten verschaft de franchisegever de franchisenemers de relevante knowhow, die regelmatig wordt bijgewerkt om het concurrentievoordeel van het franchisenetwerk in stand te houden.

Handelsgeheimen zijn alleen wettelijk beschermd wanneer iemand de vertrouwelijke informatie op onrechtmatige wijze heeft verkregen (bv. door spionage, diefstal of omkoping).

Octrooien

Wat is een octrooi?

Een octrooi biedt innovatoren bescherming voor een uitvinding. Een uitvinding is een oplossing voor een specifiek technologisch probleem in de vorm van een product of een proces dat ons leven gemakkelijker of beter maakt. Wanneer een nieuwe oplossing succesvol is, wordt zij een krachtig instrument in de handen van de innovator en een belangrijk concurrentievoordeel voor een onderneming op de markt.

Daarom is het zeer waarschijnlijk dat concurrenten soortgelijke of identieke producten zullen willen maken. Om de innovator te beschermen en verdere creativiteit aan te moedigen, stelt een octrooi de innovator in staat anderen te beletten een product dat zijn uitvinding kopieert na te maken, te gebruiken, te verkopen of in te voeren.

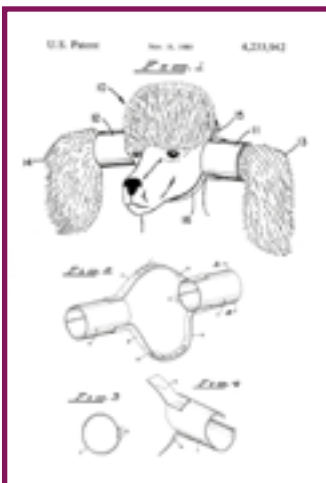
Een octrooi blokkeert een bepaalde technologie en verbeteringen, en daarom is de geldigheid van een octrooi beperkt in de tijd. De maximale beschermingstermijn van een Europees octrooi is 20 jaar vanaf de datum van indiening.

Uitvindingen kunnen iets eenvoudigs zijn als speelgoed tot iets ingewikkelds als een kernwapen. Het Hoogerechtshof van de Verenigde Staten heeft ooit geoordeeld dat “alles wat door de mens wordt gemaakt” een octrooierbaar onderwerp is. In Europa moet een uitvinding aan drie vereisten voldoen om octrooierbaar te zijn:

Nieuwheid: Het was niet eerder bekend bij het publiek in welke vorm dan ook, waar dan ook en wanneer dan ook.

Uitvinderswerkzaamheid: Het moet een stap verder gaan dan wat al bekend was. Het kan niet een eenvoudige “voortzetting” of “variatie” zijn van wat al bestond.

Industrieel toepasbaar: Het kan op industriële schaal worden vervaardigd of gebruikt.



Bijvoorbeeld:

Deze uitvinding voorziet in een apparaat om de oren van dieren, met name langharige honden, te beschermen tegen vies worden door voedsel terwijl ze aan het eten zijn.

Het apparaat bestaat uit een over het algemeen buisvormig deel rond elk oor van het dier dat bescherming biedt, en een deel om het buisvormige deel en de oren van het dier weg van de mond en het voedsel van het dier te houden terwijl het aan het eten is.

Hoe wordt een octrooi ingeschreven?

Een bedrijf of innovator kan een octrooi aanvragen:
 in een bepaald land via het nationale octrooibureau;
 in een of meer Europese landen via het [Europees Octrooibureau](#) (EOB);
 op mondiaal niveau via de [Wereldorganisatie voor de intellectuele eigendom](#) (WIPO).

Wat zijn de nadelen van octrooien?

Duur

De behandeling van aanvragen kan jaren duren.

Publicatie

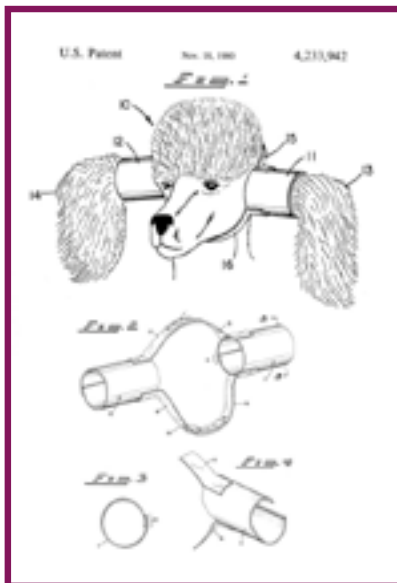
De aanvraagprocedure omvat de publicatie van de technische details (het geheim van de uitvinding).

Kosten

Een octrooi moet jaarlijks worden verlengd. Aangezien uitvindingen vaak door meerdere octrooien worden beschermd, kunnen de kosten snel oplopen.

Het verkrijgen van een octrooi is geen garantie voor zakelijk succes. De innovator moet zeker van zijn dat het voordeel van een octrooi opweegt tegen de tijd en de moeite die en het geld dat het kost om er een te krijgen en te behouden. Bij de inschrijving van een octrooi moeten ondernemingen hun uitvinding in detail beschrijven en de geheimen ervan prijsgeven. Een octrooi beschermt geen producten als zodanig, het beschermt de verschillende stappen van de innovatie in wat conclusies worden genoemd. Het opstellen van goede octrooi-conclusies is een kunst op zich en moet door octrooigemachtigden worden gedaan.

De conclusie:



Een apparaat voor het beschermen van dierenoren, bestaande uit:

- een paar over het algemeen buisvormige beschermers die elk worden gevormd door een vel zelfspannend materiaal dat in vrije toestand de neiging heeft zich te vormen tot bovengenoemde algemene buisvorm;
- elk van deze beschermers kan in de lengterichting worden geopend, zodat één van de oren van het dier er gemakkelijk in kan worden geplaatst;
- plaatsingsmiddelen om het ene uiteinde van de ene beschermer flexibel te verbinden met het andere uiteinde van de andere beschermer en om de inrichting zo aan de kop van het dier te bevestigen dat de lengteas van elke beschermer en een deel van elk oor van het dier over het algemeen horizontaal en ongeveer loodrecht op de kop van het dier worden gehouden, waarbij de uiteinden van de oren van het dier worden gescheiden door een afstand die groter is dan de breedte van de kop van het dier.

Veel grote ondernemingen gebruiken andere IE-rechten om producten te beschermen die als octrooi hadden kunnen worden geregistreerd zonder hun geheimen prijs te geven. Coca-Cola, bijvoorbeeld, heeft nooit een octrooi aangevraagd voor de formule van zijn producten en gaf er de voorkeur aan deze geheim te houden. Deze strategische keuze heeft de onderneming geholpen ervoor te zorgen dat “Coca-Cola” beroemd blijft zonder het gevaar te lopen dat het recept bekend zou worden.

In dit geval hangt de beslissing om een octrooi in te schrijven ook af van het mysterie en de technische aard van het octrooi. Indien voor een uitvinding gemakkelijk reverse engineering kan worden toegepast door bijvoorbeeld een motor uit elkaar te halen, zal een geheimhoudingsbescherming niet werken. In het geval van Coca-Cola was dit geschikt, omdat het zeer moeilijk was om het oorspronkelijke recept te achterhalen.

De IE-quiz

Intellectuele eigendom...

- A bestaat al lange tijd
- B bestaat uit een reeks rechten
- C beschermt creaties
- D alle bovenstaande opties

Intellectuele eigendom kan...

- A uitvindingen beschermen
- B schriftelijk werk en presentaties beschermen
- C waarde aan een bedrijf toevoegen
- D alle bovenstaande opties

Om een octrooi te krijgen, moet een uitvinding...

- A nieuw zijn
- B een stap verder gaan dan wat al bestaat
- C industrieel toepasbaar zijn
- D aan alle bovenstaande eisen voldoen

Een merk...

- A beschermt een uitvinding
- B beschermt vertrouwelijke informatie
- C onderscheidt producten en diensten
- D beschermt het uiterlijk van producten

Een model...

- A is de uiterlijke verschijningsvorm van een geheel of een deel van een product
- B hoeft niet ingeschreven te worden om volledig beschermd te zijn
- C moet artistieke waarde hebben
- D heeft gewoonlijk geen grote commerciële waarde

Auteursrecht wordt van kracht...

- A wanneer een creatie wordt gepubliceerd of tentoongesteld
- B automatisch bij de creatie van een werk
- C wanneer een creatie wordt ingeschreven
- D wanneer een creatie waardevol is

Welke van de onderstaande zijn auteursrechtelijk beschermd?

- A computerprogramma's en databases
- B foto's en videoclips
- C partituren en liedteksten
- D alle bovenstaande opties

Als een student een geweldig innovatief idee heeft, moet zij of hij...

- A voorzichtig zijn als zij/hij het aan mensen vertelt
- B advies inwinnen over hoe het idee kan worden beschermd
- C het idee op sociale media plaatsen om het bekend te maken
- D de antwoorden A en B zijn juist

Een gemiddelde smartphone heeft ... octrooien.

- A 250
- B 2 500
- C 25 000
- D 250 000

Een auto wordt beschermd door...

- A octrooien
- B een merk en een ingeschreven model
- C auteursrecht
- D alle bovenstaande opties

Antwoorden 1D 2D 3D 4C 5A 6B 7D 8D 9D 10D