

SKYTTET DITT VAREMERKE?

– I et internasjonalt perspektiv er norske bedrifter dessverre alt for dårlige til å beskytte sine såkalte «immaterielle rettigheter», eller sine varemerker, patenter og design, sier Hilde Vold Aunebakk, daglig leder i Acapo, et av landets ledende selskaper innenfor patentering og varemerkeregistrering. Dette ønsker hun å gjøre noe med.

– Vi ser jo at det kopieres over en lav sko når det gjelder gode produkter og varemerker, og det er utrolig naivt av norske bedrifter å tro at noe slikt ikke kan ramme også dem, sier Aunebakk til NB Magasinet.

– Mange norske bedrifter kan nærmest regnes som amatører og sinker i en slik sammenheng. Veid for at noen virksomheter leverer mer enn én søknad er det bare 1,5 prosent av norske virksomheter som har et aktivt forhold til det å sikre sine rettigheter og produkter. Men det finnes etter hvert en god del som gjerne angrer bittert på at de ikke sikret seg før, sier hun.

En selvfølge

I mange andre land, spesielt i USA og i Japan, er beskyttelse av immaterielle rettigheter (forkortet IPR) en sentral del av virksomheten, og nærmest som en selvfølge å regne. I Norge er dette noe mange ikke tenker på før de blir utsatt for et inngrep.

– Når man ser sin gode idé bli snappet opp av store internasjonale bedrifter og satt i produksjon før man vet ordet av det, da er det for sent å komme og si at dette var min idé. Kan du ikke dokumentere dette er det svært vanskelig å komme noen vei, så enkelt er det, sier Aunebakk.

Hun mener det derfor er av aller største betydning å være føre var og beskytte også sine immaterielle verdier. – Om man skulle havne opp i juridiske konflikter med «storkanonere» kan man dermed dokumentere rettigheten til disse viktige verdiene, sier hun.

Patent først

– Har du en god idé som du tror på, så la vær med å fortelle noen om det før du har fått sendt inn en søknad om patentbeskyttelse. Deretter kan du starte prosessen med å sette det i produksjon, og samtidig være rimelig trygg på at du har en god sak om noen skulle prøve å kopiere deg, sier Aunebakk.

– **Hvorfor har ikke norske bedriftsledere større fokus på nettopp dette?**

– Trolig fordi fokuset i en tidlig fase ligger mer på selve produksjonen og produksjonsutstyret, snarere enn å sikre sine rettigheter til verdier i form av produktet og produktnavnet. Paradokset er at i få andre land er bedriftene så flinke til å forsikre sine ansatte og sine materielle verdier som i Norge, sier hun.

– De fleste er forsikret mot tyveri, brann, sykdom og alt annet som kan skje. Men de samme virksomhetene er alt for dårlige til å sikre sine varemerker og prosessene de lever av, de immaterielle rettigheter som kan være alt fra

design, tekniske oppfinnelser, varemerker i form av logo og merkenavn. I svært mange tilfeller representerer nettopp dette en bedrifts største verdier, sier Hilde Vold Aunebakk.

Gir råd

– **Hvis fokuset på å sikre seg er så dårlig ute i bedriftene, da er vel kunnskapen om fremgangsmåten like fraværende?**

– I så fall er ikke hjelpen lengre unna enn en telefon til oss i Acapo. Vi er spesialister på patentering og beskytte varemerke og design, og kan gi gode råd i søkeprosesser. I tillegg er vi jurister og advokater som kan bistå i konfliktsaker, og vi innehar også teknisk kompetanse slik at vi kan dekke alle tekniske områder i en patentprosess. Det er ikke så dyrt å beskytte sine immaterielle verdier som mange tror, men det kan bli vesentlig dyrere å utsette det. Derfor jobber vi i Acapo spesielt for å bevisstgjøre bedriftslederne på viktigheten av å sikre også de immaterielle verdiene, like selvfølgelig som man forsikrer lokaler, inventar, produksjonsutstyr og ansatte. Ikke minst når man tenker på at 80 prosent av verdiene i en gjennomsnittlig norsk bedrift er immaterielle verdier. Da både bør og må disse beskyttes for å unngå tap i eventuelle konflikter i fremtiden.

– **Hvordan blir et slikt budskap mottatt ute i bedriftene?**

– Vi ser jo at forståelsen brer om seg, og det er en voksende bevissthet omkring dette. Vi jobber også mye inn mot gründere, og vi ser at temaet helst skulle vært en del av utdannelsen. Etter min mening vil morgendagens ledere ha langt større fokus på dette enn det vi hittil har sett i Norge, sier Hilde Vold Aunebakk i Acapo AS.

Rolf Erik Veland/NBmagasinet
rolf@tabloidsats.no

FAKTA ACAPO AS

- Acapo AS er et varemerke- og patentbyrå som er spesialisert innen området for beskyttelse av immaterielle rettigheter, derunder varemerke-, patent- og designrettigheter, med tilgrensende områder innen konkurranseretten.
- Acapo hjelper både norske og utenlandske bedrifter og enkeltpersoner med beskyttelse av foretaksnavn og varemerker, design og oppfinnelser.
- Forbereder og innleverer vi søknader om varemerke-, patent- og designregistrering i Norge og i utlandet.
- Tilbyr juridisk og teknisk bistand i forbindelse med behandling av søknadene frem til registrering.
- Utfører overvåking av både varemerker og firma/foretaksnavn, og bistår i forbindelse med registrering av selskap i Foretaksregisteret.
- I konfliktsituasjoner gir Acapos advokater og jurister råd og veiledning, og opptre som partsrepresentant (advokat) i rettsaker og klagesaker ved forvaltningsorganer, som for eksempel Brønnøysundregistrene.
- Hjelper også kunder til å sikre sine rettigheter i utlandet.
- Acapo er bergensbasert, men har også kontor i Oslo og Trondheim.