

Construction Rights

#08 Intellectuele eigendom in de bouw

2016

Beste lezer,

Merken werken // Als ondernemer wilt u zich onderscheiden van uw concurrenten, u duidelijk positioneren op de markt en herkenbaar zijn voor uw bestaande/potentiële klanten. Meestal doet u dat met uw naam en/of uw logo. Maar wat als uw concurrenten die, eventueel in een licht gewijzigde vorm, gebruiken om u de loef af te steken? Dan heeft u alle baat bij een merkregistratie. Daarmee krijgt u bescherming en kunt u ertegen optreden.

Een merkbescherming kan snel, soepel en tegen een betaalbare kostprijs. Op de BBIE-website www.boip.int kan je zien of de gewenste merknaam of het logo nog niet bestaat in dezelfde of een soortgelijke branche. Die naam moet voldoende onderscheidend zijn. Een louter beschrijvende naam, bv. 'MegaTegel' voor een specialist in grootformaat tegels, komt niet in aanmerking voor bescherming. De naam of het logo mag ook niet in conflict komen met internationaal bekende merken.

Als uw plannen een concrete vorm aannemen, kunt u informatie winnen op een van de tien zittingen die VLAIO en de kennisinstututen, waaronder de Octrooicel van het WTCB, jaarlijks organiseren. Daar krijgt u ook de kans om ons tijdens een individueel gesprek uw specifieke vragen voor te leggen.

Een merkregistratie is niet duur. Voor een basisbedrag van 240 euro is uw merk in heel de Benelux beschermd voor 10 jaar. Dan bent u als ondernemer meteen beter gewapend tegen misbruik. U kunt uw merk ook in pand geven bij de bank of in licentie aan bv. een onderaannemer. Uit diverse studies blijkt dat merken een grotere gebruikersloyaliteit creëren, en een bestaande klant behouden vergt minder inspanningen dan een nieuwe klant verwerven. Gedeponeerde merken scoren automatisch beter in Google AdWords én u kunt gemakkelijker een social media account claimen.

Een merk is natuurlijk geen mirakeloplossing. Om een sterk merk te bekomen, moet u er werk van maken. Branding en marketing zijn de boodschap. Ook moet u een oogje houden op eventueel misbruik. Mits een kleine inspanning is dat best haalbaar. Desgewenst wordt u via een abonnement bij het BBIE voor 50 euro per jaar automatisch op de hoogte gehouden van alle nieuwe gelijkende merken uit uw branche.



Bruno Vanderschoot,
account manager Benelux-
Bureau voor de Intellectuele
Eigendom (BBIE)

In deze editie:

- # Merkbescherming: ook voor u interessant!
- # Kent u de innovatiepremie al?
- # Andere spelregels voor nieuw Uniemark
- # Fiscale aftrek octrooi-inkomsten wordt vervangen
- # Indienen i-DEPOT: meer mogelijkheden
- # Onderwijs & innovatie: de top-100 en de Belgen

ACTUEEL

Gebruikt u de innovatiepremie al?

Om innovatie binnen uw onderneming aan te zwengelen, bestaan er meerdere vormen van ondersteuning. Voor meer informatie daarover kunt u terecht bij de FOD Economie of bij de [Octrooicel](#). Eén van die ondersteuningsmogelijkheden is de innovatiepremie, die u als werkgever onder bepaalde voorwaarden kan toekennen aan uw werknemers die mee hebben gewerkt aan een innovatieproject. Op de premie zijn geen sociale bijdragen of belastingen verschuldigd. Het gaat dus om een netto bedrag dat bovenop het loon komt.

We zetten de essentials nog even op een rij.

- × **Voor welke innovatie?** De innovatie kan betrekking hebben op de producten, de productiewijze of de werkorganisatie. Ze moet verwezenlijkt of in uitvoering zijn en uw bedrijf (op termijn) een reële meerwaarde bieden op het vlak van techniek, economie, productiviteit, leefmilieu, welzijn op het werk of andere aspecten.
- × **Voor alle werknemers?** U kunt de innovatiepremie jaarlijks aan hoogstens 10% van uw werknemers toekennen. Voor bedrijven met minder dan 30 werknemers bedraagt het maximaal aantal 3 werknemers. Per aanvaard innovatieproject kunnen hoogstens 10 medewerkers een premie ontvangen. Uiteraard kunnen er meerdere innovatieprojecten tegelijkertijd lopen.
- × **Bedrag?** Er is een dubbele beperking. Per jaar mag de premie niet hoger zijn dan de maandelijkse brutobezoldiging van de werknemer die ze krijgt. Ze mag wel worden verdeeld over meerdere innovatieprojecten. In totaal mag uw bedrijf maximaal 1% van de totale jaarlijkse loonmassa aan premies uitkeren.

× **Wat moet u doen?** U moet alle werknemers inlichten over de toekenningscriteria en -procedures. Via een standaardformulier dat u op de website van de FOD Economie vindt, moet u een aanvraag tot erkenning bij die overheidsdienst indienen. Normaal ontvangt u binnen twee weken antwoord. Bij aanvaarding krijgt u een dossiernummer. Zodra u de premie toekent, moet u een e-mail naar de RSZ sturen met de namen van de begunstigden, de bedragen en het dossiernummer van de FOD Economie. Binnen het bedrijf moet u het afgeronde innovatieproject presenteren aan alle werknemers.

De innovatiepremie bestaat intussen 10 jaar. In die periode werden circa 11.500 dossiers ingediend bij de FOD Economie. Jaarlijks kregen bijna 2.200 werknemers een premie van gemiddeld 1.440 euro. Meer inlichtingen en een informatiebrochure vindt u op de website van de [FOD Economie](#).



Merken en modellen: niet alleen belangrijk op de catwalk

Merken en modellen (of tekeningen) maken, net zoals octrooien en auteursrechten, deel uit van de intellectuele rechten.

× De identificatie waarmee u uw product, dienst of onderneming onderscheidt van die van uw concurrenten, kunt u beschermen als **merk**. Meestal gaat het om een naam en/of een logo, maar merkbescherming kan ook betrekking hebben op een vorm (bv. het Coca-Cola flesje), een kleur of zelfs een klank. U kunt een bescherming aanvragen voor de Benelux (www.boip.int), voor de Europese Unie (euipo.europa.eu/ohimportal/nl/) of voor een reeks specifieke landen (www.wipo.int). Die bescherming blijft gedurende tien jaar geldig en is onbeperkt verlengbaar. Of een merk is beschermd, kunt u nagaan op www.tnview.europa.eu.

× Een vorm, een bepaald motief of zelfs een kenmerkende textuur, gebruikt voor massaproductie, kunt u beschermen als **model**(3D) of **tekening** (2D). Voor de bouwsector kan dat gaan om bv. deurkrukken, tapijten, schakelaars, tegels, radiatorkranen, deurroosters en parketvloeren. Voorwaarde is dat de vorm van die producten een voldoende onderscheidende karakter heeft. Een bescherming kunt u aanvragen in de Benelux, de Europese Unie of een reeks specifieke landen. Zij loopt gedurende vijf jaar, telkens met eenzelfde periode te verlengen tot maximaal 25 jaar. Nagaan of iets is beschermd als model of tekening, is mogelijk op www.boip.int.

× Een kleine kanttekening. Een model beschermt een specifieke vorm. Iemand kan die bescherming relatief gemakkelijk omzeilen door enkele wijzigingen aan die vorm aan te brengen. Als aan de vorm ook technische karakteristieken verbonden zijn, kiest u daarom beter voor een **bescherming als octrooi**. Als dat bij nader inzien niet lukt, kunt u altijd nog een bescherming als model overwegen.

BESLUIT

Met een **bescherming** als merk of model kunt u uw concurrenten verbieden om gebruik te maken van de/het door u beschermde naam, logo of ander kenmerk. Uiteraard mag u zelf ook geen inbreuk plegen op de merkbescherming van anderen. Voor u een nieuw product lanceert met een nieuwe naam of vorm, gaat u dan ook het best eerst na of er nog geen dergelijke bescherming bestaat.

Nieuw Uniemerik – nieuwe spelregels

In de vorige nieuwsbrief meldden we al dat het Gemeenschapsmerk is omgedoopt tot Uniemerik. Net zoals vroeger kunt u met het Uniemerik nog altijd een merk beschermen in de 28 EU-lidstaten. Best wel interessant, want daarmee bestrijkt u een markt van 500 miljoen consumenten. Samen met de naamsverandering is wel een aantal spelregels gewijzigd, wat overigens ook geldt voor de nationale merken. Een overzicht.

× De meest ingrijpende wijziging is dat u de producten en diensten waarvoor u een merkbescherming aanvraagt, zeer **duidelijk en nauwkeurig moet omschrijven**. Daardoor gebruikt u beter niet langer de standaardbewoordingen van de wereldwijde Nice-classificatie met haar 45 klassen, waarvan vooral klasse 19 (bouwmaterialen) en 37 (bouw, reparatie, installatie) relevant zijn voor de bouwsector. Stel dat uw merk betrekking heeft op het slopen van een gebouw of brug. Als u louter de omschrijving ingeeft van de klasse 37 ('Bouw; reparaties; installatiewerkzaamheden'), wordt die letterlijk geïnterpreteerd. Sloopactiviteiten vallen daardoor uit de boot. U moet dus voortaan opteren voor een concrete omschrijving, bv. 'slopen van gebouwen' of 'slopen van bruggen'. Om u enigszins wegwijs te maken, vindt u op de website van EUIPO (European Union Intellectual Property Office, de nieuwe benaming van het OHIM) als voorbeeld een **lijst** met activiteiten die duidelijk niet onder de letterlijke interpretatie van de algemene

klasse-omschrijving vallen. Indien de hierin vermelde producten of diensten voor u van toepassing zijn, en u bij uw merkaanvraag enkel de generieke klasse-omschrijving heeft gebruikt, moet u uw merkbescherming aanpassen. Die lijst is echter niet-exhaustief. Ook de 'Goods and services builder' kan u op weg helpen om een goede omschrijving van uw activiteiten te kiezen. Bij twijfels wint u het best het advies in van uw merkenadviseur of de Octrooicel.

× Als u een kleur wilt gebruiken voor uw woord- of beeldmerk (naam, logo), moet u die voortaan ook meteen vastleggen. In het verleden kon u bij het deponeren kiezen voor een zwart/wit oplossing die u dan later nog met kleur kon invullen.

× Een merk moet **niet langer grafisch** kunnen worden voorgesteld. Daardoor kunt u gemakkelijker niet-zichtbare tekens zoals een geur of geluid als merk registreren. Wel moet het merk zo kunnen worden weergegeven in het merkenregister dat duidelijk is waarop de merkbescherming precies slaat.

× Ook de **aanvraagtaken** zijn aangepast. De basistaks daalt van 900 naar 850 euro, maar tegenover die daling staat dat u slechts bescherming krijgt voor één product- of dienstklasse, waar dat er vroeger drie waren. Voor bescherming in een tweede klasse betaalt u 50 euro extra, en daarboven 150 euro per bijkomende klasse.



Aftrek voor octrooi-inkomsten wordt vervangen door stelsel van vrijgestelde innovatie-inkomsten

Naar aanleiding van een OESO-actieplan om nadelige belastingconcurrentie tussen landen tegen te gaan, moet de federale overheid de in 2007 ingevoerde vrijstelling van belastingen voor inkomsten uit octrooien aanpassen. Bedoeling van het OESO-actieplan is dat een fiscale aftrek in de toekomst alleen mogelijk is waar er effectief R&D-inspanningen zijn geleverd en dus kosten gemaakt. Ook mogen als basis voor de aftrek alleen de kosten in aanmerking worden genomen, die daadwerkelijk betrekking hebben op de ontwikkeling of verbetering van het intellectuele eigendomsrecht.

Momenteel ligt een wetsontwerp van de federale regering voor. Dat mikt op de invoering van een stelsel van vrijgestelde innovatie-inkomsten dat de bestaande aftrek zal vervangen. Volgens de bestaande regeling kan 80% van de inkomsten uit octrooien –meer bepaald vergoedingen voor licenties en vergoedingen begrepen in de verkoopprijs van goederen of diensten van de vennootschap– worden vrijgesteld van belasting. Deze regeling geldt alvast niet meer voor octrooien, aangevraagd vanaf 1 juli 2016

of later. Voor die octrooien zal meteen het nog nader in te vullen stelsel van vrijgestelde innovatie-inkomsten van kracht zijn. Voor vroeger aangevraagde octrooien komen er overgangsmaatregelen. **Omdat het wetsontwerp nog flink kan wijzigen, is het momenteel onduidelijkheid troef.** Wij volgen het op en houden u op de hoogte via onze website en in een volgend nieuwsbrief.



ACTUEEL

i-DEPOT blijft in evolutie

Recent onderging de procedure om een i-DEPOT in te dienen een wijziging. Tot voor kort moest u altijd persoonlijk een i-DEPOT indienen. Sinds begin september kunnen ook merk-gemachtigden, gespecialiseerde advocaten en andere mandatarissen de deponering doen voor hun klanten.

Op termijn staat er een nog grotere aanpassing op het programma. Momenteel wordt namelijk de mogelijkheid van een 'openbaar' i-DEPOT besproken. De informatie uit dat i-DEPOT zou geheel of gedeeltelijk voor iedereen consulteerbaar zijn op de website van het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom www.boip.int. Zo kunt u in contact komen met ontwerpers, industriëlen of andere geïnteresseerden.

Jean Patent: Aflevering 1

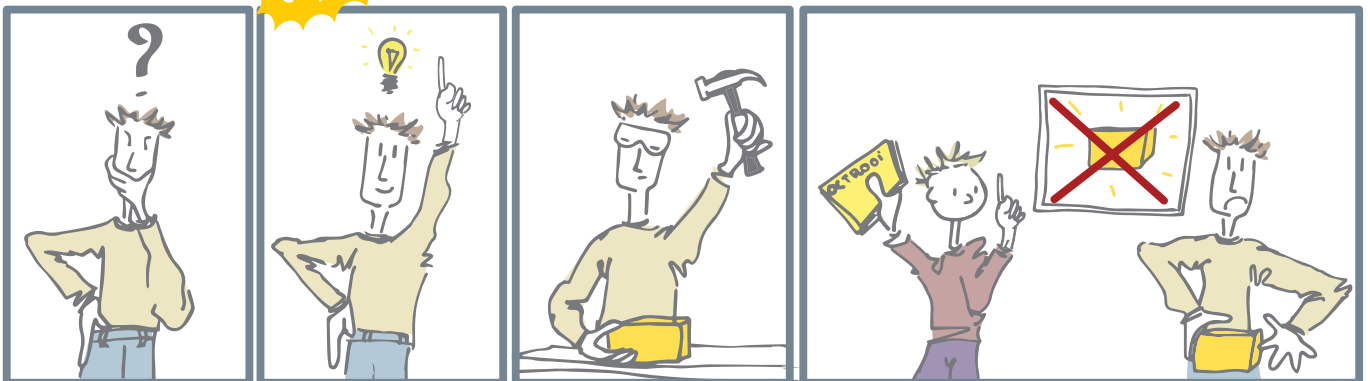
AANEMER JEAN ZIT MET EEN STEEDS WEEKEREND UITVOERINGSPROBLEEM. "KAN IK DAAR GEEN OPLOSSING VOOR BEDENKEN?"

EUREKA!

SECUR WERKT JEAN ZIJN IDEE UIT IN ZIJN ATELIER. "ZE ZULLEN ZICH DE OGEN UITWRIJVEN ..."

JEAN PRESENTEERT ZIJN OPLOSSING OP DE BOUWBEURS. PLOTS KLAMPT CONCURRENT YVES HEM AAN. BLIJKT DAT DIE EEN OCTROOI HEEFT OP DEZELFDE OPLOSSING.

"OPHOUDEN JEAN, OF IK TREF MAATREGELLEN."



CONCLUSIE: OOK ALS JE ZELF IETS HEBT ONTWIKKELD, MAG JE DAT NIET COMMERCIALISEREN INDIEN IEMAND ANDERS ER AL EEN OCTROOI OP HEEFT.

KU Leuven is volgens Reuters de meest innovatieve universiteit in Europa

Het internationale persbureau Reuters stelde onlangs, in samenwerking met de afdeling Intellectuele eigendom & Wetenschap van Thomson Reuters, voor de eerste keer een ranglijst op van de 100 meest innovatieve universiteiten en hogescholen in Europa. De 100 onderwijsinstellingen werden geselecteerd uit ruim 600 kandidaten op basis van hun inspanningen om de wetenschap te bevorderen, nieuwe technologieën uit te vinden en de economie te stimuleren. Op nummer één prijkt de Vlaamse universiteit KU Leuven die als missie een uitgebreid en geavanceerd wetenschappelijk

onderzoek heeft. Volgens Reuters verdient KU Leuven die onderscheiding omwille van onder meer het grote aantal invloedrijke uitvindingen dat dit onderzoek oplevert. De Leuvense onderzoekers dienen meer octrooien in dan in eender welke andere universiteit in Europa, en externe onderzoekers citeren geregeld KU Leuven in hun eigen octrooiaanvragen. In de lijst doken nog vijf andere Belgische instellingen op: ULB stond op plaats 21, UGent op 22, VUB op 50, UCL op 61 en ULg op 71. Meer informatie over de top-100 universiteiten en over de onderzoeksmethodologie vindt u [hier](#).

DE WONDERE WERELD VAN OCTROOIEN

Kleurenblind

Wetenschap en kunst: ze leunen nauw bij elkaar aan. De Britse kunstenaar Anish Kapoor kocht voor artistieke doeleinden gedeeltelijk het gebruiksrecht op het product Vantablack. Dat is momenteel het zwartste zwart ter wereld, onder andere gebruikt om satellieten en Stealth bommenwerpers onzichtbaar te maken. De kleur werd ontwikkeld door de firma Surrey NanoSystems met behulp van nanotechnologie. Koolstofbuisjes op nanogrootte op het oppervlak absorberen 99,96% van het invallende licht. Surrey NanoSystems heeft een octrooi op dat zwart, zodat het voor alle toepassingen is beschermd. Wel mag iedereen nog altijd zijn eigen superzwart ontwikkelen. Zo presenteerde een samenwerkingsverband tussen de



NASA, de Rice University (Houston, Texas) en de Belgische kunstenaar Frederik De Wilde een bijna even zwart zwart, te bewonderen in enkele werken van De Wilde en bedoeld voor toepassingen in hernieuwbare energie, telescopische ruimteverkenningen en het onzichtbaar maken van objecten.

Een neus voor zaken

Kun je geuren laten registreren als merk? Ja, maar de geur moet los staan van het eigenlijke product. Zo stuitte een aanvraag tot bescherming als merk voor Chanel n° 5, het favoriete "slaapkleed" van Marilyn Monroe, in Groot-Brittannië op een njet omdat geur en product samenvallen. Het moet immers gaan om een geur die expliciet is toegevoegd aan een product dat anders die geur niet heeft. Toegeeflijker waren de Britten voor de rozengeur die rubberbanden afscheiden en voor darts met de geur van bitter ale, zij het dat beide beslissingen nog wel worden betwist door het



EUIPO. In Nederland werd dan weer een bescherming toegekend voor de geur van pas gemaaid gras, toegevoegd aan tennisballen. Roland Garros ruikt weldra naar Wimbledon ...

Oormerk

Niet alleen geuren maar ook geluiden kunnen als merk worden beschermd. Bekende Amerikaanse voorbeelden die intussen deel uitmaken van ons aller cultureel erfgoed zijn de brullende leeuw van MGM, de Tarzankreet (gebruikt voor de speelgoedfiguurtjes van Edgar Rice Burroughs Inc.), de 'You've got mail'

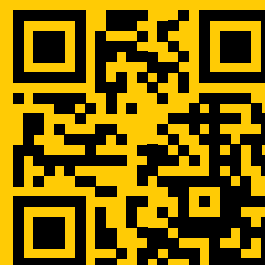
boodschap van America Online en de fameuze bel van de New York Stock Exchange. Minder goed verging het Harley Davidson. Zes jaar lang voerde de fabrikant een juridische strijd om het typische koffiemolengepruttel van zijn motoren als merk te laten beschermen, maar uiteindelijk gooide hij de handdoek in de ring.



AGENDA

Bent u benieuwd wat er nog allemaal op de agenda staat over het thema intellectuele eigendomsrechten in de bouw? Klik dan [hier](#) of surf naar www.ocbc.be. Daar vindt u een actueel overzicht van alle (inter)nationale opleidingen, workshops, beurzen en andere evenementen. U blijft steeds op de hoogte van de aanpassingen aan de agenda als u ons volgt op Twitter:

 [@Octrooicel](https://twitter.com/Octrooicel)



U vindt de vorige edities van onze nieuwsbrief op www.ocbc.be.

OCTROOICEL WTCB

Lozenberg 7,
1932 St-Stevens-Woluwe
Tel. +32 2 716 42 11
www.ocbc.be
octrooi@bbri.be
V.U. Jan Venstermans