

IMMATERIELLA RÄTTIGHETER I UTBILDNINGEN

IMMATERIELLA RÄTTIGHETER

Basfakta om immateriella rättigheter för lärare

*Basfakta om
immateriella
rättigheter
för lärare*

Basfakta om immateriella rättigheter för lärare

Inledning

Din skola ber dig förbereda ett projekt inför en nationell utbildningstävling. Du är motiverad. Du kommer på en bra idé. Du arbetar hårt på att ta fram ett utförligt projekt för att vinna priset åt din skola. Så kommer en tidigare kollega, som du litade på och hade visat projektet för, och presenterar ett liknande projekt för sin nya skola och vinner första pris. Hur känns det?

Immateriella rättigheter skyddar verk som skapats av det mänskliga intellektet eller det mänskliga tänkandet, och syftet med immateriella rättigheter är just att skydda dig mot scenarier av det här slaget.

Immateriella rättigheter är ingenting nytt:

Idén om immateriella rättigheter är inte ny. Vissa tror att idén uppstod på 500-talet före Kristus när människor började skapa verktyg för att trygga sin överlevnad och förbättra livskvaliteten. Den första immateriella rättigheten uppstod när den grekiska staten Sybaris tillät sina medborgare att ta patent på ”all ny förfining av lyx”.

Staten ville belöna skapandet av originalrecept och matlagningsprodukter. Sedan dess har mycket förfinats och många lagar skrivits om immateriella rättigheter. Syftet med lagen om immateriella rättigheter har dock förblivit oförändrat över tid: att stimulera kreativiteten. För att göra detta tillägnas upphovsmannen ett slags exklusivt privilegium.

I vår tid håller de vardagliga föremålen på att bli allt mer komplexa.

En smarttelefon är till exempel skyddad av hundratusentals immateriella rättigheter. Samma sak gäller för de flesta föremål och tjänster i våra liv.



Varumärken är särskiljande kännetecken som gör det möjligt att särskilja mellan produkter och tjänster som tillhör ett företag och dem som tillhör dess konkurrenter. Bakom ett märke finns det människor som arbetar, investerar, forskar och utvecklar produkter och tjänster som förstärker olika aspekter av våra liv.

Varumärken

- Telefonens namn
- Startton
- Instagram-logotyp

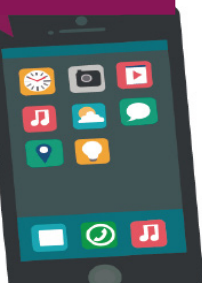


En del människor lägger ner flera år eller till och med årtionden på en uppfinning som kan förändra världen. Och somliga kommer på en genial idé under ett ”upplöst” ögonblick. Tanken bakom **patent** är att uppfinnarna förtjänar att bli belönade för sitt hårda arbete och sina insikter. I utbyte mot att dela sina uppfinningar med världen får patenthavarna ensamrätt på att tillverka och sälja eller på annat sätt distribuera sin uppfinning.

Patent

- Metoder för databehandling
- Operativsystem
- Drift av användargränssnitt

Visste du att det finns över 250 000 aktiva patent bara på området smarttelefoner?



Formgivning handlar om en produkts utseende (eller utseendet hos en del av en produkt) - allt från formen och färgen till de material som använts och förpackningen. Nästan vilket tillverkat föremål som helst kan med andra ord registreras som en formgivning. Men formgivning är ännu mer än så! Logotyper, kartor och typsnitt är till exempel också formgivningar. Formgivningar behöver inte vara vackra, konstnärliga eller ha attraktionsvärde - de måste bara vara annorlunda.

Formgivningar

- Formen på en telefon som helhet
- Knapparnas fördelning och former
- Skärmens placering och form



Upphovsrätt

- Programvara
- Användarhandböcker
- Ringsignaler
- Facebook
- Bilder

Upphovsrätt är en uppsättning regler som skyddar konstnärliga och litterära verk, exempelvis filmer, musik, dikter, målningar och serietidningar. Det handlar i grunden om rätten att ensam bestämma vem som får använda ditt arbete. Låt oss till exempel ponera att du skriver en sång. Utan din tillåtelse får ingen kopiera den eller säga att det är deras sång. Det är din sång. Om du vill kan du förstås tillåta att någon annan framför eller spelar in den.



En **företagshemlighet** är konfidentiell affärsinformation med ett marknadsvärde eller ekonomiskt värde som ger ett företag en konkurrensfördel tack vare dess hemliga karaktär. Företagshemligheter skyddas utan registrering eller formaliteter. Därmed kan en företagshemlighet förbli skyddad under obegränsad tid. Det finns vissa villkor för att informationen ska skyddas. Informationen måste vara hemlig, ha ett marknadsvärde, och rättsinnehavaren måste ha vidtagit rimliga åtgärder för att hålla den hemlig. Detta varierar dock från land till land. Ett exempel är det berömda Coca Cola-receptet.

Upphovsrätt

Vad är upphovsrätt?

Upphovsrätten är en av de mest allmänt kända immateriella rättigheterna och den som är av störst betydelse för lärare. Den skyddar all konkret produktion av det mänskliga tänkandet, förutsatt att produktionen inte bara är en idé.

Alla är upphovsrättsinnehavare: allt från stora och små konstnärer till erkända och icke erkända författare (som kan vara lärare eller studenter). En PowerPoint-presentation omfattas troligen av upphovsrätten. Detta faktablad omfattas definitivt av upphovsrätten.

För att skyddas av upphovsrätten måste produktionen vara ett originalverk. Enkelt uttryckt återspeglar ett originalverk upphovsmannens personlighet och uttrycker hans eller hennes fria och kreativa val.

Ett klassiskt exempel är två konstnärer som målar av en modell vid samma sittning: modellen är densamma, men konstnärernas verk kommer att skilja sig åt.



Originalverk är t.ex. romaner, teaterpjäser, poesi, musik, sånger, teckningar, målningar, skulpturer, foton, filmmanus, filmer och videor, textildesign, arkitektplaner, databaser och datorprogram.

De flesta lärare har förmodligen kopierat ett upphovsrättsskyddat foto från internet till en lektion. Och vem har inte laddat ner en film eller en låt? Dessa aktiviteter omfattas av upphovsrättslagstiftningen.

Upphovsrättslagstiftningen ger upphovsmannen ensamrätt att avgöra om och under vilka villkor hans eller hennes originalverk får användas av andra. Den ger innehavaren två rättigheter:

Vilka rättigheter har du enligt upphovsrättslagstiftningen?

En ekonomisk rättighet

- Rätt att exploatera verket. Rätten att kontrollera mångfaldigandet av verket, förmedlingen av verket till allmänheten, dess översättning, bearbetning, distribution och återförsäljning. Lagstiftningen ger upphovsmannen ett långvarigt skydd för att belöna honom eller henne och samtidigt tillse att hans eller hennes familj kan åtnjuta verkets ekonomiska fördelar och framgångar.
- Rätt att bli erkänd som upphovsmannen till ditt originalverk. Moraliska rättigheter är allmänt erkända i Europa, men den nivå av skydd de ger skiljer sig från land till land.

En moralisk rättighet

De innefattar följande rättigheter:

- Att upphovsmannens namn får anges.
- Att ett verk får ges ut anonymt eller under pseudonym.
- Att verkets integritet blockerar verket från ändringar, förvrängningar eller från uppdelning.
- Att få besluta om och när verket ska ges ut. Eftersom det allmänt anses att en upphovsman som gör sitt verk tillgängligt för allmänheten lämnar ut en del av sin personlighet åt samhället, är det allmänt accepterat att moraliska rättigheter inte har någon tidsmässig begränsning.

Hur skyddas ett verk av upphovsrätten?

Det finns inga registreringskrav för upphovsrättsskydd. Skyddet finns från den stund då verket skapas. I vissa länder finns det valfria registreringsförfaranden. Registrering kan användas för att inge bevis, då detta kan hjälpa till att bevisa att verket fanns vid ett visst datum.

Skyddstiden för upphovsrätten är mycket lång. Inom EU varar skyddet under upphovsmannens hela livstid plus 70 år efter hans eller hennes död.

Upphovsrätten är territoriell. Med andra ord beviljas skyddet landsspecifikt. Internationella instrument, såsom internationella konventioner med regler som gäller för länder över hela världen, fastställer dock vissa miniminormer för upphovsrättsskydd.

Vilka undantag gäller för upphovsmannarätten?

Verk kan användas utan upphovsmannens eller rättsinnehavarens samtycke främst för följande syften, även om det finns undantag:

Mångfaldigande av ett verk för privat bruk.

Användning av korta citat från ett verk för användning i kritik eller recensioner.

Användning av utdrag i illustrativt syfte inom undervisningen eller vetenskaplig forskning.

Vanliga frågor (FAQ) för att informera konsumenter om vad som är lagligt respektive olagligt vid användningen av upphovsrättsskyddat och relaterat rättsskyddat innehåll på internet kan ses på följande länk: [EUIPO FAQ om upphovsrätt](#)



Varumärken

Vad är ett varumärke?

Ett varumärke är ett särskiljande kännetecken som anger att varor och tjänster kommer från ett visst företag och som särskiljer dem från dess konkurrenter. Det kan vara ett ord, en bild, en symbol eller form, en figurdel, en slogan, en färg eller till och med ett ljud.



Ett varumärke är inte skyddat i sig. Det är skyddat i samband med specifika produkter och/eller tjänster. Nike, som namn, är alltså inte skyddat. Däremot är namnet "Nike" skyddat i samband med sportkläder. I teorin innebär detta att någon annan kan använda namnet "Nike" för att sälja andra orelaterade produkter, såsom frukt och grönsaker. Ett högre skydd kan dock beviljas för välkända varumärken (t.ex. Nike) vilket innebär att Nike inte får användas i samband med andra varor och tjänster än skor.

Ett varumärke är den immateriella rättighet som gör att företag kan:

- knyta sina produkter och tjänster till sina kunder;
- skapa lojalitet bland kunderna och igenkänning av märket;
- särskilja sina produkter och tjänster från dem som tillhör konkurrerande företag.

Varumärken:

- är en viktig del av framgången vad gäller företagets konkurrenskraft;
- representerar ett företags investering i sin image och sitt märke;
- är den immateriella rättighet som de flesta företag föredrar;
- är ofta den högst värderade tillgången i ett företag.

Ett bra varumärke bör inte ha något samband med de produkter och tjänster det omfattar. Det är inte möjligt att skydda "Sport skor" genom att låta det omfatta sport skor eftersom detta skulle hindra alla andra från att använda ordet "sport skor" för att sälja sina sport skor. Namnet "Nike" har å andra sidan ingen direkt, uppenbar koppling till de produkter det täcker, och alla andra tillverkare kan sälja sport skor under andra namn. Varumärken påverkar inte företagets kreativitet eller innovativa förmåga. De är särskiljande kännetecken som kan skyddas i all oändlighet, under förutsättning att de uppfyller följande krav. De ska

vara tydliga, exakta, lättåtkomliga och objektiva,

ha särskiljningsförmåga,

inte vilseleda allmänheten,

finnas tillgängliga,

omfatta en förteckning över varor och/eller tjänster.

Hur skyddas ett varumärke?

Varumärken måste registreras för att vara skyddade. Beroende på var de sökande avser att handla kan de

- ansöka från land till land genom de nationella immaterialrättsmyndigheterna,
- ansöka om ett EU-varumärke genom [Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet](#) (EUIPO),
- ansöka genom [den internationella byrån vid Världsgesamheten för den intellektuella äganderätten](#) (Wipo) för skydd i flera länder genom en enda ansökan som sedan skickas och behandlas i varje land som har valts.

Registrering av varumärken ger ett flerårigt skydd från ansökningsdagen, vanligtvis tio år, och kan förnyas ett obegränsat antal gånger, tio år i taget.

Vilka är fördelarna med varumärken?

Ekonomiskt värde

De tillhör ett företags populäraste och högst värderade tillgångar. De kan ha mycket stort ekonomiskt värde och vara av stor betydelse för företagen.

Registreringsförfarande

Registreringsförfarandet är vanligtvis smidigt och snabbt. Ett varumärke kan skyddas inom några veckor.

Skydd

Ett stort antal rättsliga skydd erbjuds. Innehavaren har rätt att hindra tredje man från att använda ett varumärke i sin näringsverksamhet. Förutsatt att det finns en förväxlingsrisk bland allmänheten gäller det inte bara alla identiska kännetecken för identiska varor och tjänster, utan även alla liknande kännetecken för liknande varor och tjänster.

Vilka är nackdelarna med varumärken?

Kostnader

Varumärkesinnehavaren måste betala en avgift för att registrera och förnya varumärken (men mycket lägre än för patent).

Skyldighet att använda

Skyldigheten att använda varumärket för de produkter och tjänster det registrerades för – om sådan användning inte sker inom en viss tid (vanligtvis 5 år) kan varumärket upphävas.

Generisk användning av ett namn

Varumärkesinnehavare måste säkerställa att deras registrerade kännetecken inte blir en generisk benämning, dvs. det namn som vanligen används för att beskriva produkterna eller tjänsterna i fråga.

Formgivningar

Vad är en formgivning?

En formgivning är den immateriella rättighet som omfattar en produkts utseende. I rättslig mening är den det yttre eller synliga utseendet på hela eller delar av produkten som är en följd av dess särdrag. Dessa särdrag kan vara linjer, färger, former, strukturer, konturer, material eller ornamentering. Denna mycket breda definition täcker nästan alla skapade verk som har synliga aspekter.

Följande kan skyddas som formgivningar:

- Alla industriella eller hantverksbaserade föremål eller produkter.
- Förpackningar.
- Grafiska symboler.
- Delar som har satts ihop till en komplex produkt.
- Teckningar och konstverk.

En produkt behöver inte vara framställd i industriell skala eller ha ett konstnärligt värde för att vara en formgivning.

En formgivnings framgång och betydelse ligger i dess lockelse för produktens användare. Användare attraheras ofta av ovanligt kreativa formgivningar. Nya former eller färger kan ge en kraftigt ökad försäljning av vanliga produkter, varför produktens formgivning kan bli en central del i företagets ansträngningar att göra sina produkter mer attraktiva för användarna. Följaktligen kan industriella formgivningar ha ett mycket högt marknadsvärde, och en tillverkare kan vinna stora fördelar på marknaden genom att ge sin produkt ett nytt utseende.

För att produktens utseende ska omfattas av formgivningsskydd i Europa måste det uppfylla två krav:

Nyskapande: En formgivning betraktas som ny om ingen identisk formgivning har gjorts tillgänglig för allmänheten före ansökningsdagen.

Särprägel: För en ”kunnig användare” måste formgivningen ge ett annat helhetsintryck än de andra formgivningar som tidigare släppts på marknaden. Den ”kunnige användaren” är ett mellanting mellan formgivare och teknisk expert.

Följande produkter är uteslutna från formgivningsskydd:

- Datorprogram.
- Sådana formgivningar som strider mot allmän ordning eller allmän moral, till exempel obscena, rasistiska eller omoraliska bilder eller meddelanden.
- De som innefattar skyddade officiella symboler eller emblem, såsom nationsflaggor.
- Ej synliga beståndsdelar i komplexa produkter.
- Särdrag i produktens utseende som endast betingas av en teknisk funktion.

Hur skyddas en formgivning?

En formgivning måste registreras för att skyddas fullständigt. Formgivningar kan registreras

- i ett eller flera specifika länder genom nationella immaterialrättsmyndigheter,
- på EU-nivå som en gemenskapsformgivning vilken automatiskt omfattar alla EU-länder genom en enda registrering via [Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet \(EUIPO\)](#),
- genom en internationell ansökan som inges till [den internationella byrån vid Världsorganisationen för den intellektuella äganderätten \(Wipo\)](#).

Registreringen sker snabbt och en gemenskapsformgivning kan registreras inom ett fåtal dagar. Skyddet av en formgivning är tidsbegränsat. Inom EU varar den inledande skyddsperioden 5 år från ansökningsdagen. Skyddet kan förnyas för ytterligare perioder om vardera 5 år, upp till högst 25 år.

Vilka är fördelarna med registrerade formgivningar?

Officiell titel

Att bevisa att formgivningen existerar och vem som äger den.

Ensamrätt

Skyddet som registrerade rättigheter erbjuder ger formgivningens innehavare ensamrätt att använda den.

Skydd

Innehavaren av en registrerad formgivning kan hindra tredje man från att använda andra former av den skyddade formgivningen, t.ex. att skapa, erbjuda eller marknadsföra den skyddade formgivningen, importera, exportera eller använda en produkt där formgivningen ingår och lagervålla denna produkt för dessa ändamål.

Oregistrerade formgivningar

I Europa kan en formgivning även skyddas automatiskt utan att den registreras för hela EU. Detta skydd är dock begränsat och gäller bara i tre år från det datum då formgivningen först gjordes tillgänglig för allmänheten i EU. Detta skydd gäller bara för identiska kopior av formgivningen. Detta system av skydd har fått stor användning i modeindustrin.

Geografiska beteckningar

Vad är en geografisk beteckning?

En geografisk beteckning är ett kännetecken som används på produkter som har ett specifikt geografiskt ursprung och vars kvaliteter och/eller anseende kan tillskrivas detta ursprung. Geografiska beteckningar används oftast för jordbruksprodukter, livsmedel, vin och spritdrycker, hantverk och industriprodukter, och hänvisar till namn på platser. Icke-geografiska namn kan dock även skyddas om de är kopplade till en viss plats. Fetaost har till exempel inte fått sitt namn efter en plats, utan efter det italienska ordet "fetta" som betyder "skiva", vilket införlivades i det grekiska språket på 1600-talet. Flera faktorer, såsom att 85 procent av konsumtionen av fetaost i EU per person och år sker i Grekland eller att feta vanligtvis marknadsförs med märkningar som hänvisar till grekisk kulturtradition och civilisation, gör dock att EU:s konsumenter uppfattar feta som en ursprunglig grekisk produkt.

För att fungera som en geografisk beteckning

- måste den fastslå att en produkt har sitt ursprung på en viss plats (t.ex. beteckningen Chianti för ett vin som har sitt ursprung i den italienska regionen Chianti eller Roquefort för en ost som har sitt ursprung i den franska regionen Roquefort-sur-Soulzon),
- ska produktens kvaliteter, egenskaper eller anseende tillskrivas ursprungsorten (t.ex. tillskrivs Chiantis egenskaper de druvor som odlas i just denna italienska region, medan Roqueforts egenskaper är en följd av egenskaperna hos den mjölk som hämtas från inhemska fårraser som utfordras i enlighet med traditionen samt egenskaperna hos de grottor där osten mognar).

EU-skydd för geografiska beteckningar

Skyddade ursprungsbeteckningar (SUB) identifierar produkter som framställs, behandlas och bearbetas inom ett visst geografiskt område med hjälp av de erkända yrkeskunskaperna hos lokala producenter och ingredienser från den berörda regionen.

För SUB-produkter måste därmed livsmedelsproduktionens samtliga stadier utföras inom det berörda området. Exempel på skyddade ursprungsbeteckningar är Bordeaux (Frankrike, vin), Cava (Spanien, vin) och Manouri (Grekland, ost).



Skyddade geografiska beteckningar (SGB) identifierar produkter vars kvalitet eller anseende är kopplade till den plats eller region där de framställs, behandlas eller bearbetas, även om de använda ingredienserna inte behöver komma från detta geografiska område. Produkter märkta med en skyddad geografisk beteckning har en särskild egenskap eller ett anseende som förknippar dem med en viss plats, och minst ett stadium av produktionen måste utföras inom detta område, medan produktionens råmaterial kan komma från en annan region. Exempel på skyddade geografiska beteckningar är České pivo (Tjeckien, öl), Lammefjordskartofler (Danmark, grönsaker) eller Primorska (Slovenien, vin).

Sök gärna efter geografiska beteckningar på <https://www.tmdn.org/giview/>

Eller upptäck geografiska beteckningar på europeiska kvalitetsprodukter med aptitretande recept här: [Recept med geografiska beteckningar](#)

Företagshemligheter

Vad är en företagshemlighet?

Begreppet ”företagshemlighet” kan låta gammalmodigt. I en tidsålder av omedelbara internetsökningar verkar mycket lite vara okänt eller omöjligt att ta reda på. Men företagshemligheter har ändå – och kommer troligtvis alltid att ha – en viktig roll för att ge företagen en konkurrensfördel. Varumärken är tillsammans med företagshemligheter centrala delar av många franchisenätverk såsom snabbmatsrestauranger, frisörer, klädaffärer, osv.

I företagshemligheter, som ibland kallas yrkeskunskaper eller know-how, ingår den konfidentiella affärsinformation som ger företaget dess konkurrensfördel. En företagshemlighet är information som inte någon annan än företagen som äger produkterna och deras personal känner till.

I företagshemligheter ingår tillverknings-/industrihemligheter och affärshemligheter. De innefattar försäljningsmetoder, distributionsmetoder, konsumentprofiler, reklamstrategier, förteckningar över leverantörer och kunder, prislister och, naturligtvis, tillverkningsprocesser.

Det kan röra sig om både positiv information (god praxis) och negativ information (fel som inte får göras).

Vilka är kriterierna för en företagshemlighet?

En företagshemlighet förblir bara en företagshemlighet så länge den är hemlig. Informationen i en företagshemlighet:

måste ha ett affärsvärde, marknadsvärde eller ekonomiskt värde,

måste vara känd,

får inte vara lätt att upptäcka.

Rimliga insatser för att bevara sekretessen måste uppvisas.

TOP SECRET

Är en företagshemlighet en immateriell rättighet?

Svaret är nej. Företagshemligheter är inte i sig någon immateriell rättighet. Den som innehar en företagshemlighet har ingen ensamrätt över användningen av sitt skapade verk. Han eller hon kan inte förhindra att konkurrenter upptäcker hemligheten eller kommer på samma lösningar.

Företagshemligheter kan komplettera eller vara oberoende av patent. De används i stor utsträckning i den kreativa process som leder till innovationer. Ända tills en ansökan om skydd lämnas in för en uppfinning måste uppfinnaren se till att uppfinningen förblir konfidentiell för att kunna uppfylla kravet om nyskapande.

I franchiseavtal får franchisetagaren de relevanta yrkeskunskaperna från franchisegivaren, som regelbundet uppdateras för att franchisenätverkets konkurrensfördelar ska bevaras.

Företagshemligheter är bara rättsligt skyddade om någon har kommit över den konfidentiella informationen på ett otillåtet sätt (t.ex. genom spionage, stöld eller mutning).

Patent

Vad är ett patent?

Ett patent gör att uppfinnaren får skydd för sin uppfinning. En uppfinning är en lösning på ett visst tekniskt problem i form av en produkt eller en process som underlättar eller förbättrar våra liv. När en ny lösning har vunnit framgång är den ett kraftfullt verktyg i uppfinnarens händer och en viktig konkurrensfördel för ett företag på marknaden.

Det är därför mycket troligt att konkurrenterna vill tillverka liknande eller identiska produkter. För att skydda uppfinnaren och uppmuntra till ytterligare kreativitet förhindrar ett patent att andra återskapar, använder, säljer eller importerar en produkt som kopierar uppfinnarens uppfinning.

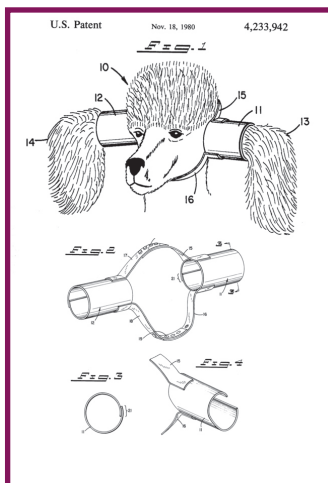
Ett patent blockerar en viss teknik och förbättringar av denna, vilket är skälet till att patent har en tidsbegränsad giltighet. Skyddstiden för ett europeiskt patent är högst 20 år från ansökningsdagen.

Uppfinningar kan vara enkla (som leksaker) eller komplicerade (som kärnvapen). Förenta staternas högsta domstol fann en gång att det patenterbara området omfattade ”allt under solen som framställts av människan”. För att en uppfinning ska vara patenterbar i Europa måste den ha uppfyllt tre krav:

Nyskapande: Den var inte tidigare känd för allmänheten i någon form, någonstans eller någon gång.

Uppfinningssteg: Den måste gå ett steg längre än det som redan var känt. Den får inte vara en enkel ”fortsättning” eller ”variation” på vad som redan fanns.

Industriellt tillämpbar: Den kan tillverkas eller användas i industriell skala.



Exempel:

Denna uppfinning är en anordning som skyddar öronen hos djur, särskilt långhåriga hundar, från att kladdas ner av maten medan de äter.

Anordningen består av en i stort sett rörformad del för att innesluta och skydda varje öra hos djuret, och en del för att föra undan den rörformade delen och djurets öron från djurets mun och mat medan den äter.

Hur registreras ett patent?

Ett företag eller en uppfinnare kan ansöka om patent

- i ett specifikt land via det nationella patentverket
- i ett eller flera europeiska länder via det [Europeiska patentverket](#) (EPO)
- på global nivå via den [internationella byrån vid Världsgesamheten för den intellektuella äganderätten](#) (Wipo)

Vilka är nackdelarna med patent?

Handläggningstid

Handläggningstiden för ansökningar kan uppgå till flera år.

Offentliggörande

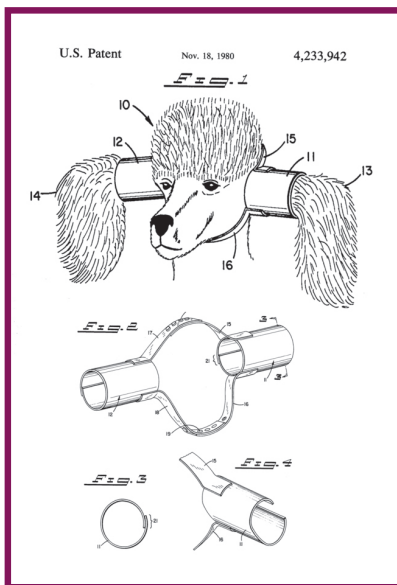
I ansökningsförfarandet ingår att man offentliggör de tekniska detaljerna (hemligheten bakom uppfinningen).

Kostnader

Ett patent måste förnyas varje år. Eftersom uppfinningar ofta skyddas av flera olika patent kan utgifterna stiga snabbt.

Att företaget beviljas ett patent är ingen garanti för framgång. Uppfinnaren måste se till att nyttan med ett patent väger tyngre än den tid, de ansträngningar och pengar som krävs för att erhålla och upprätthålla ett patent. När företag registrerar ett patent måste de beskriva sin uppfinning i detalj och avslöja dess hemligheter. Ett patent skyddar inte produkterna i sig, utan skyddar de olika stegen i uppfinningen i något som kallas krav. Att utarbeta korrekta patentkrav är komplicerat och måste utföras av patentombud.

Kravet:



En anordning som skyddar öronen hos djur, bestående av

- ett par i stort sett rörformade skydd som vart och ett formats av en materialskiva med egen ensidig belastning som i sina fria tillstånd formar sig själva till det nämnda i stort sett rörformade skyddet,
- vart och ett av de nämnda skydden kan öppnas longitudinellt så att det lätt kan föras in i ett av djurets öron,
- placeringshjälpmedel för att flexibelt förbinda ena änden av skyddet i ett fördelat förhållande med ena änden av det andra skyddet och för att säkra den nämnda anordningen till det nämnda djurets huvud, så att den longitudinella axeln på varje skydd och en del av varje öra hos det nämnda djuret hålls i stort sett horisontellt och ungefärligt vinkelrätt till det nämnda djurets huvud, varigenom det nämnda djurets öronspetsar hålls isär med ett avstånd som överstiger bredden på djurets huvud.

Många storföretag använder andra immateriella rättigheter för att skydda produkter som kunde ha registrerats som patent utan att deras hemligheter avslöjas. Coca Cola patenterade till exempel aldrig receptet på sina produkter och föredrog att hålla det hemligt. Detta strategiska val har hjälpt företaget att säkerställa att "Coca Cola" fortsätter att vara känt utan att dess recept riskerar att offentliggöras. I detta fall är beslutet att registrera ett patent också beroende av patentets gåtfulla och tekniska aspekter. Om en uppfinning är lätt att bakåtkompilera genom att till exempel plocka isär en motor kommer sekretesskyddet inte att fungera. I fallet Coca Cola var det lämpligt, eftersom den var mycket svår att bakåtkompilera.

Frågelek om immateriella rättigheter

1 Immateriell äganderätt ...

- A har funnits en mycket lång tid
- B består av en serie rättigheter
- C skyddar skapade verk
- D allt det ovanstående

2 Immateriell äganderätt kan ...

- A skydda uppfinningar
- B skydda skriftliga arbeten och presentationer
- C skapa mervärde i ett företag
- D göra allt det ovanstående

3 För att beviljas ett patent måste en uppfinning ...

- A vara nyskapande
- B gå ett steg längre än vad som redan finns
- C vara industriellt tillämpbar
- D uppfylla alla ovanstående krav

4 Ett varumärke ...

- A skyddar en uppfinning
- B skyddar konfidentiell information
- C särskiljer produkter och tjänster
- D skyddar produkters utseende

5 En formgivning ...

- A är det yttre utseendet för hela eller delar av produkten
- B måste inte registreras för att få fullständigt skydd
- C måste ha ett konstnärligt värde
- D har vanligtvis inget högt marknadsvärde

6 Upphovsrätten börjar gälla ...

- A när ett skapat verk offentliggörs eller visas upp
- B automatiskt samtidigt som verket skapas
- C när ett skapat verk registreras
- D när ett skapat verk är värdefullt

7 Vad skyddas av upphovsrätten?

- A datorprogram och databaser
- B foton och videoklipp
- C musikstycken och sångtexter
- D allt det ovanstående

8 Om en student har en ovanligt innovativ idé, bör hon eller han ...

- A vara försiktig när hon eller han berättar om den för andra
- B inhämta råd om hur den kan skyddas
- C offentliggöra den på sociala medier för att göra den välkänd
- D svar A och B är rätt

9 En genomsnittlig smarttelefon har ... patent.

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

10 En bil skyddas av ...

- A patent
- B ett varumärke och registrerad formgivning
- C upphovsrätt
- D allt det ovanstående

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