

## **TomTom - ett företag som helt vänt när det gäller IPR**

TomTom etablerades 1991 och är nu världsledande på marknaden för "Personal Navigation". Bolaget har haft en stark utveckling under senare tid med många lanserade produkter på marknaden. Idag har TomTom ca 50 % av marknaden i Europa och ca 20 % av marknaden i USA. Under de senaste fem åren (fram till 2007) har antalet anställda fördubblats varje år. Jim Denmark redogjorde för utvecklingen av TomToms syn på IPR vid konferensen Global Patent Congress 2008.

Tiden före 2002 präglades företaget TomTom av relativ okunskap och ointresse för IPR. IPR var ingen viktig fråga och exponeringen på marknaden var liten, vilket medförde att nästan inga tvister uppstod och därmed inte heller några diskussioner om royalties eller skadestånd. Alla IP-relaterade frågor hanterades av externa konsulter utan någon direkt styrning från företagsledningen.

Perioden 2003 – 2006 expanderade TomTom kraftigt och med det kom en större exponering på marknaden och TomTom blev varse såväl stora multinationella företag som "patent trolls" och "gold diggers" som Jim Denmark uttryckte det. Alla ville på olika sätt få del av den ekonomiska utvecklingen som TomTom skapade. IPR-relaterade frågor blev under denna period av största betydelse för företaget.

Ett problem för TomTom var att man hade få beviljade patent eller patentansökningar – vilket komplicerade försvaret och eventuella förhandlingar. TomTom var dock så pass ekonomiskt starka att man kunde köpa andra bolag som ägde relevanta IP-rättigheter, vilka sedan kunde användas som moteld i tvister. Genom att köpa företag med intressanta IP-rättigheter kunde TomTom utveckla förhandlingssituationer med inslag av korslicensiering. Jim Denmark angav att TomTom ännu inte har förlorat ett patentmål i domstol – man har helt enkelt sett till att göra upp i godo innan.

Nu – 2007 och framåt – präglas TomTom av hög medvetenhet om betydelsen av IPR. Företaget arbetar fortfarande med externa patentkonsulter, men man har också en egen IPR-avdelning som arbetar strategiskt med att dra upp riktlinjer för framtida patentering. IPR-skydd och affärsutveckling går numera hand i hand.

Framtida företagsförvärv präglas primärt av att de teknologiskt skall passa in i TomToms verksamhet. En del kommer att vara IP-tunga och andra inte. De företag som inte är IP-tunga kommer att bli det. Köpet av bolaget Teleatlas är ett bra exempel på ett strategiskt förvärv av TomTom.

/Torbjörn Larsson