

Octrooionderzoek als integraal onderdeel van concurrentieanalyse

Archi Leenaers, directeur Anatech, een bedrijf dat unieke meetinstrumenten ontwikkelt en produceert: "Anatech is een sterk technologisch bedrijf, waar een derde van de 24 medewerkers met productontwikkeling bezig is. Dat is veel voor een MKB-bedrijf. Onze meetinstrumenten bewijzen hun diensten in laboratoria voor kwaliteitscontrole van producten. Ook kunnen onze instrumenten in het traject van productontwikkeling vaststellen of aan specificaties wordt voldaan. Ten slotte worden ze ook gebruikt bij het uitvoeren van wetenschappelijk onderzoek. Dit geeft wel aan dat we op meerdere markten actief zijn."

Unieke producten

"We hebben geen eigen verkooporganisatie. We ontwikkelen zelf instrumenten, die door andere organisaties, resellers, verkocht worden met hun label erop. Dat zijn multinationals die over de hele wereld producten verkopen. Onze producten zijn zodoende in meer dan 120 landen verkrijgbaar. Wij leveren het complete product en functioneren dus eigenlijk als een aparte business-unit van onze klanten. Voor de octrooiering maken wij duidelijke afspraken met de reseller: we zijn samen octrooihouder, we vragen het samen aan, wij worden als uitvinder genoemd, maar zij dragen de kosten voor het octrooi. Wij komen met de hoogwaardige technologie, zij met het benodigde geld voor het octrooi. Zo worden we er beiden beter van. De octrooien op onze instrumenten worden meestal in zes landen aangevraagd via een wereldwijde octrooiaanvraag, de zogenaamde PCT-route. Anatech maakt unieke producten. Onze klanten, de resellers, mogen onze technologie niet zelf gebruiken, ze mogen alleen onze producten verkopen. Dat ligt vast in contracten."

Octrooien leren lezen

"In 2002 kwam ik in contact met een adviseur van Octrooicentrum Nederland die gedetacheerd was bij Syntens, een organisatie die innovatief Nederland met raad en daad bijstaat. Hij heeft me meer inzicht gegeven in het zoeken naar octrooien. Ik kan nu zelf eenvoudig mijn weg vinden in Espacenet. Ook heeft hij me geleerd hoe ik octrooien moet lezen. Wat moet je lezen en wat kun je overslaan? Slechts 10% raakt de kern van het verhaal."

Strategisch inzicht

"Ik zoek regelmatig naar nieuwe octrooien in het vakgebied. Van octrooi-informatie kun je veel leren, bijvoorbeeld hoe je iets technologisch kunt oplossen. Bovendien zie je wie waarmee bezig is; het geeft strategisch inzicht. Octrooionderzoek is dan ook een integraal onderdeel van onze concurrentieanalyse. Multinationals hebben daar een hele afdeling voor. Wij moeten dat tussen de bedrijven door doen. Ik moet er dan ook op letten dat het octrooionderzoek niet verslapt. Daarom hebben twee medewerkers vorig jaar een cursus van Octrooicentrum Nederland gevolgd over het lezen van octrooien."

*Bron: "Innoveren met octrooikennis: inspiratie – informatie - bescherming",
Octrooicentrum Nederland, november 2007
(www.octrooicentrum.nl)*