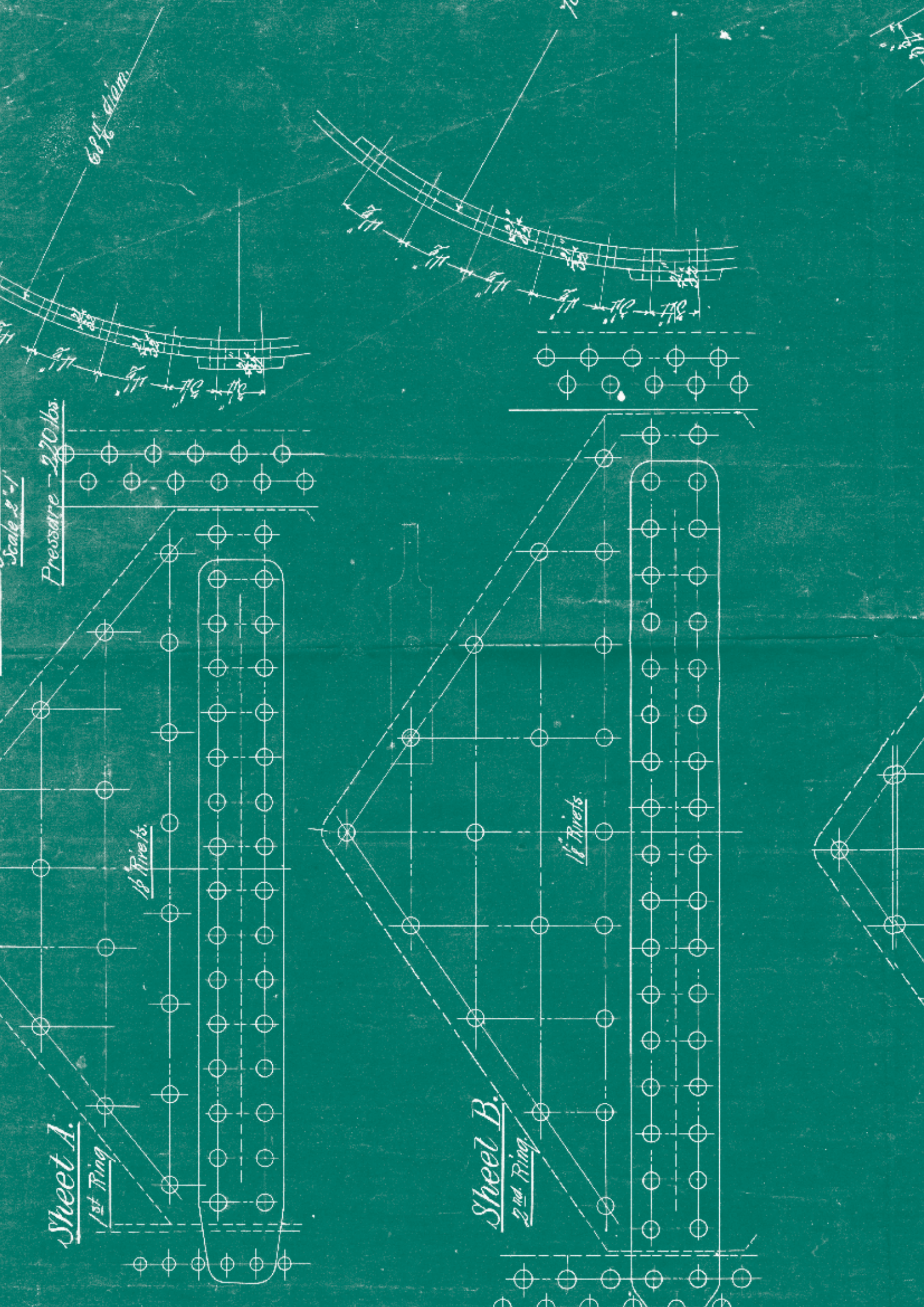


# Innovatörsguiden

Del 1 – Förstudier och immaterialrätt



**ALMI**  
FÖRETAGSPARTNER



6 1/2" diam.

Scale 1/2" = 1'

Pressure - 220 lbs.

Sheet A.

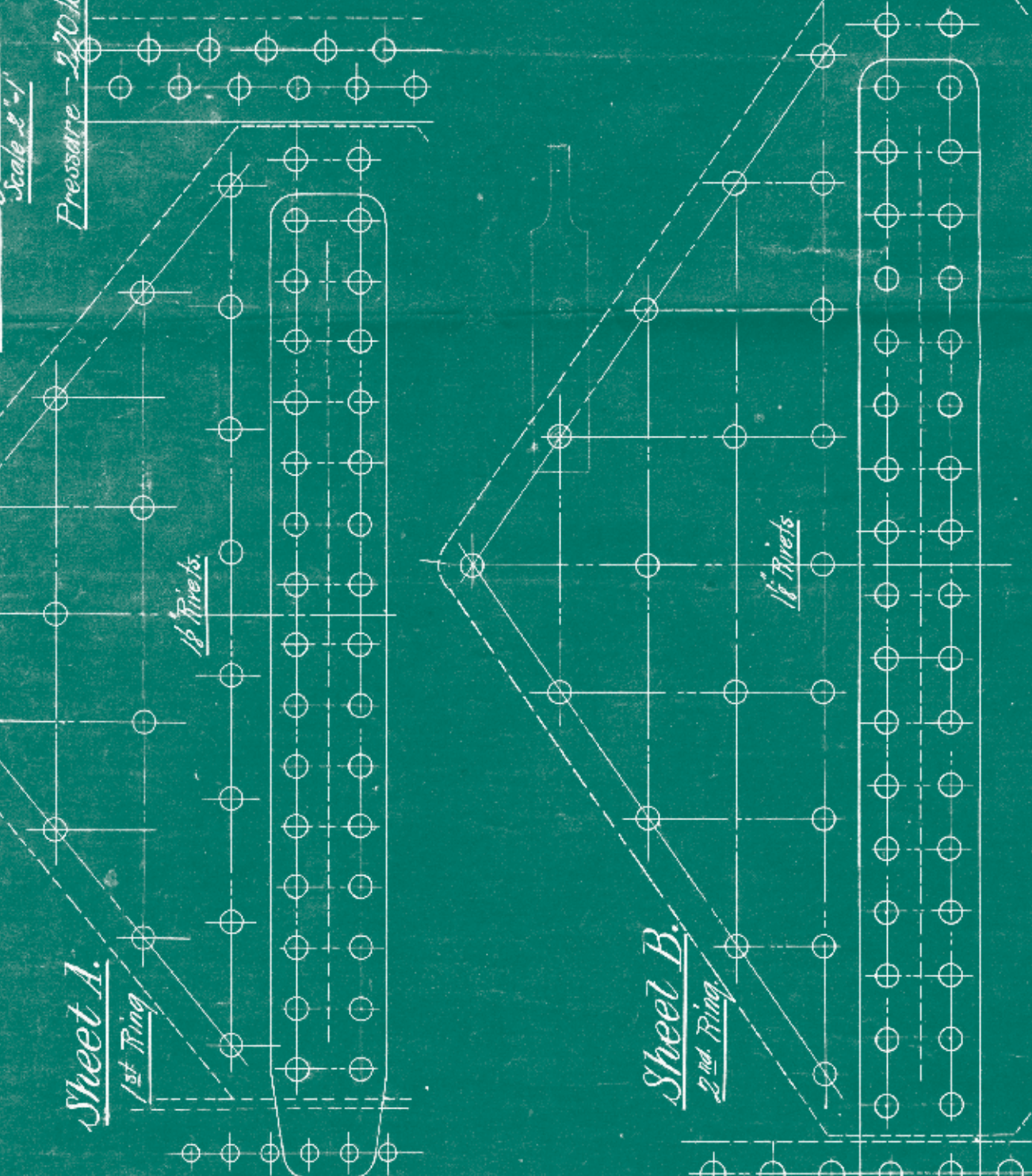
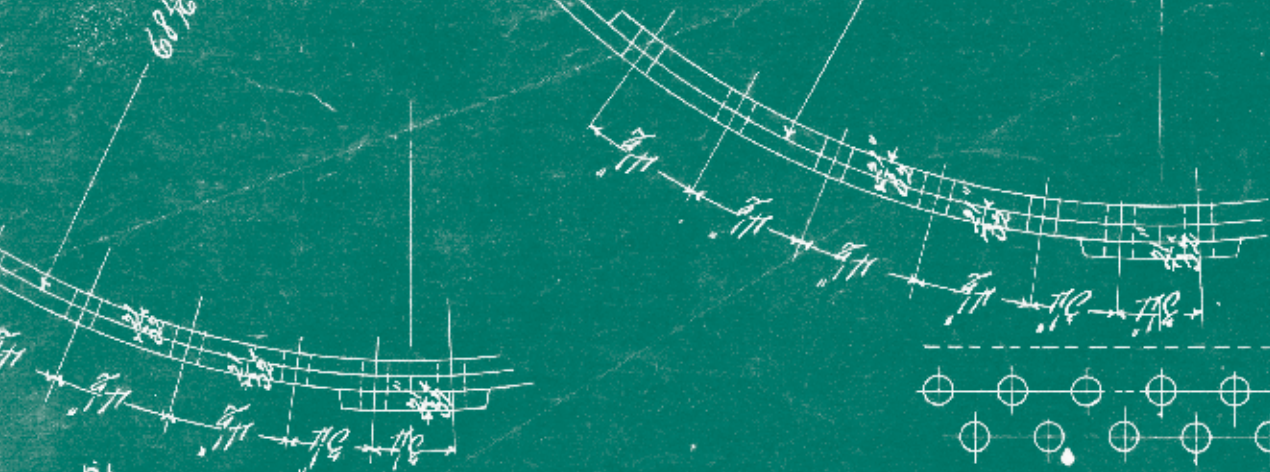
1st Ring

18 Rivets.

Sheet B.

2nd Ring

18 Rivets.



## Dags att förverkliga din idé

Funderar du på om det är möjligt att utveckla en idé till en kommersialiserad produkt eller tjänst? Då har du kommit rätt!

I denna Almi-skrift hittar du information som hjälper dig en bit på väg och kanske ger dig nya infallsvinklar som du inte har tänkt på. Det handlar om förstudier som du kan göra för att bedöma din idéns möjligheter.

I Innovatörsguiden beskriver vi patent och andra immaterialrättsliga skyddsformer. Du får även praktiska råd hur en nyhetsgranskning kan göras och vilka patentdatabaser som finns tillgängliga.

Idag finns en kraftigt växande marknad för innovativa tjänster. Det är dock inte möjligt att exempelvis patentera en innovativ tjänst som inte har någon teknisk karaktär.

Vi är medvetna om att vissa delar av Innovatörsguiden därför inte är helt anpassade för de som utvecklar en innovativ tjänst, utan mer anpassade för innovativa produkter. Vi hänvisar då till andra publikationer från Almi Företagspartner.

Kompendiets författare är Robert Nilsen, föredragshållare och utbildningschef vid uppfinnarskolan Ideum i Lidköping.

## Innehåll

Vad är en innovation?	5
Tidig marknadsbedömning	6
Vilken information behövs?	7
Skrivbordsundersökning	8
Branschorganisationer	10
Praktikfall: PluggBox® Pop-up	11
Statliga verk och myndigheter	14
Så kan det gå om man inte gör en laganalys	15
Varför nyhetsgranskning?	16
Gör en preliminär nyhetsgranskning	17
Kostnadsfria patentdatabaser	19
Patentklassificering	20
Nyhetsgranskning med esp@cenet	22
Andra informationskällor för nyhetsgranskningen	26
Undvik idéstöld och nyhetshinder!	27
Patent som skydd för din uppfinning	29
Andra immaterialrättsliga skyddsformer	31
Arbetsstagares uppfinningar	33
Exempel på sekretessförbindelse	34
Exempel på bilaga till sekretessförbindelse	35

# Vad är en innovation?

Definitionen ”innovation” används tyvärr alltför ofta felaktigt. Många säger att man gjort en ”innovation” om man har kommit på en ny idé, men så är det alltså inte.

En idé kan vara en idé om någonting som man fått en ingivelse om. Det kan vara en affärsidé, eller det kan handla om en produktidé. Från början kanske man bara har en idé och ingen konkret lösning klar. När man sedan jobbar vidare med idén och utvecklar den så att man får fram en färdig lösning, och om det dessutom visar sig att det är något nytt, en ny unik idé – då kan man säga att man gjort en ”uppfin-ning”. Uppfinningen kan vara en produkt eller en innovativ tjänst.

Först när uppfinningen kommer ut på marknaden och kommer till användning – först då kan man säga att det är en ”innovation”. En ”innovatör” är man således först när man lyckats ta sin idé till marknaden.

Det som det här kompendiet handlar om, gäller i mångt och mycket både produkter och tjänster. I utvecklingen av alla idéer, såväl produktidéer som idéer om nya tjänster, måste du så tidigt som möjligt kontrollera om idén verkligen är ny, att det finns tillräckligt stor marknadspotential, vilka krav marknaden ställer på produkten eller tjänsten, om det finns några lagar eller direktiv att ta hänsyn till o s v.



FOTO: istockphoto

*Innovationsprocessen beskriver de olika faserna i processen från idé till innovation.*

# Tidig marknadsbedömning

All innovationsverksamhet handlar i mångt och mycket om informationssökning. Många gör misstaget att i början nästan enbart fokusera sig på utvecklingen av sin idé, utan att först kontrollera vilka krav marknaden ställer på den. Man måste redan på idéstadiet försöka göra en uppskattning om produkten eller tjänsten har tillräckligt stor marknadspotential, hur prisbilden ser ut och vilka krav det finns från branschen på marginaler, vad produkten eller tjänsten troligen kommer att kosta att producera, om det finns lagar att ta hänsyn till, etc.

## Upplevs ofta krångligt och tråkigt

Att marknaden har tillräckligt stort behov av produkten eller tjänsten är av avgörande betydelse för en kommersiell framgång. Den kunskapen har de flesta, men den kommer inte så sällan i skymundan till förmån för andra saker – mest kanske för att de flesta upplever det krångligt och tråkigt att hitta information om marknaden. Det känns ofta roligare och mer spännande att hålla på med utvecklingen av sin idé.

## Varför tidig marknadsbedömning?

Varför är det viktigt att du tidigt i innovationsprocessen gör en marknadsbedömning av din idé? Självklart är det för att kontrollera om din eller ditt företags tjänst- eller produktidé har tillräcklig marknadspotential för att du, en finansiär och/eller en potentiell samarbetspartner ska våga investera tid och pengar på den. Det måste finnas tillräcklig marknadspotential för att det ska gå att motivera och förränta de kostnader det medför att utveckla produkten eller tjänsten så att den blir kommersialiserbar. Informationen som du samlar på dig i samband med marknadsbedömningen är alltså ett underlag både för dig själv och för andras beslut.

## Motpartens krav på information

Du bör alltid försöka tänka dig in i motpartens krav på information för att ha förståelse för vilken information de behöver för att våga och kunna ta ett korrekt beslut. Tänk dig att det istället är du själv som sitter bakom skrivbordet på det företag eller den bank du ska besöka – att du tar emot dig själv där. Vad är det för information som du skulle vilja ha av dig själv för att våga ta beslutet att satsa tid och pengar på just din idé?

Den information som du måste samla in för att kunna göra marknadsbedömningen ger dig viktig kunskap som kan vara förutsättningen för att lyckas. Den kan också korta tiden mellan idé och innovation.



# Vilken information behövs?

Vilken information behöver du ta reda på för att kunna göra en marknadsbedömning av din produkt eller tjänst? Först behöver du söka information som gör att du åtminstone kan göra en grov uppskattning om marknads storlek, dvs hur många potentiella köpare/användare av produkten eller tjänsten det kan finnas. När du uppskattat marknads storlek kan du sedan göra ett antagande hur stor andel av den totala marknaden som kan tänka sig att köpa din produkt eller tjänst.

## Marknadens värde

Något av det svåraste, men nog så viktigt, är att redan på ett tidigt stadium i utvecklingsprocessen försöka uppskatta hur mycket produkten kostar att tillverka eller tjänsten att utföra. Om du exempelvis vet tillverkningskostnaden för produkten och vilka krav du eller ditt företag har på vinstmarginal, då vet du också vilket värde marknaden har för dig eller ditt företag beroende på hur stora marknadsandelar du lyckas ta. På sidan 12–15 finns ett exempel på det senare, där produkten säljs av uppfinnaren i fabrikantled till grossist.

## Marknadens specifika krav

Du måste också ta reda på vilka specifika krav marknaden ställer på produkten eller tjänsten – innan du lägger en massa tid och pengar på att exempelvis ta fram produktionsverktyg eller börjar marknadsföra din produkt eller tjänst. Risker är annars stor att du utvecklar en produkt eller tjänst som i slutändan inte mottas på bästa sätt av marknaden. Många gör misstaget att tro sig veta att just den egna lösningen på problemet eller behovet är exakt det som marknaden efterfrågar, utan att först intervjua potentiella kunder om deras krav på t ex en produkts design, funktion, kvalitet etc.

## Lagar, förordningar och föreskrifter

Du får heller inte glömma att ta reda på om det finns lagar, förordningar och/eller föreskrifter som berör produkten eller tjänsten, så att du inte utvecklar något som är olagligt. Det är alltså mycket viktigt att du redan i startfasen av innovationsprocessen ser till att ta hänsyn till eventuella lagar, som exempelvis gäller tillverkning, marknadsföring etc. Läs mer om detta på sidan 16–18!

## Konkurrentanalys

Sedan gäller också att ta reda på vilka konkurrerande företag som finns och vilka produkter/tjänster de har. Jämför konkurrenternas produkt/tjänst med din egen vad gäller kvalitet, service, pris etc. Tänk även på att något av de konkurrerande företagen också kan vara en potentiell samarbetspartner.

## Prissättning och marginaler

Du måste också försöka ta reda på vilken prissättning man ska välja för produkten/tjänsten och vilka krav det är på marginaler i de olika leden i produktions- och distributionskedjan. Beroende på vilken affärsmodell du väljer berör det storleken på den totala marginalen – från producent till slutkonsument. Om du och ditt företag exempelvis säljer en produkt direkt till kund via Internet, är det bara ditt företag som har krav på en marginal. Ska produkten istället säljas via en grossist och därefter till detaljhandeln är det ytterligare två led som ska ha en marginal, vilket gör att konsumentpriset blir avsevärt högre än i det första exemplet.

## Branschens krav på marginaler

För att få reda på vilka marginaler som är brukliga i olika branscher, bör du kontakta företag i branschen och ta reda på vilka krav de har på marginaler för att de ska vara intresserade av att marknadsföra och sälja din produkt eller tjänst. I vissa fall kan det dock vara svårt, eftersom det normalt rör sig om affärshemligheter. Men att ringa runt och prata med företag i branschen, är det enda som fungerar i detta sammanhang. De kan sin bransch och vet vad påslagen är i de olika leden i distributionskedjan fram till slutkund, om t ex en produkt ska säljas till konsument via grossist och detaljhandeln.

## Hur få fram krav på marginal?

Det kan underlätta om du frågar hur prisbildningen ser ut generellt i branschen och hur mycket man måste räkna med att man lägger på som marginal i de olika leden i produktions- och distributionskedjan. Var tydlig med att du inte är ute efter deras priser, utan att du bara behöver ha reda på vad de måste lägga på som marginal för att det ska vara en någorlunda vettig affär för dem. Prata med någon på marknads sidan i 4–5 företag i branschen tillverkare, grossister och detaljister fram till slutkund.

## Distributionsförhållanden

Du bör tidigt i utvecklingsprocessen ta reda på och bestämma distributionsförhållanden för din produkt. Detta kan vara av avgörande betydelse när det gäller val av förpackning, vilken typ av transport och annat som har med distributionen att göra. Om du exempelvis har för avsikt att sälja en konsumentprodukt direkt till kund via Internet, så kallad e-handel, är det kanske extra viktigt att produktens fraktkostnad inte blir för hög. Ska produkten istället säljas via grossist till detaljhandeln, är det kanske viktigare att produkten kan lagras på ett sätt som inte försämrar kvaliteten på produkten.

## Trender och framtidsvisioner

Det är även viktigt att du tar fram information om trender och framtidsvisioner inom din bransch, för att veta vad som är på gång. Hänger du inte med i utvecklingen inom din bransch och regelbundet gör en omvärldsanalys, är risken stor att du kommer på efterkälken med din produkt eller tjänst. Du måste kontinuerligt och systematiskt samla in och analysera information för att bevaka konkurrenter och marknadsförändringar i din bransch.

## Ta hänsyn till miljöpåverkan

På senare år, inte minst med tanke på att vi alla blivit mera medvetna om klimatförändringar och miljöförstörelse, har det blivit extra viktigt att även ta hänsyn till miljöpåverkan redan tidigt i utvecklingsprocessen. Det handlar om att identifiera och avgöra vilka miljöaspekter som kan ge upphov till betydande miljöpåverkan.

## Produktutvecklaren bestämmer

Det är du och det företag som utvecklar produkten som i hög grad bestämmer vilken miljöpåverkan den kommer att få under hela sin livscykel: vid tillverkning, när den används och när den slutligen kasseras. Det kan gälla alltifrån val av material och tillverkningsteknik till distribution och återvinning. Även en tjänst kan medföra miljöpåverkan, vilket man kanske inte alltid tänker på.

## Swerea

Utan kunskap om miljöanpassad produktutveckling är det viktigt att ta hjälp av experter på området. Swerea, [www.swerea.se](http://www.swerea.se), åtar sig uppdrag att analysera produkter och föreslå miljömässiga förbättringar. De kan också bidra aktivt med idéer till nya konstruktionslösningar.

## Skrivbordsundersökning

En hel del information och kunskap om marknaden kan man själv ta fram genom en så kallad ”skrivbordsundersökning”, dvs insamling och vidareförädling av befintlig marknadsinformation. Mycket av den nödvändiga informationen för skrivbordsundersökningen kan du hitta på Internet, medan annan information kräver att du lämnar cyberrymden och personligen besöker biblioteket, fackbutiker, mässor samt kontaktar branschorganisationer, företag i branschen etc.

## Biblioteket som utgångspunkt

Biblioteket kan vara en bra utgångspunkt för din skrivbordsundersökning. Men då är det inte i första hand böcker du ska använda som informationskälla, utan snarare facktidningar och tidningar där du kan hitta mer aktuell information. Har du tur kan du hitta en artikel som handlar om just din bransch, med uppgifter om marknadsstatistik och annan viktig information som du kan ha nytta av i samband med utvecklingen och marknadsbedömningen av din produkt eller tjänst.

## Söktjänster för studentuppsatser

Genom LIBRIS uppsök och Uppsatser.se kan du via Internet söka efter examensarbeten och studentuppsatser i fulltext från svenska högskolor och universitet, som du kan ha nytta av i din skrivbordsundersökning. DiVA portal är en annan söktjänst



Foto: iStockphoto



på Internet med ett öppet arkiv för forskningspublikationer och studentuppsatser producerade vid flertalet av Sveriges universitet och högskolor.

## Statistiska Centralbyrån

När du ska göra en grov uppskattning av hur stor den nuvarande och framtida marknaden är för en produkt eller tjänst, kan du ha nytta av statistik från SCB, Statistiska Centralbyrån. SCB är en central förvaltningsmyndighet och samordnare för Sveriges officiella statistik och annan statlig statistik. SCB publicerar statistik ur egna databaser som grundas på folk- och bostadsräkningen, företagsstatistik och specialundersökningar som är offentliga. En stor del av Sveriges officiella statistik når du helt kostnadsfritt via SCBs webbplats, [www.scb.se](http://www.scb.se).

## Statistisk årsbok

SCB ger årligen ut ”Statistisk årsbok för Sverige”, ett uppslagsverk som ger dig översiktliga fakta inom alla samhällsområden, med statistik över sociala, politiska, kulturella och ekonomiska förhållanden i Sverige. Via SCBs webbplats kan du köpa årsboken eller kostnadsfritt ladda hem hela eller delar av den i pdf-format.

## Branschorganisationen

Med hjälp av marknadsstatistik från branschorganisationen kan du få en indikation om hur stor marknaden är för din produkt/tjänst. På sidan 11 under rubrik ”Branschorganisationer” kommer vi att berätta om hur du kan få tag i sådan information.

## Handelns Utredningsinstitut

Handelns Utredningsinstitut, HUI, säljer branschfakta för specifika branscher inom detaljhandeln, t ex dagligvaruhandeln, elektronikhandeln, sport- och fritidshandeln m fl branscher. Observera att det handlar om övergripande branschfakta, t ex om branschens utveckling, och inte om specifik marknadsstatistik för olika typer av varor. Det går att beställa branschfakta direkt från deras webbplats, men kontrollera först med närmsta Almi-kontor om de har tillgång till aktuella branschfakta. I så fall kan du kanske få ta del av dem utan att behöva betala för dem. På HUIs webbplats finns även länkar till intressanta examensuppsatser och forskningsrapporter som berör handelsrelevanta frågeställningar, som kan innehålla information du kan dra nytta av i utvecklingen av din produkt eller tjänst och i din marknadsbedömning.

## Statliga verk och myndigheter

Du får inte glömma att statliga verk och myndigheter också kan ha värdefull information för din skrivbordsundersökning. Myndigheter publicerar officiell statistik om sitt ansvarsområde, gör egna utredningar och kan informera dig om du måste ta hänsyn till eventuella lagar och föreskrifter för din produkt eller tjänst. Läs mer på sidorna 16–17.

## Kreditupplysning

En potentiell samarbetspartner eller viktig kund bör du alltid kolla upp för att kunna känna dig tryggare. Om du t ex har hittat ett företag som är intresserat av din produkt eller tjänst och vill samarbeta med dig, bör du innan du fördjupar den kontakten kolla upp vem som är firmatecknare, läsa företagets senaste årsredovisningar och göra en dagsaktuell kreditupplysning på företaget.

## Betalningsanmärkningar

Även en privatperson, som du exempelvis har planer att starta företag tillsammans med, måste kollas upp. Det är t ex inte speciellt lämpligt att låta någon med många betalningsanmärkningar och oreglerade skulder få ansvar för ert gemensamma företags ekonomi. Kan en person inte sköta sin privatekonomi bör man heller inte låta samma person ensam teckna firman.

## Kreditupplysningsföretag

För att kontrollera om det finns registrerade betalningsanmärkningar och få en dagsfärsk uppfattning om kreditvärdigheten hos ett företag eller en privatperson, måste du köpa en kreditupplysning av ett kreditupplysningsföretag, exempelvis UC (tidigare Upplysningscentralen), Ratsit m fl.

## Kronofogdemyndigheten

Om du ringer till Kronofogdemyndigheten kan du både kostnadsfritt och anonymt kontrollera uppgifter om eventuella oreglerade skulder med hjälp av företagets organisationsnummer eller en privatpersons personnummer. Uppgifter som finns i Kronofogdens register om en skuld och skuldbeloppets storlek är offentliga i ett pågående mål. Kronofogden lämnar däremot inte ut några uppgifter om betalningsanmärkningar.

## Bolagsverkets Näringslivsregister

Via Näringslivsregistret, som du hittar på Bolagsverkets webbplats, kan du få fram företags organisationsnummer kostnadsfritt. Det går också att som registrerad kund hos Bolagsverket ladda hem årsredovisningar, kontrollera vem eller vilka som tecknar firman m m.

## Kostnadsfri företagsinformation

På allabolag.se kan du enkelt och kostnadsfritt ta del av företagsinformation om alla Sveriges företag. De har sammanställt offentligt tillgänglig och uppdaterad information så att du enkelt och överskådligt kan ta del av företags verksamhetsbeskrivningar, bokslut och nyckeltal helt gratis. Exakta bokslutssiffror och nyckeltal visas enbart för aktiebolag. För andra bolagsformer visas endast omsättning och antal anställda inom ett intervall beräknat av SCB.

bakvägen genom att be om hjälp av ett företag som är medlem i branschorganisationen.

## Hur hitta branschorganisation?

Det är för det första inte säkert att det finns en branschorganisation för din produkts eller tjänsts branschområde. Du bör dock börja med att söka i de nätverk som samlar ett stort antal branschföreningar, organisationer och företag – exempelvis Näringspunkten, Branschkansliet, Svensk Handel och Svensk Industriförening. Dessa nätverk når du enklast via Almis länksamling i Innovatörsguiden.

## Om du inte hittar

Hittar du ingen lämplig branschorganisation hos något av nätverken ovan, kan Infoos länksamling eller Eniros Gula Sidorna vara ett alternativ. På Gula Sidorna söker du med rubriken ”Branschförbund – Näringslivsorganisationer”, och kommer då att få många träffar. Där har du egentligen störst chans att hitta branschorganisationen om du inte redan har hittat den på någon av de andra platserna som nämnts. Om du fortfarande inte hittar branschorganisationen du söker, är det enda som återstår att kontakta företag i branschen och fråga dem om det finns någon branschorganisation.

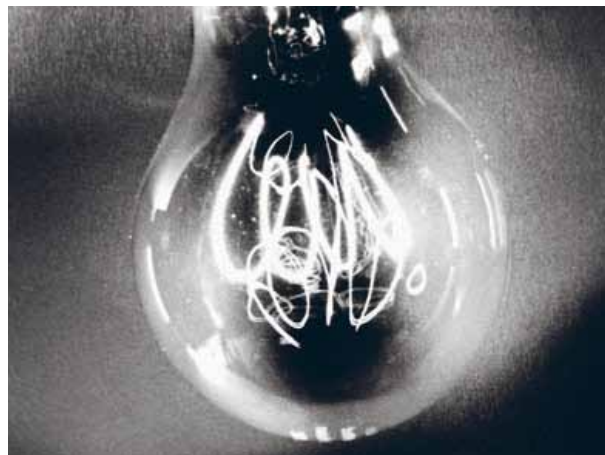


## Branschorganisationer

Majoriteten av alla idéer är i de flesta fall utveckling och förbättringar av redan existerande produkter eller tjänster i en redan etablerad bransch. Om just din idé är en sådan, är det goda chanser att det finns en branschorganisation kopplat till branschen. I så fall kan du i många fall med hjälp av marknadsstatistik från branschorganisationen få en indikation på hur stor marknaden är för din produkt eller tjänst. Du måste dock vara medveten om att dagsläget för en existerande produkt eller tjänst inte alls är tillförlitlig som framtidsindikator.

## Hur få tillgång till information?

I vissa fall kan du kostnadsfritt få fram marknadsstatistik från branschorganisationens webbplats, men vanligtvis måste du kontakta dem personligen och ibland även betala för informationen. Tyvärr händer det att branschorganisationer nekar tillgång till information som bara är avsedda för deras medlemmar. I sådana fall kan en lösning vara att gå



# Praktikfall: PluggBox® Pop-up

I vårt praktikfall berättar vi om hur man med hjälp av bland annat statistik från SCB kan göra en tidig och preliminär marknadsbedömning av en produktidé. PluggBox® Pop-up är ett minidrivhus som man sår fröer i, som sedan får växa upp till små plantor innan man planterar ut dem i trädgården.

## Begäran om omprövning

Uppfinnaren och innovatören till PluggBox® Pop-up var Albert Eriksson (1927–2009) från Kungälv. År 1999 kontaktade han den dåvarande innovationsrådgivaren hos Almi Företagspartner Väst AB i Göteborg med anledning av att han behövde hjälp med begäran om omprövning av ett negativt beslut om finansiering. Albert hade sökt villkorslån hos Stiftelsen Innovationscentrum (SIC) för att kunna utveckla sin produkt och finansiera en internationell patentansökan, men fått avslag.

## Marknadsbedömning resulterade i finansiering

Rådgivaren bad att få titta på låneansökan och upptäckte att det i ansökan till SIC i princip inte fanns någonting alls skrivet om marknaden, vilket gjorde det i det närmaste omöjligt för SIC att bedöma marknadspotentialen för PluggBox®. På grund av detta avtog SIC ansökan om villkorslån. Rådgivaren hjälpte därför till att, med enkla medel, snabbt göra en mycket grov uppskattning av marknadspotentialen för produkten. Redan dagen efter fick uppfinnaren villkorslånet från SIC beviljat. SIC finns inte längre, utan idag kan man söka ett snarlikt villkorslån från Almi, ett så kallat Innovationslån för utveckling av innovationsprojekt.

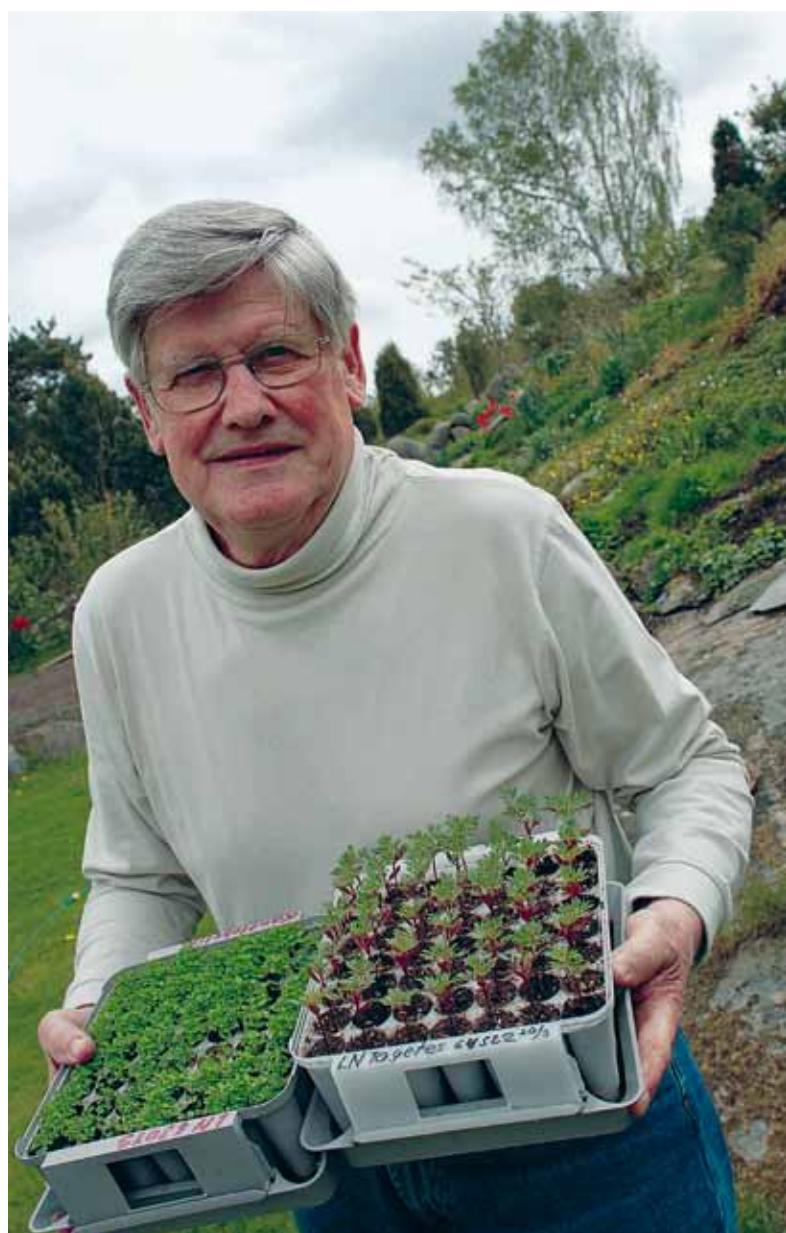
## Tidsbrist vid marknadsbedömningen

Hur gjordes bedömningen av marknaden för PluggBox®? Det bästa hade givetvis varit att göra en marknadsundersökning, för att med utgångspunkt från den kunna göra en mer tillförlitlig uppskattning av marknadens storlek. Dessvärre var det bråttom, eftersom Albert behövde få finansiering beviljad till en internationell patentansökan senast följande dag.

## Målgrupp och marknadssegment

Rådgivaren intervjuade Albert och frågade vilka han ansåg vara tänkbara köpare av produkten. Albert menade att produkten i första hand har aktiva

fritidsodlare som målgrupp, d v s de som på fritiden under varje säsong ägnar sig åt trädgårdsarbete med någon form av nyplantering. Tillsammans kom de fram till att produkten i huvudsak har tre marknadssegment: småhusägare, fritidshusägare och kolonilottsägare.



*Innovatören Albert Eriksson (1927–2009) visar stolt upp sin innovation PluggBox®*

Foto: Per-Anders Bengtsson



## Grov uppskattning

Eftersom det inte fanns tid till att göra en marknadsundersökning bland småhusägare och fritids-  
husägare, fick de istället försöka göra en mycket  
grov uppskattning av hur stor andel av dessa som  
är aktiva fritidsodlare. Gemensamt kom de fram  
till att uppskattningsvis ca 25% av småhusägarna  
och 50% av fritidshusägarna är aktiva fritidsodlare.  
Och för dem som inte har egen trädgård och vill  
syssla med trädgårdsodling på fritiden, är en kolo-  
nilott eller odlingslott nästan enda alternativet.

## Faktiska siffror i bedömningen

Den ursprungliga preliminära marknadsbedöm-  
ningen gjordes år 1999. För att marknadsbedöm-  
ningen ska vara mer aktuell i detta praktikfall, an-  
vänds faktiska siffror som var tillgängliga år 2008.  
Enligt SCB var antalet lägenheter i småhus i Sve-  
rige år 2007 ca 2 030 000 st och antalet fritidshus  
ca 680 000 st (år 2006). Koloniträdgårdsförbundet i  
Sverige hade ca 25 000 medlemmar år 2008 – man  
kan anta att ca 100% är aktiva fritidsodlare. Med  
dessa faktiska siffror kan man göra en mycket grov  
första marknadsbedömning, där man kommer fram  
till att det i Sverige finns totalt ca 870 000 tänkbara  
köpare av PluggBox®.

## Grov uppskattning av marknadsandel

Av det totala antalet tänkbara köpare, är det givet-  
vis helt orimligt att anta att alla köper produkten.  
Det bästa och mest korrekta hade givetvis varit att  
göra en marknadsundersökning för att ta reda på  
hur stor andel av målgruppen som använder mini-  
drivhus för att så fröer i. I det här praktikfallet  
hade de ingen marknadsundersökning att basera  
sin marknadsbedömning på. Istället fick de i första  
hand göra en mycket grov uppskattning av vilken  
andel man borde kunna ta av den totala markna-  
den.

## Mer realistiskt antagande

En stor andel fritidsodlare planterar inköpta färdiga  
plantor, medan många sår fröer direkt i marken.  
Då har man mindre eller inget intresse av att köpa  
PluggBox®. Därför är det i det här praktikfallet  
kanske mer realistiskt att anta att man kan nå ex-  
empelvis ca 10% av den potentiella målgruppen,  
vilket skulle ge ca 87 000 tänkbara köpare.

## Hur väljer en kund en viss produkt eller tjänst?

Det är olika faktorer som avgör om en kund köper  
eller inte. Det kan vara faktorer såsom funktion,  
kvalitet, pris, design, service, status m m. I fallet  
med produkten PluggBox® är det förmodligen funk-  
tion och kvalitet som avgör att man köper den istäl-  
let för någon konkurrerande produkt. PluggBox® är  
genomtänkt med många smarta funktioner och den  
håller hög kvalitet som gör att den kan användas  
många säsonger.

## Den totala marknadspotentialen

En genomsnittskund borde enligt Albert Eriksson,  
som hade gjort egna undersökningar om detta, som  
regel ha ett behov av 2–4 st minidrivhus att så fröer  
i. Då blir genomsnittet 3 st enheter per kund. På så  
sätt blir den totala marknadspotentialen för Plugg-  
Box® ca 260 000 enheter enbart i Sverige.

## Starta på hemmamarknaden

Givetvis begränsas inte det geografiska marknads-  
området för en produkt endast till Sverige. I och  
med globaliseringen, vårt medlemskap i EU och på  
grund av att många produkter blivit alltmer specia-  
liserade, har det blivit extra viktigt att även etablera  
en produkt på mer än bara den svenska markna-  
den. De flesta produkter kräver dock att man först  
startar på hemmamarknaden för att kunna bevisa  
att produkten och konceptet fungerar hela vägen,  
innan man bör och kan satsa på internationalse-  
ring.



Ett misslyckat internationaliseringsförsök för företag med begränsade resurser kan få både kostsamma och ödesdigra konsekvenser. En lyckad lansering på den utländska marknaden kan däremot medföra en tillväxt för företaget. Börja alltså med att göra en marknadsbedömning på den svenska marknaden.

## Marknadens värde utifrån val av affärsmodell

I marknadsbedömningen av PluggBox<sup>®</sup> har man alltså kommit fram till att den totala marknadspotentialen är ca 260 000 enheter i Sverige. Vilket värde har då den svenska marknaden? Det beror på vilken affärsmodell man använder och i vilket affärsled vi analyserar detta.

## Underleverantör och grossist som affärsmodell

Albert Eriksson tänkte själv ordna med tillverkningen genom att anlita en underleverantör som skulle formspruta plastprodukten och en annan som skulle tillverka förpackningen. Att få någon volym och lönsamhet i att som uppfinnare själv marknadsföra och sälja endast en produkt direkt till detaljist eller slutkund, är mycket svårt – om inte i det närmaste omöjligt. Det finns nästan ingen konsumentprodukt som klarar av att man hoppar över grossistledet. Därför planerade Albert redan från början att samarbeta med en grossist, som marknadsför och säljer PluggBox<sup>®</sup> till detaljhandeln, som i sin tur slutligen säljer till slutkonsument.

## Marknadsbedömning utifrån företagsperspektiv

I praktikkallet med PluggBox<sup>®</sup> gällde det för Albert att försöka uppskatta vad marknaden är värd, för att han skulle få en uppfattning om produkten hade en tillräcklig marknadspotential för att motivera och förränta dess utvecklingskostnader. De investeringar han behövde veta om han kunde få tillbaka var i första hand de allra största kostnaderna, såsom

framtagning av formsprutningsverktyg och patentkostnader. Därför gjordes en marknadsbedömning utifrån hans företags perspektiv enligt tabellen nedan.

Albert visste med utgångspunkt från tillverkningskostnaden och egna påslag att hans företags fabrikspris till grossist skulle hamna på ca 30–40 kr exkl moms per enhet. I tabellen nedan har man således gjort olika bedömningar av marknadens värde beroende på marknadsandelar och fabrikspris.

Marknadsandel	Fabrikspris 30 kr	Fabrikspris 35 kr	Fabrikspris 40 kr
1 %	78 000 kr	91 000 kr	104 000 kr
5 %	390 000 kr	455 000 kr	520 000 kr
10 %	780 000 kr	910 000 kr	1 040 000 kr
25 %	1 950 000 kr	2 275 000 kr	2 600 000 kr

## Hur gick det i verkligheten?

Du kanske undrar hur försäljningen av PluggBox<sup>®</sup> har gått sedan marknadsintroduktionen år 2005. När detta skrivs, år 2010, har det hit-tills sålts totalt ca 180 000 st enheter. Försäljningen har i huvudsak skett i Sverige, men till viss del även på den övriga nordiska marknaden och i ytterligare några länder. Priset till slutkonsument hamnade i Sverige på ca 150–199 kr/st inkl moms.



# Statliga verk och myndigheter

Statliga verk och myndigheter kan också ha värdefull information, t ex för din skrivbordsundersökning. De flesta myndigheter publicerar exempelvis officiell statistik inom sitt ansvarsområde på sin webbplats. Utvecklar du t ex en säkerhetsprodukt bör du besöka webbplatsen för Brottsförebyggande rådet (Brå), [www.bra.se](http://www.bra.se), som publicerar officiell kriminalstatistik över olika typer av brott.

## Utredningar som värdefull informationskälla

Statliga myndigheter gör egna utredningar och skriver yttranden över utredningar som gjorts av andra organisationer, t ex inför lagändringar när man tänker ta fram ett nytt lagförslag. Dessa utredningar kan vara mycket omfattande och därmed innehålla mycket värdefull information för din skrivbordsundersökning. I vissa fall har myndigheter till och med gjort ”konkurrentanalyser” i sina utredningar som du kan ha mycket stor nytta av.

## Gör laganalys redan i startfasen

I andra fall kan det även vara nödvändigt att kontakta myndigheter för att kontrollera vilka lagar och föreskrifter du måste ta hänsyn till för din produkt eller tjänst. Det är viktigt att redan i startfasen vid alla innovationsprojekt göra en ”laganalys”. Det kan finnas lagar som gäller tillverkning, marknadsföring, försäljning, användning, miljöpåverkan, etc. Om du exempelvis tänker utveckla en ny typ av cykelbelysning är det klokt att kontakta både Trafikverket och Transportstyrelsen, som har hand om föreskrifter kring trafiksäkerhet.

## Lagar du måste känna till

Det finns flera lagar som är till för att skydda konsumenten och som i huvudsak är tvingande. Tvingande lagstiftning betyder att bestämmelserna inte kan avtalas bort av parterna. Det finns också många andra lagar som du som företagare kanske måste ta hänsyn till som näringsidkare.

Nedan följer några exempel på lagar som du måste känna till:

- Avtalsvillkorlagen
- Distans- och hemförsäljningslagen
- E-handelslagen
- Konsumentköplagen
- Konsumenttjänstlagen

- Konsumentkreditlagen
- Konkurrenslagen
- Köplagen
- Marknadsföringslagen
- Personuppgiftslagen
- Prisinformationslagen
- Produktansvarslagen
- Produktsäkerhetslagen

Om du vill ha mer och fördjupad information om juridik, rekommenderar vi att du besöker webbplatsen för Almis egen Företagarskola samt [www.lagrummet.se](http://www.lagrummet.se) och Konsumentverket, [www.konsumentverket.se](http://www.konsumentverket.se).

## Krav på CE-märkning

Det är viktigt att i startfasen av ett innovationsprojekt också ta reda på om det finns krav på CE-märkning för den produkt du utvecklar. Man kan förenklat säga att en CE-märkning är ett certifikat som visar att tillverkaren eller importören av produkten har gjort allt som står i dennes makt för att kontrollera att produkten uppfyller grundläggande hälso- och säkerhetskrav. Det kan bli kostsamt att som uppfinnare och/eller företagare missa detta, eftersom man annars riskerar böter och att produkten får försäljningsförbud om den inte uppfyller kraven.

## Vad innebär CE-märket?

CE-märket innebär att produkten får säljas fritt inom hela EES-området (EU, Norge, Island och Liechtenstein). Tidigare var man tvungen att kontrollera för varje land vilka lagar man måste ta hänsyn till för att få exportera produkten till det landet. Idag räcker det alltså att man gör en CE-märkning. Den gäller då i princip som ett ”pass” inom hela EU. Det är det som kallas för frihandel.

## Produktsäkerhet

Produkter och tjänster måste uppfylla de gemensamma EU-reglerna i direktivet Produktsäkerhet (2001/95/EG) och svensk Produktsäkerhetslag (2004:451). Direktivet och lagen innebär att varor och tjänster som erbjuds av näringsidkare ska vara säkra, så att de vid normal eller rimligen förutsägbar användning och livslängd inte för med sig någon risk för människors hälsa och säkerhet eller bara en låg risk.

## Produktansvar

Enligt Produktansvarslagen (SFS 1992:18) ska skadestånd betalas för personskada som en produkt har orsakat på grund av en säkerhetsbrist. En produkt har en säkerhetsbrist om produkten inte är så säker som skäligen kan förväntas. Säkerheten ska bedömas med hänsyn till hur produkten kunnat förutses bli använd och hur den har marknadsförts samt med hänsyn till bruksanvisningar, tidpunkt då produkten satts i omlopp och övriga omständigheter.

Även Produktansvarsdirektivet (85/374/EEG) reglerar skadeståndsansvar för produkter som orsakat skada på person eller egendom.

### Fördjupad information...

...om produktsäkerhet och produktansvar hittar du på Enterprise Europe Networks sajt [enterpriseeurope.se](http://enterpriseeurope.se).



### Fördjupad information om CE-märkning

Det finns fördjupad information om CE-märkning på [cemarkning.se](http://cemarkning.se) och på Enterprise Europe Networks sajt [enterpriseeurope.se](http://enterpriseeurope.se). Där finns också information om vilka produkter som berörs av krav på CE-märkning. Det är vissa typer av produkter som kan vara farliga för användaren – t ex elektriska produkter, byggprodukter, leksaker och maskiner – som har krav på CE-märkning.

## Så kan det gå om man inte gör en laganalys

Som vi redan nämnt, är det alltså mycket viktigt att du redan på ett tidigt stadium tar reda på vilken lagstiftning som kan gälla just din produkt eller tjänst. Nedan beskrivs ett påfallande exempel på vad som kan hända om man glömmer att göra en laganalys.

### Irriterad uppfinnare resulterade i ny cykellampa

En uppfinnare från Västsverige var irriterad på att hans cykelbelysning ofta blev stulen. Han utvecklade därför en ny typ av batteridrivna cykelbelysning som var enkel att ta loss och tog liten plats, vilket medförde att man lätt kunde ta med sig den i fickan efter sin cykeltur. När man sedan kom ut på kvällen och skulle ut och cykla igen, så tog man helt enkelt fram den, satte fast den och tände den.

### Cykellampa med dubbelriktat ljus

Cykelbelysningen sattes fast genom att dess svagt koniska fäste trycktes in i ett utskuret hål i vänster styrhandtag. Cykellampan var försedd med reflexglas och en enda liten lysdiodlampa i centrum av lampan med dubbelriktat ljus, vitt ljus framåt och rött ljus bakåt. Den lilla lysdiodlampans begränsade ljusstyrka medförde att cykelbelysningen lämpade sig bäst i stadsmiljö med gatubelysning.

### Kund blev bötfälld av polis

Redan från försäljningsstarten sålde cykelbelysningen riktigt bra, men tyvärr uppdagades efter ungefär ett halvår att uppfinnaren förbisett att kontrollera vilka lagar och föreskrifter som gäller för cykelbelysning. En kund ringde till tillverkaren och var fly förbannad, eftersom kunden hade blivit stoppad av en polis och blivit bötfälld för att ha cyklat olagligt.

## Vad säger lagen?

Enligt svensk lag ska en cykel vara försedd med en lykta framtill som kan avge vitt eller gult ljus framåt med sådan ljusstyrka att du kan cykla i mörkret på betryggande sätt, eller en lykta fram som visar fast vitt eller gult ljus som tydligt kan ses på ett avstånd av 300 meter. Baktill på cykeln ska det finnas en lykta som kan visa rött ljus bakåt (baklykta) som tydligt kan ses på ett avstånd av 300 meter.



## Allvarliga ekonomiska konsekvenser

Uppfinnaren var tvungen att omedelbart upphöra med att sälja produkten i Sverige. Idag begränsas och försvåras försäljningen kraftigt, eftersom den endast kan säljas i länder där denna lag inte finns. Med andra ord blev det en dyrköpt lärdom för uppfinnaren.

Förhoppningsvis medför detta varnande exempel att du själv undviker att göra liknande misstag. Glöm alltså aldrig att göra en laganalys!

## Varför nyhetsgranskning?

Nyhetsgranskning är något du bör göra så tidigt som möjligt för att kontrollera om idén är ny eller inte. Det är ju ganska onödigt att odsla en massa tid och pengar på att utveckla en produkt eller tjänst som redan finns.

### Teknisk kunskapsbank

Du kan också göra en nyhetsgranskning för att söka teknisk kunskap, exempelvis när du har svårt för att komma på en teknisk lösning på ett problem. Då kan man använda patentdatabaserna som en form av "kunskapsbank" för att ta reda på hur andra har löst problemet. Den tekniska kunskapen från utgångna patent är fri att använda. Detsamma gäller för patent som inte kommer att vidareföras till länder där man vill nyttja kunskapen.

### Följa utvecklingen

En anledning kan också vara att man vill följa utvecklingen inom ett teknikområde. Du kan exempelvis abonnera på en tjänst genom Patent- och registreringsverket, PRV, som gör att du får kopior på alla patent som blir offentliggjorda inom just det specifika teknikområdet som du är intresserad av. På så sätt håller du också koll på vad konkurrenterna håller på med. Det här är mycket vanligt hos större företag som exempelvis Volvo, SAAB och Ericsson. Volvo och SAAB kan t ex på detta sätt få

reda på vad konkurrenter, som exempelvis BMW eller Toyota, håller på att utveckla.

### Undvik patentintrång

För uppfinnare brukar nyhetsgranskningen i första hand handla om att kontrollera om uppfinningen går att patentera, eftersom det bland annat krävs att det är en nyhet. Men även om du inte har tänkt söka patent, måste du ändå göra en nyhetsgranskning för att säkerställa att du inte gör intrång i någon annans patent. Vid patentintrång riskerar man att bli stämd, betala skadestånd och bli tvingad att upphöra med all tillverkning. All tid och alla pengar du lagt på att utveckla din uppfinning kan då vara helt bortkastade.





# Gör en preliminär nyhetsgranskning

Hur gör du då en nyhetsgranskning på egen hand? Du kan förslagsvis börja med att söka information på Internet, genom att helt enkelt ”googla” och se om du kan hitta din produktidé eller affärsidé på nätet. Sök först på svenska och använd sedan Googles språkverktyg för att söka på andra språk, som automatiskt översätts till svenska.

## Fråga personer du litar på

Fråga dem du kan lita på, dvs att de inte berättar vidare om idén, för då är det ju ingen nyhet längre. Om en produktidé blir allmänt känd kan man inte få patent på den, eftersom det krävs att det är en nyhet.

## Innovationsrådgivare har tystnadsplikt

Fråga din innovationsrådgivare om han eller hon sett något som liknar din idé. Almis innovationsrådgivare har tystnadsplikt i sin yrkesutövning. Självklart får dock inte någon innovationsrådgivare avslöja om de känner till något liknande projekt som någon annan just nu håller på att utveckla och som ännu inte är patentskyddat. Då kan ju den som får informationen springa före konkurrenten till PRV och lämna in sin patentsökning. Däremot om innovationsrådgivaren känner till att det är någonting som funnits sedan tidigare, som redan är patentsökt och offentligt, kan och bör innovationsrådgivaren naturligtvis informera dig om det.

## Fråga hos uppfinnareföreningen

Man kan också i detta sammanhang vända sig till den lokala uppfinnareföreningen och fråga deras medlemmar. Kontrollera först att föreningens medlemmar skrivit på sekretessavtal. De flesta uppfinnareföreningar har ett eget sekretessavtal som de använder på föreningsmöten. Helst har du med dig ett helt eget sekretessavtal, med en bilaga som beskriver allt du tänker avslöja, som du låter alla på föreningsmötet skriva under innan du presenterar din produktidé. Tänk dock på att begränsa antalet tillfrågade personer, även om du använder sekretessavtal. Genom att presentera produktiden på något av den lokala uppfinnareföreningens möten, kan du också få andra värdefulla tips och råd av föreningens medlemmar kring utvecklingen av produkten.

## Internetbutiker och kataloger

Du bör alltid komplettera din nyhetsgranskning med att också leta i Internetbutiker och produktkataloger. Svenska postorderföretag som kan nämnas i detta sammanhang är exempelvis: Clas Ohlson, JULA, Biltema, Smarta saker, Kjell & Co m fl. Även om de flesta har hela sitt sortiment tillgängligt via sina Internetbutiker, kan och bör du även beställa hem deras produktkataloger. Risken är stor att du missar existerande produkter genom att enbart söka i Internetbutikerna, om du använder fel sökord.

## Bibliotek som informationskälla

Sedan ska du inte glömma att biblioteken är en nödvändig informationskälla att komplettera med för din nyhetsgranskning. I detta sammanhang handlar det mer om facktidskrifter än böcker, eftersom det är i facktidskrifter som produktnyheter presenteras. Gå i första hand till de större biblioteken, universitets- och högskolebibliotek, där man har ett större utbud av facktidskrifter.

När du ändå är där ska du också passa på att söka i deras artikeldatabaser, där du med nyckelord kan söka fram artiklar som berör just det område som du är intresserad av. Har du tur så finns facktidskrifterna på det bibliotek du just besöker. Gör de inte det så samarbetar biblioteken, vilket medför att man kan beställa kopior på artiklar, som de hjälper till att ordna fram mot en relativt låg kostnad.

## Besök fackbutiker

Om du utvecklar en konsumentprodukt, är det ett värdefullt och nödvändigt komplement till den traditionella nyhetsgranskningen att även besöka fackbutiker och spela kund. Fundera på vilka typer av butiker det är du bör gå till för att kontrollera att din produktidé inte redan finns. Spela kund och



FOTO: Robert Nilsson

fråga efter en produkt som löser det behov/problem som ligger till grund för din egen idé. Tala alltså inte om att du har upfunnit något, utan spela bara kund. Är personalen i fackbutiken serviceinriktad hjälper de dig att leta bland hyllorna och i sina produktkataloger för att hitta just den produkt du söker.

Förutom det vi hittills nämnt, så ska du alltid till att börja med leta i kostnadsfria patentdatabaser via Internet.

## Besök fackmässor

Du bör också besöka fackmässor. Inte så sällan är det just på fackmässor som produktnyheter offentliggörs för första gången. Se inte företagen som ställer ut på mässorna enbart som konkurrenter. Det kan också vara så att något av företagen kan bli din framtida samarbetspartner. Kanske något av företagen är licenstagare till din uppfinning så småningom, om du väljer licensiering som affärsmodell för att exploatera din produkt eller tjänst.



FOTO: Robert Nilisen

*Universitets- och högskolebibliotekens artikeldatabaser är en bra informationskälla för din nyhetsgranskning.*

# Kostnadsfria patentdatabaser

Patentsystemet har kommit till av två fundamentala orsaker, dels möjligheten att få ensamrätt att utnyttja sin uppfinning kommersiellt, dels att sprida den teknologiska kunskapen i världen. Ordet ”patent” kommer från latinets ”litterae patentes”, som översatt till svenska betyder ungefär ”öppet brev”, dvs ett offentligt dokument. Det är egentligen först under det senaste decenniet som patent har blivit offentliga i ordets rätta bemärkelse, i och med att fler och fler patent gjorts mer lättillgängliga för allmänheten via kostnadsfria patentdatabaser på Internet.

## esp@cenet®

Patentdatabasen esp@cenet är ett samarbete mellan nationella myndigheter och den europeiska patentorganisationen, EPO. Den innehåller mer än 60 miljoner patent och offentliga patentansökningar från hela världen. En stor andel av dokumenten är tillgängliga som fulltextversion, dvs nedladdningsbara dokument i pdf-format med all text och alla ritningar, vilket är helt nödvändigt för att kunna genomföra en relevant bedömning. Det finns också dokument som enbart innehåller bibliografiska data, men då kan man ibland hitta något annat dokument i patentfamiljen som redovisar innehållet.

Genom att, i avancerad sökning, välja patentdatabasen ”Worldwide”, kan man söka med upp till fyra nyckelord på engelska i sammandrag (Abstract) och bibliografiska data i all dokumentation som omfattas av esp@cenet. För att få reda på exakt omfattning för respektive land hänvisas till ”Hjälp”-länken överst på esp@cenets startsida. Det finns även en översättningstjänst som på maskinell väg kan översätta från bl a franska och tyska till engelska och tvärt om.

## Världsomspännande databas

Om man vill ha en ”världsomspännande” översikt är det lämpligt att använda sig av esp@cenet. De flesta medlemsländer som tillhör EPO (European Patent Organisation) har egna nationella databaser av olika avancerade grader, där man kan söka bland nationella patent och ansökningar. (Även i esp@cenet kan man välja att söka i ett specifikt lands server, men då redovisas bara dokument från de senaste två åren från det landet). Vid sökning bland svenska patent och patentansökningar rekommenderar vi i första hand en sökning i Svensk Patentdatabas.

## Amerikanska patentdatabasen

Alla amerikanska patent från år 1790 fram till nutid finns tillgängliga via amerikanska patentverkets databas USPTO. Det rör sig om omkring åtta miljoner patent. Förutom alla amerikanska patent finns också i samma databas alla amerikanska designskydd/mönsterskydd från år 1842 fram till nutid.

## Amerikanska patent på Google

Tyvärr kan den amerikanska patentdatabasen upplevas som lite svår att använda för den oerfarne användaren. Google har därför gjort en hemsida med gränssnitt och sökfunktioner som är något lättare att använda. Patentdatabasen Google patents innehåller samma patent som den amerikanska patentdatabasen USPTO.

## Japanska patentdatabasen

PAJ är en förkortning av Patent Abstracts of Japan, som egentligen är japanska patent med engelska sammandrag. Det är också möjligt att översätta hela japanska patentlydokument i realtid med hjälp av ett översättningsprogram som automatiskt översätter från japanska till engelska. Det fungerar inte till 100%, men medför ändå stora möjligheter att förstå vad patenttexten handlar om. De ord som inte blir översatta markeras med stjärnor.

## Kanadensiska patent

Den kanadensiska patentdatabasen Canadian Patents Database innehåller alla kanadensiska patent ända från 1920 fram till nutid. Databasen har en mycket bra sökmotor som ger möjlighet att precisera sökningar i ett flertal sökfält. Patent mellan år 1920 och 1978 är däremot endast sökbara med hjälp av nyckelord i titeln, patentnummer eller patentklass. Text i patenten kan presenteras på både engelska och franska.

## Svensk Patentdatabas

Hösten 2010 öppnade Patent- och registreringsverket, PRV, sin nya e-tjänst Svensk Patentdatabas, där man kan söka i fulltext i alla svenska patent, offentliggjorda patentansökningar och europeiska patent (EP-patent) som validerats i Sverige. Databasen innehåller samtliga svenska patentlydokument i PRV:s arkiv, från och med år 1885 fram till nutid.

## Svenska och finska patent

Nordiska Patent är ett projekt som inleddes 2003 som ett privat initiativ av Uppdragshusets patentingenjörer, som ansåg att det svenska patentmaterialet borde vara allmänt tillgängligt. Nordiska Patent är idag komplett och omfattar alla svenska patent sökbara i fulltext. Databasen innehåller även merparten av det finska materialet som har svenska sammandrag, samt norska och danska.

## Länksamling och snabbkurs

Länkar till databaserna som nämnts ovan hittar du på Almis webbplats [almi.se/innovation](http://almi.se/innovation). På webbplatsen och på sidorna 26–29 i detta kompendium finns också en snabbkurs med utförliga "steg-för-steg-instruktioner" i hur man gör nyhetsgranskning i patentdatabasen [esp@cenet](mailto:esp@cenet).

Uppfinnarskolan [ideum@ideum.com](http://ideum.com), [ideum.nu](http://ideum.nu), har även en utförlig länksamling och en snabbkurs om bland annat patentdatabasen USPTO på sin hemsida.

## Patentklassificering

De flesta som någon gång provat på att göra en egen nyhetsgranskning i patentdatabaser har endast använt sig av nyckelord vid sökningen. Det ger ofta alldeles för många eller felaktiga träffar, vilket i sin tur gör att många ger upp för tidigt. Ett sätt att begränsa antalet träffar och precisera sökningen är att använda sig av patentklasser. Man kan välja att vid sökningen antingen enbart använda sig av patentklass, eller patentklass i kombination med nyckelord. Det sistnämnda alternativet begränsar antalet träffar ytterligare.

### Indelning i olika teknikområden

Förenklat kan man säga att patentklassificeringssystem delar in patenten i olika teknikområden, vilket är absolut nödvändigt för att det överhuvudtaget ska vara möjligt att använda sig av patentsystemet i granskningssyfte. Rent bildligt kan man säga att patentklassificeringssystem fungerar ungefär som när man enligt ett bestämt arkiveringssystem arkiverar dokument i stora arkiv. För att underlätta så att alla i framtiden ska kunna hitta ett specifikt dokument som är arkiverat, måste man ha ett gemensamt arkivsystem som gör att vem som helst förstår i vilket arkivskåp man skall leta, sedan i vilken arkivlåda och slutligen i vilken arkivmapp.

### Sökregister som genväg till patentklassificering

Patentklassificering är svårt, vilket medför att det normalt krävs god utbildning och lång erfarenhet för att klara av det. Men det finns några använd-

bara genvägar till patentklassificering som kan ge en god vägledning. Bland annat finns sökregister på nätet, där man med hjälp av sökord kan få hänvisning till en eller flera alternativa patentklasser.

### IPC-klassning

Det finns i huvudsak tre olika patentklassificeringssystem. Det ena är IPC (International Patent Classification). I IPC har klassificeringssystemet åtta sektioner – A till H. Varje sektion är sedan indelad i ett antal klasser, som i sin tur är indelade i subklasser och slutligen i undergrupper. IPC Catchword Index är det sökregister man ska använda sig av för att med hjälp av sökord få tips om lämplig IPC-klass.

### ECLA

De medlemsländer som tillhör den europeiska patentorganisationen, EPO, har valt att göra ett gemensamt klassificeringssystem som heter ECLA. Det är ett system som baserar sig på det internationella klassificeringssystemet IPC, men är ytterligare finindelad. I ECLA har man nämligen lagt till en bokstav bakom IPC-klassen, som därigenom delar upp IPC-klassificeringen ytterligare ett steg.

### Koppling till patentdatabasen [esp@cenet](mailto:esp@cenet)

Det finns ett bra sätt att klassificera i ECLA genom att använda patentdatabasen [esp@cenet](mailto:esp@cenet)s sökning med hjälp av ECLA-klasser. Genom ECLA-klassificering kan man också få fram IPC-klassen genom att bara ta bort den sista bokstaven i ECLA-klassen.



Foto: iStockphoto

### *Patentklassificering för tankarna till arkiveringssystem.*

## Amerikanskt klasssystem

USA har ett helt eget klassificeringssystem som kallas USPC (United States Patent Classification). Det skiljer sig helt och hållet från IPC. Som tur är finns en överenskommelse med WIPO (World Intellectual Property Organization), den internationella patentorganisationen, som gör att USA även måste uppge IPC-klassen i sina patentdokument. På så sätt är det möjligt att söka i den amerikanska patentdatabasen även med hjälp av IPC-klass, men det amerikanska klassningssystemet är säkrare att använda. Databasen USPC Index gör det möjligt att via Internet och med hjälp av nyckelord få förslag på lämpliga patentklasser.

## Patentklass från liknande patent

Ett annat sätt att hitta rätt patentklass är att helt enkelt söka patent i patentdatabaserna med hjälp av nyckelord. Så fort du hittar ett patent som påminner om din idé, så skriver du upp vilken klass eller vilka klasser det patentet har klassificerats i. Sedan söker du vidare och hittar ytterligare patent. Skriv även upp dessa patents patentklasser. Efter ett tag visar det sig vilka patentklasser som återkommer. Det är dessa patentklasser du i första hand bör använda dig av i din nyhetsgranskning.

## Utgå från konkurrenters patent eller rådfråga PRV

Det finns ytterligare två sätt. Det ena är att leta fram någon konkurrents patent, som du känner till, och kontrollera vilken eller vilka patentklasser det patentet har klassificerats i. Det andra sättet är att du helt enkelt ringer till PRV och ber om hjälp.

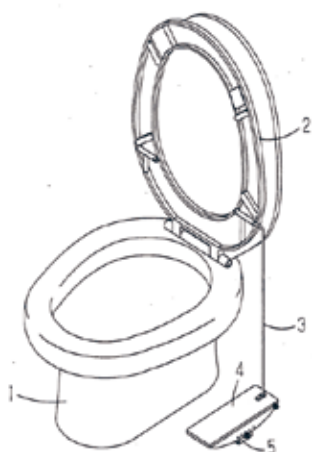
### Genvägar till klassificering via Internet

Det finns alltså tre genvägar till patentklassificering via Internet: IPC Catchword Index, ECLA och USPC Index. Länkarna till klassificeringen finns på Almis webbplats [almi.se/innovation](http://almi.se/innovation).

# Nyhetsgranskning med esp@cenet

En restaurangägare upptäcker ett behov av en anordning som gör att kunderna som använder restaurangens kundtoalett av hygieniska skäl ska kunna lyfta på toalettlocket och/eller toalettsiten utan att behöva vidröra det med händerna. Hans idé är en anordning som ska monteras på befintliga toalettstolar, där man genom att trycka med ena foten på en pedal kan lyfta upp och fälla ned toalettlocket/-sitsen.

Genom sin innovationsrådgivare får restaurangägaren rådet att försöka göra en egen preliminär nyhetsgranskning via patentdatabasen esp@cenet som finns på nätet. Nedan följer instruktioner steg för steg hur man kan göra sin egen nyhetsgranskning med hjälp av esp@cenet.



**1** Börja med att försöka beskriva din produktidé med nyckelord. Ta först fram nyckelord som beskriver vad det är för typ av produkt. Om det är en förbättring av en redan existerande produkt – använd nyckelord som beskriver till vilken slags produkt anordningen/förbättringen ska användas. Därefter försöker du med ett eller flera nyckelord och fraser beskriva vad som är unikt med din produktidé. Ta även fram synonymer till nyckelorden.

*I exemplet ovan använder vi följande nyckelord och fraser; toalett, toa, WC, vattenklosett, toalettsits, toalettlock, "lyfta upp", pedal.*

**2** Ta gärna hjälp av svenskt-engelskt ordlexikon och/eller svensk-engelsk teknisk ordbok när du sedan översätter nyckelorden till engelska.

*I vårt exempel får vi fram följande engelska nyckel-ord/fraser; toilet, bathroom, WC, "water closet", "toilet seat", "toilet lid", lift, raise, pedal.*

**3** Försök att klassificera anordningen/uppfinningen enligt det europeiska ECLA-systemet. Vi rekommenderar att du i första hand använder esp@cenets sökreger "Sökning med hjälp av klasser", som du hittar på PRVs webbplats för esp@cenet; <http://se.espacenet.com/>. Ta därefter fram webbsidan "Sök i ECLA" genom att klicka på "Sökning med hjälp av klasser" i vänstra menyn på esp@cenets startsida.

Patentdatabasen esp@cenet innehåller mer än 60 miljoner patent och offentliga patentansökningar från hela världen.

PRVs webbplats för esp@cenet <http://se.espacenet.com/>

**4** I sökrutan "Hitta klass för nyckelord" fyller du sedan i ett eller flera av de nyckelord och/eller fraser du tagit fram. Klicka därefter på "Sök". Du får då fram ett eller flera förslag på huvudgrupper till patentklasser. Den eller de huvudgrupper som söksystemet statistiskt räknat ut är mest relevant(a) får flest markeringar och hamnar överst på träfflistan.



I exemplet enligt ovan provar vi exempelvis med frasen "toilet seat" och nyckelordet lift. För att få med eventuella böjningar av ordet lift, lägger vi till en så kallad högertrunkering – en asterisk (\*) direkt bakom nyckelordet. I vårt exempel skriver vi lift\* – på detta sätt får vi även med tex lifting, lifter, lifted etc. i sökningen av klass.

**5** I din första sökning bör du välja den huvudgrupp som hamnat överst på träfflistan. (Om det sedan visar sig att det var fel huvudgrupp prövar du nästa i träfflistan osv.) Du måste dock få mer information om vilka patentklasser som ingår i huvudgruppen, för att veta om du fått fram lämplig huvudgrupp. Klicka därför med muspekaren på huvudgruppens beskrivande titel (står i fetstil) eller direkt på dess beteckning (blå hyperlänk). OBS! Klicka alltså EJ i kryssrutan bakom beteckningen! Om du följt anvisningen rätt öppnas en ny webbsida med en förteckning med beskrivningar över alla patentklasser som ingår i huvudgruppen.



I vårt exempel bör huvudgrupp A47K13 "Seats or covers for all kinds of closets" hamna överst på träfflistan. Genom att klicka på hypertexten "Seats or covers for all kinds of closets" eller direkt på dess hyperlänk A47K13, öppnas en webbsida med alla patentklasser i huvudgruppen.

**6** Välj den patentklass som du efter att ha läst igenom alla förklaringar anser vara mest relevant, genom att klicka med muspekaren i den tomma kryssrutan bakom beteckningen för den patentklass du tycker stämmer in bäst på din produktidé. När du klickar i kryssrutan blir det en bock i den och den valda patentklassens beteckning syns i rutan "Kopiera till sökformuläret:".



I vårt exempel stämmer beskrivningen för patentklass A47K1310 "Devices for raising and lowering" bäst in på produktidén. Klicka därför i kryssrutan bakom patentklassen A47K1310.

**8** Innan sökningen i esp@cenet kan du begränsa den genom att välja andra databaser än "Worldwide", t ex EP, WIPO (PCT-ansökningar) eller nationella databaser. Vi rekommenderar dig att vid de första sökningarna använda databasen "Worldwide". För att genomföra en sökning i den databas och den ECLA-klass du valt, klickar du på knappen "SÖK" under sökformuläret. (OBS! Glöm ej att längre fram i din nyhetsgranskning även söka med IPC-klass!) En träfflista med alla de dokument som finns i databasen som ingår i den patentklass du valt presenteras.

I vårt exempel väljer vi databasen "Worldwide" och får då fram en träfflista med närmare 1 000 patentsdokument, vilket är alldeles för många att ens ge sig på att börja granska.

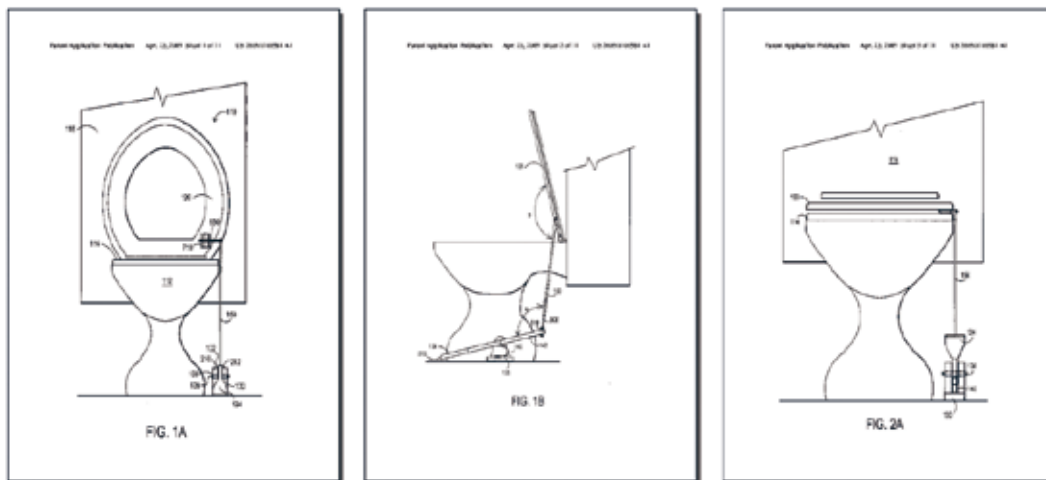
**7** Klicka på knappen "Kopiera", vilket medför att webbsidan med esp@cenets sökmotor "Avancerad sökning" öppnas. Den patentklass du valt har nu kopierats in i sökformulärets ruta "European Classification (ECLA)".

I exemplet enligt ovan ska nu patentklass A47K1310 stå i fältet "European Classification (ECLA)".

**9** Om det blir för många träffar kan man begränsa antalet och precisera sökningen genom att lägga in engelska nyckelord i första hand i rutan "Nyckelord i titel eller sammandrag". Det går också att avgränsa sökningen geografiskt till endast ett land i databasen "Worldwide" genom att skriva in landskoden i fältet "Publiceringsnummer" och/eller "Ansökningsnummer".

Eftersom vi fick alldeles för många träffar i vårt exempel, väljer vi att begränsa och precisera sökningen genom att skriva in nyckelordet pedal i sökformulärets ruta "Nyckelord i titel eller sammandrag". Vi väljer även att avgränsa sökningen till endast amerikanska patentsdokument, genom att skriva in landskoden US i fältet "Publiceringsnummer" och/eller "Ansökningsnummer".





Drawing pages of US2009100581 A1

**10** När du fått fram en träfflista med rimligt antal patentdokument att granska, återstår att ta fram och granska varje dokument. När du klickar på ett patentdokuments titel öppnas en webbsida med dess bibliografiska data. Ofta finns på webbsidan ett sammandrag på engelska samt en ritning på uppfinningen. Genom att klicka på fliken "Mosaik" får du en snabb överblick av dokumentets alla ritningar som miniatyrer, vilket underlättar

granskningen. Med fliken "Originaldokument" kan du ladda ner sida för sida eller spara hela dokumentet som en pdf-fil.

*I vårt exempel får vi fram många patentdokument som bygger på samma idé som restaurangägaren har, dvs en anordning med pedal för att kunna lyfta på toalettlocket och/eller toalettsitsen utan att behöva vidröra det med händerna. Det var alltså ingen unik uppfinning!*

## 2. Sök med termer

Ange nyckelord

Nyckelord i titel:	<input type="text"/>	plastic AND bicycle
Nyckelord i titel eller sammandrag:	<input type="text" value="pedal"/>	hair
Publiceringsnummer:	<input type="text" value="US"/>	WC00075629
Användningsnummer:	<input type="text"/>	DE19971031696
Patentnummer:	<input type="text"/>	WC1995US15925
Publiceringsdag:	<input type="text"/>	yyyymmdd
Sökande:	<input type="text"/>	Institut Pasteur
Uppfinnare:	<input type="text"/>	Smith
Europeisk klassifikation (ECLA):	<input type="text" value="A47K13/10"/>	F03G7/10
Internationell patentklassifikation (IPC):	<input type="text"/>	H03M1/12
<input type="button" value="SÖK"/> <input type="button" value="RENSA"/>		

## läs även...

...information på PRVs webbplats "Manual till esp@cenet" för fler söktips!

**11** Om du inte hittar något patentdokument som du anser är närliggande din uppfinningsidé, kan det bero på att du använt fel patentklass vid sökningen. Gör då om sökproceduren från punkt nr 3 med andra nyckelord.

*Det går givetvis att också söka i esp@cenet utan att använda sig av patentklasser. I första hand skriver du i sådana fall in nyckelord i sökformulärets fält "Nyckelord i titel eller sammandrag".*

# Andra informationskällor för nyhetsgranskningen

Det finns givetvis andra informationskällor när det gäller nyhetsgranskning, framför allt på Internet. I första hand vill vi rekommendera söktjänster för produkter, vissa Internetbutiker, artikelarkiv och även att söka i designregister. En länksamling till de informationskällor vi nämner nedan finns på Almis webbplats Innovatörsguiden.

## Söktjänster för produkter

När det gäller söktjänster för produkter kan Alibaba, [www.alibaba.com](http://www.alibaba.com), varmt rekommenderas. Det är en global söktjänst som har sitt ursprung från Kina och som marknadsför oerhört mycket produkter. Via söktjänsten kan man hitta i princip allt mellan himmel och jord. Amazon är USAs motsvarighet till Kinas Alibaba.

## Andra medier

En nyhetsgranskning blir inte komplett förrän man även har letat bland sådant som är offentliggjort i andra medier. Det är ett värdefullt och helt nödvändigt komplement till den traditionella nyhetsgranskningen i patentskrifter. Även sådant som t ex publicerats i facktidskrifter och tidningar kan ju vara nyhetshinder för ett patent. Allt som uppträffas blir ju heller inte patenterat och går därför inte att hitta i patentdatabaser.

Tyvärr är det få artikelarkiv som är offentliga och helt gratis tillgängliga på nätet. De flesta kräver att man abonnerar på en tjänst för att få tillgång till dem.

## Kostnadsfria artikelarkiv

Ett exempel på en tidning som däremot har ett kostnadsfritt artikelarkiv på nätet, är den tekniska nyhetstidningen "Ny Teknik". Den har en webbplats som är ett komplement till den tryckta tidningen, där alla artiklar i Ny Teknik finns lagrade i ett elektroniskt sökbart artikelarkiv. Många av artiklarna har även försetts med länkar till ytterligare information och källor.

Ett andra exempel är "Uppfinnaren & Konstruktören", en tidskrift som riktar sig till svenska uppfinnare, produktutvecklare och konstruktörer. I tidskriften publiceras artiklar som i huvudsak handlar om uppfinningar och dess uppfinnare. Likaledes har Uppfinnaren & Konstruktören ett artikelarkiv (artikelsök) på Internet som dock kräver att man prenumererar på tidningen för att det ska kunna användas.

## Mediearkivet

Mediearkivet innehåller drygt tio miljoner artiklar från ca 300 svenska tidningar, tidskrifter och fackpress. Samtliga artiklar är sökbara i sin helhet i så kallad fulltextsökning, d v s alla ord är sökbara. Mediearkivet är dock inte kostnadsfritt, men det finns stora möjligheter att exempelvis det universitetsbibliotek som du har närmast till abonnerar på det eller andra artikelarkiv som du kan ha nytta av i din nyhetsgranskning.

## Designregister

Även produkter som enbart är designskyddade kan vara nyhetshinder för ett patent. Därför är det i högsta grad angeläget att du kompletterar din nyhetsgranskning genom att även söka i designregister. Patentverket har på sin webbplats en bra länksamling med designdatabaser för geografisk sökning och ett eget designregister över alla svenska designkydd.

För att veta vilken eller vilka designklasser man ska söka i, måste man först klassificera produkten med hjälp av klasslistor. I vissa fall, t ex PRVs svenska designregister, är klassningen inbyggd i sökmotorn. Om man exempelvis ska söka efter "slaskrapa" och "slaskupptagare" används huvudklass 07 (Hushållsartiklar) och underklass 99 (Diverse). Skriv även "slask" i sökrutan för Produkt.

## Absolut ingen garanti!

Hittar du inget som är nyhetshindrande i samband med den egna nyhetsgranskningen är det endast ett tecken på att du inte lyckats hitta något i den första översiktliga och preliminära nyhetsgranskningen. Det är absolut ingen garanti för att du är ensam om din produktidé! Risken är nämligen mycket stor att någon annan har tänkt ut samma sak. För det första finns inte alla patent tillgängliga gratis via nätet. För det andra är ingen av oss som inte jobbat professionellt med nyhetsgranskningar experter på det här. Vi har inte den kunskap och inte tillgång till den dokumentation som exempelvis PRVs egna granskare har.

## Svart hål

En annan sak man inte får glömma är att ett patent eller en patentansökan normalt inte blir offentlig förrän 18 månader efter ansökans inlämnande. En nyhetsgranskning som man gör idag, till och med om man anlitar PRV att göra den, innebär alltså

att man ändå inte får fram alla patent, eftersom det alltid är ett ”svart hål” 18 månader tillbaka i tiden från idag. Man måste ha det i åtanke; att även om man genomför en professionell nyhetsgranskning och inte hittar något nyhetshinder, så kan man tyvärr aldrig någonsin vara säker på att man är ensam om sin produktidé.

### Professionell nyhetsgranskning

Trots nämnda begränsningar utgör patentdatabaserna en utmärkt möjlighet att på egen hand kunna göra en första preliminär nyhetsgranskning. Du får däremot aldrig glömma att din egen nyhetsgranskning måste åtföljas av en kompletterande professionell sådan för att bli mer tillförlitlig. Då kan det vara lämpligt att du anlitar någon privat patentbyrå, eller att direkt vänder dig till PRV Interpat. Patentbyråer hittar du enklast på Gula Sidorna.

### Förstudiemedel till Tekniköversikt

Kontaktar du en innovationsrådgivare hos Almi Företagspartner i det län där du bor, kan du eventuellt beviljas ”förstudiemedel” (bidrag), till en så kallad ”Tekniköversikt”, som kan utföras av PRV Interpat eller via någon privat patentbyrå.

### OBS!

Tänk på att en ”Tekniköversikt” alltid är en tidsbegränsad granskning som aldrig ger en fullständig helhetsbild. Den får inte förväxlas med en fullständig och genomgripande nyhetsgranskning, som också kan beställas genom PRV Interpat.

### en länksamling...

...till informationskällorna ovan finns på Almis webbplats, [almi.se/innovation](http://almi.se/innovation)

## Undvik idéstöld och nyhetshinder!

Något som de flesta känner till är att man ska tänka på att vara försiktig med att avslöja information om sin uppfinning innan man har skyddat den. Den vanligaste anledningen är att man är rädd att någon ska stjäla uppfinningen. Men det är också angeläget att inte offentliggöra sin uppfinning om man exempelvis tänker söka patent på den.

### Använd sekretessavtal

Du ska alltid tänka på att använda sekretessavtal när du som uppfinnare eller entreprenör presenterar din produktidé eller affärsidé för ett företag eller en privatperson.

### Exempel på sekretessförbindelse

På sidan 40 finns exempel på en sekretessförbindelse – en enklare form av sekretessavtal. Det går också att ladda ner sekretessförbindelsen via Almis hemsida, [almi.se](http://almi.se).

Du kan även kostnadsfritt ladda ner ett exempel på sekretessavtal via Svenska Uppfinnareföreningens hemsida, [www.uppfinnare.se](http://www.uppfinnare.se). Som medlem i SUF har du även möjlighet att ladda ner mer omfattande avtalsexempel kostnadsfritt.

### Alla avtal är unika

Tänk dock på att alla avtal är unika – du måste själv ta ansvar för att anpassa avtalsexempel efter just dina behov. Det finns otaliga exempel på sekretessavtal och enklare former av sekretessförbindelser, med varierande grad av juridisk hållbarhet. Tyvärr saknar merparten av avtalsexemplen en hänvisning till en bilaga som beskriver själva uppfinningen.

### Hänvisa alltid till bilaga

Skulle det exempelvis bli så olyckligt att du måste stämna det företag du varit och beskrivit din upp-

finning för, så måste du kunna bevisa exakt vad det är för information du informerat företaget om. Alltså måste du alltid i sekretessavtalet hänvisa till en bilaga, som med text och skisser, ritningar eller bilder beskriver exakt det du tänker berätta om uppfinningen vid presentationen.

Nederst på alla sidor i bilagan ska det dessutom stå den här formuleringen: "Undertecknad har under sekretess denna dag mottagit motsvarande information som denna", samt företagets namn och organisationsnummer, var ni befann er (vilken ort) och vilket datum informationen lämnades ut. Se exempel på sidan 41.

### **Undvik misstag**

Gör inte misstaget att lämna fram bilagan för underskrift innan du har fått det juridiska sekretessavtalet påskrivet och i din hand. Det naturligaste sättet är att inleda presentationen med påskrift av det juridiska sekretessavtalet. Därefter genomförs presentationen av uppfinningen. Avsluta mötet med att alla sidor i bilagan skrivs under.

### **Juridisk firmatecknare**

Något som är viktigt och som tyvärr många glömmar, eller kanske inte har kunskap om, är att sekretessavtalet och dess bilagor måste skrivas på av företagets juridiska firmatecknare för att det ska vara juridiskt hållbart. Det går alltså inte att träffa exempelvis en marknadschef och låta den personen, som förmodligen inte är juridisk firmatecknare, skriva under för företagets räkning.

### **Svårt att få påskrift**

Många gånger är det mycket svårt att få företag att skriva på sekretessavtal av den enkla anledningen att de är rädda för att själva bli hindrade att fortsätta utveckla egna idéer som de kanske har inom företaget. Framför allt gäller det större företag som Volvo, SAAB, Ericsson o s v. Stora företag brukar som regel kräva att man har lämnat in en patentansökan innan man överhuvudtaget får komma dit och presentera sin uppfinning.

### **Innovationsrådgivare har tystnadsplikt**

Almis innovationsrådgivare har tystnadsplikt i sin yrkesutövning, likväl som en advokat eller läkare har det, därför behöver man inte använda sekretessavtal i samband med kontakt med Almis innovationsrådgivare.



# Patent som skydd för din uppfinning

Ett patent skyddar den tekniska lösningen på din uppfinning. Patent är någonting som du kan ansöka om för att få ensamrätt på din uppfinning. Ett beviljat patent medför att ingen annan får använda uppfinningen yrkesmässigt utan patenthavarens tillstånd. Det finns inga ”världspatent”, utan patent måste sökas i land för land. Exempelvis ger ett svenskt patent yrkesmässig ensamrätt på tillverkning, försäljning, användning, uthyrning och import endast i Sverige.

## Vad krävs för att få patent?

För att få patent på sin uppfinning krävs att den uppfyller vissa kriterier. Det första kravet är att uppfinningen måste innehålla en teknisk effekt, d v s en teknisk lösning på ett problem. Det går alltså inte att få patent på exempelvis ett spel eller en upptäckt. Uppfinningen måste också vara en nyhet, och det är ett absolut nyhetskrav.

## Viktigt att använda sekretessavtal

Det är alltså viktigt att man alltid använder sekretessavtal om man tänker visa sin uppfinning för andra, åtminstone fram till att man har lämnat in patentansökan. Men faktum är att det även efter inlämnandet av patentansökan kan vara en fördel att inledningsvis inte offentliggöra uppfinningen och därför använda sekretessavtal. Detta gäller om man exempelvis måste dra tillbaka patentansökan för att komplettera den med ytterligare information, och sedan lämna in patentansökan igen.

## Uppfinningshöjd

Det krävs också ”uppfinningshöjd” för att erhålla ett patent på sin uppfinning. Med det menas att den tekniska lösningen skiljer sig väsentligt från tidigare känd teknik. Vad som är ”väsentligt” är här en diffus gräns. Det beror helt på hur man bedömer det från fall till fall. Det kan vara väldigt olika mellan patentmyndigheter i olika länder hur man bedömer vad som är tillräcklig uppfinningshöjd, d v s väsentlig skillnad. Vissa länder är kända för att ha extra höga krav på uppfinningshöjd, medan andra länder är kända för att ha lägre krav.

## Prioritetsåret

Från och med den dag man lämnat in sin patentansökan, har man 12 månader på sig, det så kallade ”prioritetsåret”, att lämna in och vidareföra den till andra länder och begära prioritet från den första

ansökans inlämningsdag. Detta innebär att den första inlämnade patentansökan inte är ”nyhetshindrande” för senare inlämnade ansökningar, och inte heller annat offentliggörande av samma teknik, om detta sker inom prioritetsåret.

## Skjut upp besluten

Prioritetsåret kan aldrig förlängas, men med internationell patentansökan (PCT-ansökan), och/eller med europeisk patentansökan (EP-ansökan) kan man skjuta upp besluten om vilka länder man slutligen vill ha patent i. Båda sätten medför möjligheten att förlänga tidsfristen att söka i andra länder med prioritet från den första inlämnade patentansökan. En PCT-ansökan ger maximalt ca 18 månaders förlängning i ca 130 länder. En EP-ansökan ger i genomsnitt ca 3–5 års förlängning i de ca 35 europeiska länder som är anslutna till EPO (European Patent Organisation). I EPO-länderna kan man kombinera PCT med en efterföljande EP-ansökan för att förlänga tidsfristen maximalt.

## Kravet på översättning

Eftersom en EP-ansökan medför att det europeiska patentverket kan bevilja patent i de ca 35 medlemsländerna, räcker det att lämna in en översättning av patentet, och betala avgifter, i de medlemsländer du vill att patentet ska gälla. Kravet på översättning kan dock begränsas i vissa länder genom den så kallade ”Londonöverenskommelsen”.

## Patents giltighetstid

Ett beviljat patent gäller maximalt 20 år från och med ansökningsdagen, men detta gäller under förutsättning att man betalar alla årsavgifter. När man gör en nyhetsgranskning för att se vad som tidigare patenterats, kan man alltså hitta patent där det vid närmare granskning visar sig att de inte är giltiga längre. De tekniska kunskaper som skyddats i sådana utgångna patent är då fria att användas.

## Inte säkert man får ensamrätt

Patent ger dig möjlighet att hindra andra från att använda din patenterade teknik. Det bör dock påpekas att det är mycket ovanligt att man uppfinnar något helt nytt och revolutionerande. Snarare handlar det oftast om små detaljlösningar och förbättringar av redan existerande produkter. Därmed är det alltså inte säkert att man genom beviljat patent får ensamrätt på hela produkten, utan det kan



FOTO: istockphoto

vara så att patentet endast ger ensamrätt på någon viss teknisk detaljlösning på själva produkten. Med andra ord måste du alltid se upp så att du inte gör intrång i andras patent – även om du erhållit patent på din uppfinning.

### Rättsskyddsförsäkring

Som privatperson eller småföretagare, kan det vara mycket svårt att ekonomiskt klara av en rättslig patentprocess, t ex ett patentintrångsmål. Svenska Uppfinnareföreningen, SUF, erbjuder en rättsskyddsförsäkring som täcker ombuds- och rättegångskostnader upp till 2 miljoner kronor och gäller i tvister med motpart inom EU och EES-området.

#### Mer information...

...om rättsskyddsförsäkringen hittar du på SUFs hemsida [upppfinnare.se](http://upppfinnare.se)

## Andra immaterialrättsliga skyddsformer

### Designskydd

Förutom patent finns det ett antal andra immaterialrättsliga skyddsformer. Designskydd, även kallat mönsterskydd, är något som skyddar en produkts utseende eller design. Det skyddar alltså inte den bakomliggande tekniska lösningen. Skyddstiden för designskydd är maximalt 25 år.

### Krav för att få designskydd

För att få designskydd krävs nyhet och särprägel. Men till skillnad mot patent måste du inte lämna in en ansökan om designskydd innan du offentliggör produktens utseende, om du bara har tänkt söka skydd inom EU. Inom EU gäller nämligen en 12

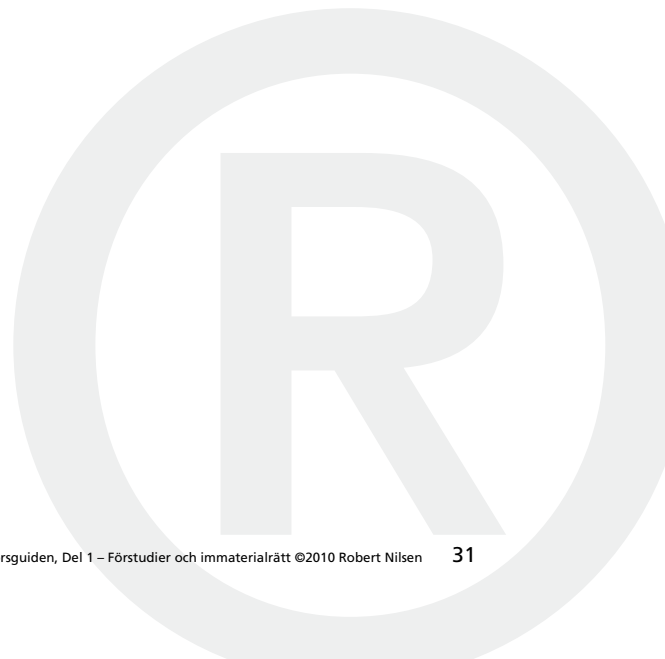
månaders ”nyhetsfrist”. I praktiken innebär detta att du har 12 månader på dig från det att du offentliggjort designen innan du behöver ansöka om registrering.

### Vad krävs för att kunna utnyttja nyhetsfristen?

Om du vill utnyttja nyhetsfristen är det viktigt att kunna bevisa i vilket sammanhang och vid vilken tidpunkt du offentliggjorde designen första gången. Även vissa länder utanför EU tillämpar samma nyhetsfrist, men för att vara på den säkra sidan och veta vad som gäller bör du alltid kontrollera vilken

#### Fakta

Symbolen ® används för att visa att ett varumärke är registrerat och godkänt som varumärke, men saknar i sig rättslig betydelse i Sverige.



lagstiftning som gäller i respektive land. Det är även viktigt att du känner till att du automatiskt får tre års oregistrerat skydd för offentliggjord design inom EU.

Från och med den dag du har lämnat in din ansökan, exempelvis i Sverige, har du sex månader på dig innan du måste lämna in ansökan i andra länder om du tänker vidareföra din ansökan till andra länder.

## Varumärket är ett kännetecken

Någonting annat som kan vara både viktigt och värdefullt att göra, är att söka skydd för sitt varumärke. Ett varumärke är ett kännetecken för en vara eller tjänst. Varumärket kan vara ett ord och/eller en grafisk symbol (figurmärke). Det är ett kännetecken som gör att man kan skilja varan eller tjänsten från andra. Varumärket måste därför ha särskiljningsförmåga och det får ej heller vara förväxlingsbart med redan kända varumärken.

Du kan själv söka efter registrerade varumärken som liknar ditt i olika varumärkesregister och databaser. Länkar till varumärkesregister och databaser finns på Almis webbplats Innovatörsguiden på [www.almi.se](http://www.almi.se).

## Prioritet och skyddstid

Om du vill söka varumärkesskydd i andra länder, har du sex månaders prioritet från den ansökan du lämnat in exempelvis i Sverige. Skyddstiden är obegränsad. När man betalar för ett varumärkesskydd betalar man för en tioårsperiod i taget. Sedan kan man hålla på så i det oändliga. Det finns alltså varumärken som är mycket gamla. Coca-Cola®, som är världens mest kända varumärke, är ett exempel på ett varumärke som är långt över 100 år gammalt.

### Mer information

Vi rekommenderar den som vill fördjupa sina kunskaper om immaterialrättsliga skyddsformer att besöka Patent- och registreringsverkets hemsida, [prv.se](http://prv.se)

## Upphovsrätt

Förutom patent, designskydd och varumärke finns ytterligare en immaterialrättslig skyddsform, nämligen upphovsrätten. Upphovsrätt är däremot någonting man som uppfinnare eller entreprenör ofta inte har lika stor nytta av för att skydda sin idé som de andra immaterialrättsliga skyddsformerna. Upphovsrätten gäller för konstnärliga och litterära alster, d v s konstverk, skulpturer, böcker m m skyddas av upphovsrätt.

## Krav på verkshöjd

För entreprenörer och uppfinnare kan upphovsrätten användas för att skydda exempelvis manualer, ritningar, reklam m m, men även dataprogram. För att upphovsrätten ska gälla krävs verkshöjd, d v s ett visst mått av originalitet. Det ska skilja sig från sådant som tidigare t ex skrivits.

## Automatiskt skydd

Det finns ingen nyhetsfrist och ingen prioritet för upphovsrätt, för det är ingenting som man behöver ansöka om, utan det får man automatiskt. Så fort man skapar någonting, exempelvis ett konstnärligt verk eller en text, gäller alltså upphovsrätten automatiskt.

### Kommentar

Kontrollera även att ditt tilltänkta varumärke inte redan finns som firmanamn och domännamn. Firmanamn kontrollerar du i Näringslivsregistret på [bolagsverket.se](http://bolagsverket.se). Domännamn kan kontrolleras via de flesta webbhotell eller via sajter som registrerar domännamn.

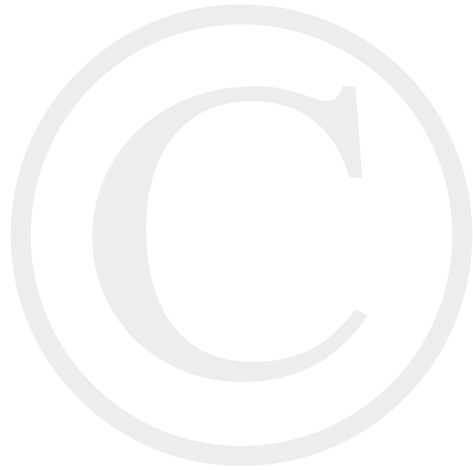


## Copyrighttecknet

Man behöver inte ens skriva copyrighttecknet: ©. I sidfoten på denna sida står det copyright 2010 och Robert Nilsen, d v s årtalet då detta kompendium skapades och författarens namn. Däremot är det en fördel att göra det, eftersom man då talar om att man anser att texten är någonting som är skyddat av upphovsrättslagen.

## Lång skyddstid

Skyddstiden är maximalt 70 år efter upphovsmannens död. Tar vi t ex upphovsrätten till Astrid Lindgrens böcker som ett exempel, så gäller den ända fram till 28 januari 2072.



## Arbetstagares uppfinningar

Om man är anställd i ett företag och har gjort en uppfinning måste man tänka på att det finns en lag, ”Rätten till arbetstagares uppfinningar”, som reglerar vad som gäller både för arbetsgivare och anställd om man som anställd har kommit på en uppfinning. Lagen gäller under förutsättning att uppfinningen faller inom arbetsgivarens verksamhetsområde och att den är patenterbar. Förutom lagen finns också ett kollektivavtal för tjänstemän inom industrin – ett ramavtal som gäller mellan Svenskt Näringsliv och PTK.

Det måste alltså vara någonting som är patenterbart, annars gäller inte lagen. Det räcker däremot att man anser att uppfinningen kan vara patenterbar. Innan man utrett hur det verkligen ligger till, måste det alltså anses att den här lagen gäller och därmed behandla uppfinningen såsom att den är patenterbar.

## Skyldigheter

Enligt både lagen och kollektivavtalet måste den anställda som anser sig gjort en uppfinning inom arbetsgivarens verksamhetsområde omgående informera sin arbetsgivare om detta. Både arbetsgivaren och den anställda som gjort uppfinningen är skyldiga att behandla uppfinningen under sekretess, så att nyhets hinder inte föreligger vid en eventuell framtida patentansökan.

## Rätt till skälig ersättning

Oavsett om uppfinningen faller inom den anställdes tjänst/uppdrag eller inte, har den anställda i de

flesta fall rätt till skälig ersättning om arbetsgivaren helt eller delvis övertar uppfinningen. Man kan alltså inte som arbetsgivare påstå att uppfinningen faller inom den anställdes tjänst, och att den anställda därmed genom sin lön redan fått ersättning för denna. Undantag gäller dock enligt lagens ”reduktionsregel” om man t ex är anställd som produktutvecklare och gjort en så kallad ”stycke ett uppfinning” – en forskningsuppfinning. Men även i ett sådant fall ska den anställda få en skälig ersättning, under förutsättning att det gäller en mycket bra och ej förväntad uppfinning. Rätten till skälig ersättning kan inte avtalas bort, utan är en så kallad tvingande lagstiftning.

### Mer information

På Ingenjörssamfundets hemsida [ingenjorsamfundet.se](http://ingenjorsamfundet.se) finns bra information om arbetstagaruppfinningar. De erbjuder även sina medlemmar gratis juridisk rådgivning kring arbetstagaruppfinningar genom sin jurist Marianne Lettström.

# Exempel på sekretessförbindelse

## SEKRETESSFÖRBINDELSE

Albert Eriksson, personnummer XXXXXX-XXXX, i det följande ”Uppfinnaren”, har gjort en uppfinning avseende ett minidrivhus enligt Bilaga 1, i det följande ”Uppfinningen”, vilken troligen kommer att skyddas genom patentansökning.

Undertecknade företag, Trädgårdsprodukter AB, organisationsnummer 54321-1234, har intresse av att eventuellt utnyttja Uppfinningen och måste för att möjliggöra en utvärdering och diskussion om samarbete ta del av den.

Vi förbinder oss därför att behandla all information och alla handlingar avseende Uppfinningen som överlämnas till oss såsom konfidentiell och kommer ej att vidarebefordra den till andra än medarbetare som måste involveras med hänsyn till utvärderingen. Vi ska därvid speciellt tillse att detta åtagande iakttages även av sådana medarbetare och förbjuda all obefogad användning av informationen. Information utöver detta får endast lämnas efter särskild, uttrycklig tillåtelse av Uppfinnaren.

Vi förbinder oss även att endast använda informationen för utvärdering av Uppfinningen tills en överenskommelse träffas om villkoren för exploatering eller våra kontakter avslutats på annat sätt, och att därvid behandla den information som vi och våra medarbetare erhållit såsom hemlig till dess den på andra vägar blivit allmänt känd.

Information som överbringas omfattas inte av sekretess enligt detta avtal under förutsättning

- att dess innehåll redan vid tidpunkten för avslöjandet enligt detta avtal var eller därefter blivit allmänt känt på annat sätt än genom rättighetshavarens försumlighet,
- att den redan vid nämnda tidpunkt var känd för mottagande parten genom han egen forskning, utvecklingsarbete eller annan verksamhet,
- att mottagande parten rättmätigt förvärvat eller kommer att förvärva den eller del därav från annat håll utan inskränkning i vad avser yppande eller användning.

Stockholm 2010-01-01

Trädgårdsprodukter AB

.....

Karin Andersson, VD  
(juridisk firmatecknare)

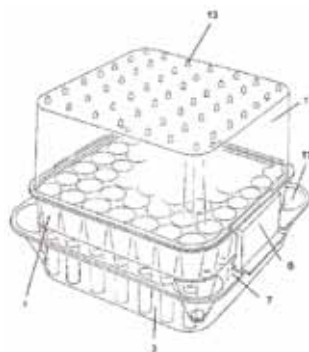
### Kommentar

Tänk på att alla avtal är unika – du måste själv ta ansvar för att anpassa avtalsexempel efter just dina behov. De röda textraderna ovan är bara exempel på vad du allra minst måste ändra. Tänk också på att du bör vända dig till en jurist om du är det minsta osäker på om just din version av avtalet är juridiskt korrekt. Det finns även mer omfattande sekretessavtal som inte så sällan även innehåller en vitesparagraf, som reglerar vilket skadestånd som ska betalas omedelbart vid brott mot sekretessavtalet. När sådana avtal ska tecknas rekommenderar vi att du tar kontakt med en jurist.

# Exempel på bilaga till sekretessförbindelse

## BILAGA 1

### till Sekretessförbindelse



På marknaden finns en uppsjö av olika minidrivhus för att förodla plantor från såfrö. Men i stort sett alla dessa minidrivhus är mer eller mindre bra. Och ett problem delar de alla, nämligen att rötterna tar skada när man ska flytta plantorna.

Uppfinningen som löser problemen är en sålåda (1) med koniska pluggar som gör det lätt att få ur plantorna utan att rötterna behöver ta skada när de är klara. Genom att lite lätt vinkla ut stödbenen (6) en aning och samtidigt trycka sålådan nedåt poppar samtliga plantpluggar ut automatiskt, som sedan lätt kan planteras om.

Uppfinningen som består av tre delar; ett bottenråg (3), en sålåda (1) och ett lock (11), har många fördelar, vilka bland annat är följande:

- När man fyllt sågroparna med jord och placerat sålådan på bottenråget, är det bara att vända på locket med piggar (13) och trycka till. På ett smart och enkelt sätt har man därmed fått 49 perfekt centrerade sågropar.
- Att det skiljer ett par centimeter mellan bottenråget och sålådan innebär att man kan fylla den förra med vatten. Bottenråget är därigenom självvattnande; vattna i trågets påfyllningshorn (17) så sköter kapillärkraften resten. Förutom att rötterna kan suga åt sig vatten underifrån och ett klimat med rätt fuktighet skapas, så kyls rötterna varma dagar när vattnet avdunstar.
- Vad gäller locket kan det dels sluta helt tätt. Men vänder man locket 90° i förhållande till sålådan, så blir konstruktionen ventilerande på två sidor.
- Minidrivhuset är stapelbart och tar därför liten plats.

Undertecknad har under sekretess denna dag mottagit motsvarande information som denna.

Stockholm 2010-01-01

Trädgårdsprodukter AB, organisations nr 543210-1234

---

Karin Andersson, VD  
(juridisk firmatecknare)



*Vår vision är att skapa möjligheter för alla bärkraftiga idéer och företag att utvecklas. Målet är att fler innovativa idéer kommersialiseras framgångsrikt, att fler livskraftiga företag startas och utvecklas samt att fler företag ökar sin konkurrenskraft och tillväxt.*

**Almi Företagspartner Blekinge AB**

Ronnebygatan 46, 371 33 Karlskrona  
Tel 0455-33 51 00 Fax 0455-807 86  
info.blekinge@Almi.se

**Almi Företagspartner Dalarna AB**

Teknikdalen, Forskargatan 3, 781 70 Borlänge  
Tel 0243-48 88 50 Fax 0243-190 91  
info.dalarna@Almi.se

**Almi Företagspartner Gotland AB**

Cramérgatan 1, 621 57 Visby  
Tel 0498-20 22 00 Fax 0498-20 22 15  
info.gotland@Almi.se

**Almi Företagspartner Gävleborg AB**

Box 1399, 801 38 Gävle  
Besöksadress Nygatan 12  
Tel 026-66 36 60 Fax 026-66 36 70  
info.gavleborg@Almi.se

**Almi Företagspartner Halland AB**

Slottsmöllan, 302 31 Halmstad  
Tel 035-15 38 00 Fax 035-15 38 01  
info.halland@Almi.se

**Almi Företagspartner Jönköping AB**

Klubbhusgatan 13, 553 03 Jönköping  
Tel 036-30 65 00 Fax 036-30 65 10  
info.jonkoping@Almi.se

**Almi Företagspartner Kalmar län AB**

Hantverksgatan 1, 572 30 Oskarshamn  
Tel 0491-858 00 Fax 0491-841 84  
info.kalmar@Almi.se

**Almi Företagspartner Kronoberg AB**

Box 1501, 351 15 Växjö  
Besöksadress Kungsgatan 10  
Tel 0470-230 40 Fax 0470-279 37  
info.kronoberg@Almi.se

**Almi Företagspartner Mitt AB**

Metropol, Universitetsallén 32  
851 71 Sundsvall  
Tel 060-16 35 60

Box 656, 831 27 Östersund  
Besöksadress Prästgatan 39  
Tel 063-57 11 00 Fax 063-57 11 40  
Box 84, 871 22 Härnösand  
Besöksadress Nybrogatan 13  
Tel 0611-55 78 00 Fax 0611-55 78 01

Box 866, 891 18 Örnsköldsvik  
Besöksadress ARKEN, Lasarettsg 3, Plan 5  
Tel 0660-26 68 90  
info.mitt@Almi.se

**Almi Företagspartner Mälardalen AB**

Stora Gatan 16, 722 12 Västerås  
Tel 021-10 78 10 Fax 021-10 78 39  
Köpmangatan 23-25, 702 23 Örebro  
Tel 019-17 48 00 Fax 019-17 48 30  
info.malardalen@Almi.se

**Almi Företagspartner Nord AB**

Box 1027, 901 20 Umeå  
Besöksadress Renmarkstorget 5D  
Tel 090-10 07 70 Fax 090-12 86 96

Box 905, 971 27 Luleå  
Besöksadress Köpmangatan 42  
Tel 0920-379 00 Fax 0920-609 22

Trädgårdsgatan 13-15, 931 31 Skellefteå  
Tel 0910-71 15 80 Fax 0910-77 85 90  
info.nord@Almi.se

**Almi Företagspartner Skåne AB**

Baltzarsgatan 22, 211 36 Malmö  
Tel 040-660 39 00 Fax 040-23 44 05

Kullagatan 3, 252 20 Helsingborg  
Tel 042-26 90 10 Fax 042-26 90 19

V. Storgatan 51A, 291 31 Kristianstad  
Tel 044-18 74 00 Fax 044-18 74 09

**Almi Företagspartner Stockholm Sörmland AB**

Box 6198, 102 33 Stockholm  
Besöksadress Drottninggatan 97  
Tel 08-458 14 00 Fax 08-33 01 04  
info.stockholm@Almi.se

Västra Kvarngatan 62, 611 32 Nyköping  
Tel 0155-45 10 70 Fax 0155-45 10 77

Munktell Science Park  
Portgatan 3, 633 42 Eskilstuna  
Tel 016-541 10 90 Fax 016-541 10 99

Vingåkersvägen 18, 641 51 Katrineholm  
Tel 0150-36 10 60 Fax 0150-48 87 70  
info.sormland@Almi.se

**Almi Företagspartner Uppsala AB**

Kristallen, Axel Johanssons gata 4-6  
754 51 Uppsala  
Tel 018-18 52 00 Fax 018-18 52 10  
info.uppsala@Almi.se

**Almi Företagspartner Värmland AB**

Box 356, 651 08 Karlstad  
Besöksadress Lagergrens gata 2  
Tel 054-14 93 50 Fax 054-18 92 78  
info.varmland@Almi.se

**Almi Företagspartner Väst AB**

Box 8794, 402 67 Göteborg  
Besöksadress Maskingatan 5  
Tel 031-779 79 00 Fax 031-779 06 85

Olovsholmsgatan 32, 506 34 Borås  
Tel 033-20 68 00 Fax 033-20 68 01

Box 133, 541 23 Skövde  
Besöksadress Kanikegränd 3B  
Tel 0500-44 62 00 Fax 0500-44 62 01

Nohabgatan 12, 461 29 Trollhättan  
Tel 0520-894 00 Fax 0520-894 01  
info.vast@Almi.se

**Almi Företagspartner Östergötland AB**

Box 1224, 581 12 Linköping  
Besöksadress Platensgatan 29  
Tel 013-20 07 00 Fax 013-31 35 34  
info.ostergotland@Almi.se

**Almi.se**