

# Bescherming en exploitatie van intellectueel eigendom



*Where food ideas grow*



Food Valley Innovation Insights

Voorkom dat je elke avond gehaktballen  
moet eten.

”

Food Valley Innovation Insights

# Bescherming en exploitatie van intellectueel eigendom

Het zal je maar gebeuren. Je praat in je enthousiasme je mond voorbij en een ander gaat er met je idee vandoor. Of je komt in het buitenland een product tegen dat als twee druppels water lijkt op de innovatie die je onlangs op de markt gezet hebt.

Hoe bescherm je je intellectueel eigendom en hoe zorg je er voor dat je bedrijf optimaal profiteert van innovatie? Daarover ging het symposium dat de stichting Food Valley op 21 april organiseerde samen met Nederlandsch Octrooibureau en de Nederlandse Orde van Uitvinders.

Dit boekje geeft de hoogtepunten van het symposium weer. Het laat, aan de hand van theorie en praktijkverhalen, zien hoe je het spel als ondernemer slim kan spelen. Want investeringen in innovatie moeten zich wel terugverdienen.

**Roger van Hoesel**  
directeur Stichting Food Valley



## Inhoudsopgave

6	Van idee tot markt
11	Intellectueel eigendom: de theorie
17	Intellectueel eigendom: de praktijk
20	Websites
23	Stichting Food Valley
24	Colofon

# Van idee tot markt

**Een innovatie doen die de markt op zijn kop zet. Het is de droom van elke creatieve ondernemer. Garantie heb je nooit, maar met een planmatige aanpak vergroot je de kans op succes aanzienlijk.**

Een idee omzetten in een vinding die je kunt beschermen. Met die stap begint een kansrijk innovatietraject. Bij de Nederlandse Orde van Uitvinders (NOVU) hanteren ze er een speciale succesformule voor: 3 x de O van de onderzoeken die cruciaal zijn plus de O van ondernemingsplan.

## Onderzoek

De eerste O staat voor marktonderzoek: is er behoefte aan het product en zo ja bij wie? Wat wil men er voor betalen? Hoe gaan de verkoopcijfers zich naar verwachting ontwikkelen?. Daarnaast is in deze fase ook technisch onderzoek nodig: hoe functioneert het prototype? Is het veilig in gebruik? De derde O staat voor octrooionderzoek: komt de vinding in aanmerking voor een octrooi, ofwel patent? Alleen echt nieuwe, toepasbare uitvindingen met een technisch karakter zijn octrooieerbaar. Via de Europese patentdatabase Espacenet of via Google kun je er achter komen of iemand je voor is geweest. Een octrooibureau kan dit ook voor je uitzoeken.

## Wat is een goed idee?

Een goed idee...  
is marktgericht  
is nieuw en inventief  
is beschermbaar  
levert omzet en winst op  
is duurzaam  
is functioneel  
is snel te introduceren  
kan op brede steun rekenen  
trekt investeerders aan.  
Bron: NOVU, 2010.



## Voorkom dat je elke avond gehaktballen moet eten”

“Elke fase in het innovatietraject heeft zijn valkuilen. Het begint al bij het idee in je hoofd. Deel je dat in je enthousiasme met anderen, dan loop je het risico dat die er mee vandoor gaan. Het chocoladereeps scenario noem ik dat. Zet het idee daarom al in een vroeg stadium om in een vinding en bescherm het, bijvoorbeeld via een octrooi.

De kosten van een octrooi kunnen behoorlijk oplopen. Zorg daarom voor voldoende geld op de bank, anders eet je straks elke avond gehaktballen: het gehaktballen scenario. Uitvinders realiseren zich vaak niet dat investeerders willen weten hoeveel geld ze moeten uitlenen en wanneer ze dat weer terug ontvangen. Hoe mooi de uitvinding ook is, uiteindelijk is dat waar het bij investeerders om draait. Ik noem dit het voordeur -

achterdeurs scenario: wie zijn huiswerk niet doet voordat hij met investeerders gaat praten, staat zo met lege handen weer buiten. Denk er ten slotte aan marktgericht te innoveren. Dat voorkomt kasten vol met producten die je niet verkocht krijgt, het kastdeurs scenario.”

Wouter Pijzel  
directeur Nederlandse Orde van  
Uitvinders

Alle bevindingen verwerk je in een ondernemingsplan met daarin de 5 p's van product, prijs, promotie, plaats en personeel en een SWOT-analyse. Het plan geeft ook inzicht in de kosten en baten voor de komende 3 jaar en in de liquiditeitsbehoefte.

### Bescherming regelen

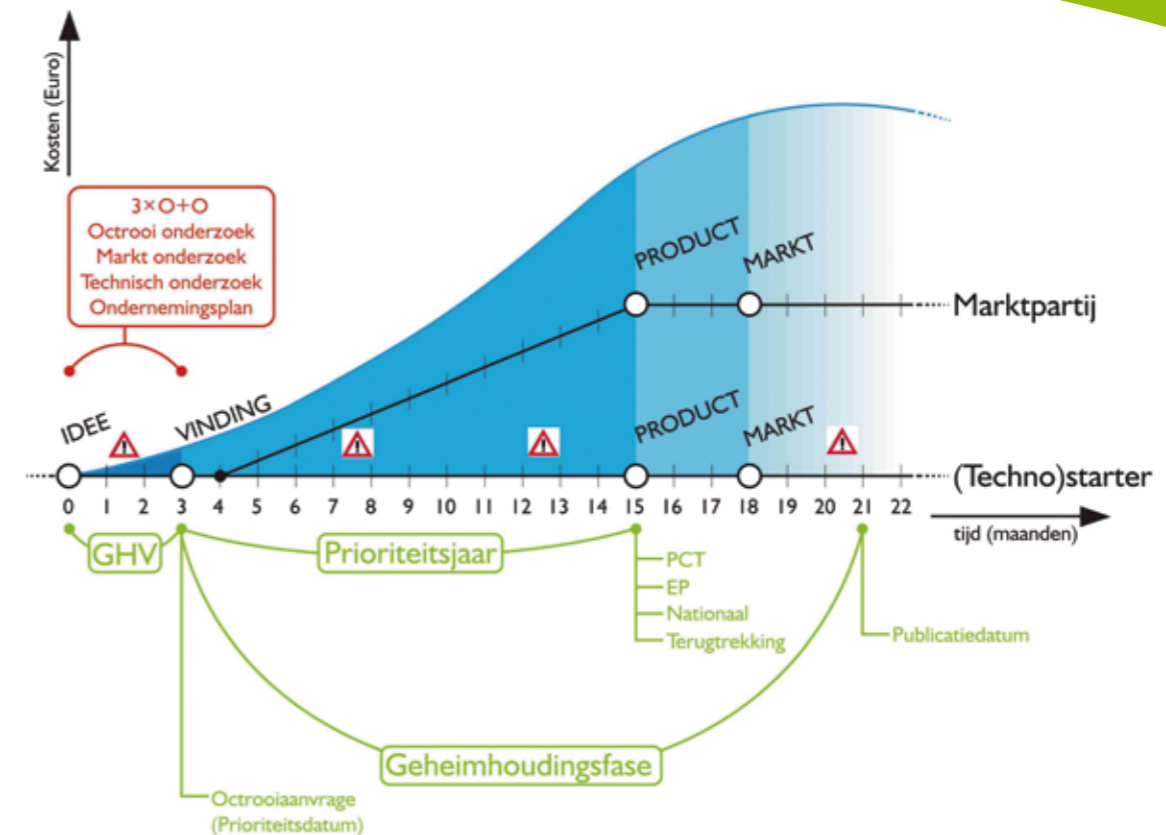
Staan de uitgangspunten van de vinding helder op papier, dan is het zaak de bescherming te regelen. Dat kan via een octrooi, maar dat hoeft niet. Soms zijn merk- en/of modelregistratie voldoende, of volstaat het auteursrecht. Een octrooibureau kan advies geven over de juiste strategie.

Is de vinding eenmaal goed beschermd, dan is het product klaar voor de markt. Garantie op succes is er nooit. Maar de ondernemersdroom komt met een planmatige aanpak wel een stuk dichterbij.

“ Een handige formule is: 3 x O + O van de onderzoeken die cruciaal zijn plus de O van ondernemingsplan.

### Innovatietraject

Een idee omzetten in een vinding kan in 3 maanden tijd, zo blijkt uit het Innovatie Doorlooptijd Kosten diagram van de NOVU. In deze fase doe je octrooi-, markt- en technisch onderzoek en schrijf je een ondernemingsplan. Voor de marktintroductie is ongeveer even veel tijd nodig. De meeste tijd - en ook het meeste geld - gaat zitten in het traject van vinding naar product: octrooien aanvragen, investeerders aantrekken en partners zoeken om mee samen te werken. Ondernemers zijn hier al gauw een jaar mee bezig. Gemiddeld kost het hele innovatietraject zo'n 18 maanden.





**Zorg dat alle contracten goed op elkaar afgestemd zijn”**

“Een fabrikant kan partners en andere marktpartijen toestemming geven om zijn geoctrooieerde product of technologie verder te ontwikkelen of te vermarkten. Daarvoor zijn uiteenlopende overeenkomsten op te stellen, variërend van contracten voor technologie- en materiaal-overdracht tot joint-alliance agreements en gebruikslicenties, al dan niet exclusief, al dan niet met beperkingen.

Zo kun je een licentie soms ongeldig laten verklaren als het partnerbedrijf wordt overgenomen. Zorg dat je vooraf het doel van de overeenkomst helder hebt en formuleer zorgvuldig. En let er ook op dat de inhoud van alle contracten goed op elkaar is afgestemd. Anders loop je de kans dat je te veel weg geeft of te weinig krijgt.”

**Bert Oosting**  
advocaat Intellectueel  
Eigendom bij Hogan Lovells  
International LLP

## Intellectueel eigendom: de theorie

**Bestaande vindingen beschermen en tegelijkertijd nieuwe vindingen doen. Dat is de uitdaging waar innovatieve ondernemers voor staan. Hoe ga je strategisch om met intellectueel eigendom?**

Wie veel tijd en geld investeert in innovatie, heeft liever niet dat de concurrentie gratis meelift op zijn inspanningen. Het octrooi-, merk-, model- en auteursrecht zijn uitgevonden om dit te voorkomen.

Een octrooi is een exclusief recht om anderen te verbieden je uitvinding te gebruiken of te vermarkten. Die uitvinding moet wel een technisch karakter hebben, en écht nieuw en inventief zijn. Met een octrooi kan een bedrijf zijn concurrentie- of onderhandelingspositie verbeteren, zijn innovatieve karakter benadrukken bij investeerders, of via verkoop en licenties extra inkomsten genereren.

### Soorten en maten

Octrooien zijn er in soorten en maten, bijvoorbeeld voor Nederland of andere Europese landen, heel Europa, of de



Verenigde Staten. Volgens de Patent Cooperation Treaty (PCT) kan voor verschillende landen een zelfde soort aanvraag voor een octrooi worden ingediend. Een bedrijf kan een of meerdere octrooien aanvragen, op verschillende momenten, en in verschillende volgorde.

Opvallend is dat men in de Verenigde Staten uitgaat van het principe first to invent: het octrooi komt toe aan degene die als eerste de uitvinding heeft gedaan. In vrijwel de rest van de wereld geldt het first to file principe: degene die de aanvraag als eerste doet, heeft recht op het octrooi.

De indieningstrategie hangt onder meer af van de verwachte marktkansen. Een ondernemer die al weet dat zijn innovatie kans van slagen heeft in 3 of meer Europese landen, zal meteen een Europees octrooi aanvragen. Zijn de marktkansen van een product in verschillende landen in de wereld onduidelijk, dan kan een aanvraag volgens de PCT worden ingediend. Daarbij krijg je extra lang - 30 maanden tegen 12 maanden voor een Nederlands of Europees octrooi - bedenktijd voordat je beslist voor welke landen je een octrooi wilt. Bedrijven die de hete adem van de concurrentie in hun nek voelen, doen er goed aan zo snel mogelijk te octrooieren.

Een voorbeeld van hoe organisaties strategisch kunnen inspelen op verschillen tussen landen: men kan in een





strategisch belangrijk land snel een nationaal octrooi aanvragen om daarmee de concurrentie tegen te kunnen houden. Voor landen die wel van belang zijn maar strategisch minder relevant kan dan via een Europese aanvraag of een aanvraag onder het PCT-verdrag octrooi worden verkregen.

### **Merk- en modelregistratie**

Het is slim om in aanvulling op het octrooi het merk of model van een product en bijvoorbeeld zijn verpakking te laten registreren. In sommige gevallen volstaan alleen model- en merkregistratie. Dit is zo wanneer het innovatieve karakter van het product niet schuilt in de technische aspecten maar in zoiets als een nieuw uiterlijk. Een octrooigemachtigde kan hierin adviseren.

Is de innovatie eenmaal beschermd en al op de markt, dan is het zaak op te letten of de rechten niet geschonden worden. Bepaal voordat je stappen onderneemt hoe sterk je positie is: is je octrooi bijvoorbeeld wel geldig in de landen waar de concurrent zijn product of technologie aan de man brengt? Verzamel ook bewijsmateriaal van eventuele inbreuk op het octrooi. Je kunt er voor kiezen om de inbreukmakende fabrikant of verkoper een licentieovereenkomst aan te bieden of een procedure te starten, bijvoorbeeld een kort geding of een bodemprocedure.

### **Freedom to operate**

Bestaande vindingen beschermen is één kant van het verhaal, tot nieuwe vindingen komen is de andere kant. Wil je gericht investeren in innovatie, dan moet je inzicht hebben in je freedom to operate, oftewel speelruimte. In de regel zijn octrooien 20 jaar geldig. Daarna mag iedereen het product of de technologie gebruiken. Octrooien jonger dan 20 jaar kunnen de speelruimte beperken.

Maak een lijst van de meest 'bedreigende' vindingen die je tegenkomt in de literatuur. Bepaal of deze al geoctrooieerd zijn of hoe waarschijnlijk het is dat ze een octrooi toegekend krijgen. Is het antwoord op beide vragen nee, dan is er voldoende speelruimte voor innovatie. Is het antwoord ja, dan kun je overwegen met de octrooihouders te onderhandelen over verkoop of gebruikslicentie.

Vindingen beschermen en de speelruimte bepalen kosten wel wat. Toch loont het de moeite. Wie het spel rond intellectueel eigendom slim speelt, verdient zijn investeringen dubbel en dwars terug.



**Zorg dat je octrooihuis al staat vóór de markt-introductie”**

“Valess is uitgevonden door een gepensioneerde souschef - tevens voedingstechnicus en scheikundige - van het Amstel Hotel. Het vezelachtige materiaal dat hij had gecreëerd uit melkeiwit en algen leek hem een prima vleesvervanger. FrieslandCampina heeft na de koop van de octrooirechten het concept verder ontwikkeld en op de markt gebracht.

## Intellectueel eigendom: de praktijk

**Strategisch omgaan met intellectueel eigendom, hoe doe je dat in de praktijk? Vertegenwoordigers van Friesland Campina, CSK food enrichment en Nederlandsch Octrooi-bureau vertellen hun verhaal.**

Voordat we het product in 2005 introduceerden, hebben we onderzocht of consumenten behoefte hadden aan een nieuwe vleesvervanger. Ook hebben we een 'octrooihuis' gebouwd met kernoctrooien, divisieoctrooien en applicatie-octrooien. Daarnaast hebben we onze freedom to operate bepaald en de merknaam vastgelegd, evenals het model van product, verpakking en etiket.

We onderhouden het octrooi-huis door voortdurend te monitoren op de introductie

van nieuwe concurrerende producten en op de toekenning van octrooien die bij die van ons in de buurt komen. Maakt een fabrikant inbreuk op onze rechten, dan proberen we tot licentieafspraken te komen. En zo nodig starten we een oppositie tegen octrooien, toegekend aan derden.

De grondige aanpak van FrieslandCampina heeft zichzelf bewezen, vind ik. We hebben met Valess in de markt een voorsprong opgebouwd van 5 jaar.”

**Irma Spapens**

Senior Product Developer  
Cheese en Valess bij  
FrieslandCampina

“

### Octrooien vergemakkelijken de samenwerking met partners”

“CSK food enrichment levert innovatieve ingrediënten voor de productie van kaas, yoghurt, karnemelk en boter. Denk bijvoorbeeld aan starter-cultures, stremsels en kleurstoffen. We investeren veel tijd en energie in brainstorming, productontwikkeling en prototyping.

Met octrooien stellen we onze investeringen in fundamentele R&D veilig. Zo hebben we in het recente verleden onderzoek verricht naar duurzame alternatieven voor oleochemicaliën in kaascoatings. Dat is kostbaar, terwijl we niet zeker weten of de kaasindustrie op korte termijn geïnteresseerd is. Door onze vindingen te patenteren houden we de mogelijkheid open om de investeringen in een later stadium terug te verdienen, ofwel via kaas ofwel via andere toepassingen.

Octrooien vergemakkelijken ook de samenwerking met partners. Willen we een gezamenlijke ontwikkeling voor een bepaalde periode exclusief aanbieden aan een klant, dan is een octrooi een mooi vehikel om dat te faciliteren.

Nederlandsch Octrooibureau houdt voor ons in de gaten of er nieuwe octrooiaanvragen worden gepubliceerd die ons zouden kunnen schaden.

“

### Hoe meer je vastlegt, hoe beter je beschermd bent”

“Een octrooiaanvraag duurt al gauw anderhalf jaar. Het komt vaak voor dat concurrenten een product of verpakking in de tussentijd namaken. De uitvinder kan daar op basis van het octrooi niet tegen optreden, want dat heeft hij immers nog niet in handen.

Ook bepaalt het voor sommige belangrijke producten die we willen introduceren de freedom to operate, zodat we niet in ander-mans vaarwater terecht komen.

**Jan Kevelam**  
IP Coordinator van CSK food enrichment

Het is daarom verstandig in aanvulling op de octrooiaanvraag ook de merknaam en modelaspecten als verpakkingsformaat, beeldmerk en deksel - te laten registreren. Daarmee kun je toch optreden tegen kopieerpraktijken. Afhankelijk van het land of gebied waar je een registratie wilt, duurt het verkrijgen van een merk in de Benelux 4 - 6 maanden en een model in de Europese Unie ongeveer 4 maanden. Kortom,

een merk- en modelregistratie heb je een stuk sneller in handen dan een octrooi. En hoe meer je vastlegt, hoe beter je beschermd bent.

Een van onze klanten, Danone, ontdekte in Azië een verpakking voor zuigelingenvoeding die sterk leek op Danone's Nutrilon Immunofortis. Het octrooi was nog niet geregistreerd. We hebben bezwaar gemaakt op basis van het model van de

verpakking. Dat vertoonde veel overeenkomsten met die van Nutrilon. Ook de look & feel van de verpakking waren hetzelfde. De uitkomst van de procedure is op dit moment nog onbekend.”

**Kayin Pang**  
octrooigemachtigde bij Nederlandsch Octrooibureau



## Websites

**www.foodvalley.nl**  
Stichting Food Valley

**www.novu.nl**  
Nederlandse Orde van Uitvinders

**www.octrooibureau.nl**  
Nederlandsch Octrooibureau

**www.novuster.nl**  
Online toetsing van ideeën,  
een initiatief van de NOVU

**www.protospace.nl**  
Laagdrempelige en moderne  
werkplaats waar starters prototypes  
van hun ideeën kunnen bouwen

**www.technostarterspeekuren.nl**  
Hier kunnen innovatieve  
technostarters zich aanmelden voor  
tweewekelijkse spreekuren,  
georganiseerd door de Kamer van  
Koophandel en de NOVU.

**www.agentschapnl.nl** of  
**www.octrooicentrum.nl**  
Het wat, waarom en hoe van  
octrooien. Informatie van het  
ministerie van Economische Zaken,  
AgentschapNL

**www.ocnl**  
Website voor Nederlandse  
octrooiaanvragen

**www.bbie.nl**  
Het Benelux-Bureau voor de  
Intellectuele Eigendom (BBIE) is de  
officiële instantie voor de registratie  
van merken en modellen in de  
Benelux. Ook ideeën, concepten,  
ontwerpen en prototypes kunnen hier  
vastgelegd worden.

**www.wipo.int/pctdb/en**  
Website voor Europese en  
internationale octrooiaanvragen

**ep.espacenet.com**  
Europees netwerk van patent-  
databases

**www.uspto.gov**  
website voor Amerikaanse  
octrooiaanvragen







## Stichting Food Valley

Stichting Food Valley stimuleert innovatie in de Nederlandse agrifood-sector door kennis en ondernemerschap aan elkaar te koppelen vanuit de behoefte van het bedrijfsleven. Zij doet dit in nauwe samenwerking met Ontwikkelingsmaatschappij Oost Nederland NV en Syntens, landelijke netwerkorganisatie en specialist in innovatie voor het MKB.

Food Valley biedt:

- Antwoord op ondernemersvragen
- Support bij projectontwikkeling
- Introductie van en begeleiding bij vestiging van (nieuwe) innovatieve foodbedrijven in de regio
- Ondersteuning bij de ontwikkeling van spin-offs en start-ups
- Innovatiekansen via de Food Valley Society

### Contactgegevens

Stichting Food Valley  
Nieuwe Kanaal 9D-3  
6709 PA Wageningen  
0317 42 70 95  
info@foodvalley.nl  
www.foodvalley.nl



European Union  
European Regional Development Fund  
Investing in your future

Deze publicatie, deel 2 in de reeks Food Valley Innovation Insights, wordt uitgegeven door de stichting Food Valley, in samenwerking met Nederlandsch Octrooibureau.

**Met medewerking van** de Nederlandse Orde van Uitvinders (Wouter Pijzel), CSK food enrichment (Jan Kevelam), FrieslandCampina (Irma Spapens), Hogan Lovells International LLP (Bert Oosting) en Nederlandsch Octrooibureau (Ard Ellens, Peter van Essen en Kayin Pang).

**Tekst** Lisette de Jong

**Eindredactie** Frances Fortuin

**Grafische vormgeving** Grafisch Ontwerpbureau Criterium

**Fotografie** Sander Luske

ISBN 978-90-816093-2-6