

Podcast 1 – Intellectuele Eigendom bij Internationalisering

Welkom op de podcast van het Enterprise Europe Network (E.E.N), waar we Vlaamse ondernemers willen informeren over wat het netwerk kan betekenen in hun verhaal. Het thema van deze aflevering is Intellectuele Eigendom en daarvoor hebben we de volgende gasten uitgenodigd: Tineke Van Hoey, zij is juriste bij het Benelux Bureau voor de Intellectuele Eigendom. Ines De Backer, van wie Belgian Chocolate Factory is. Zij deed beroep op E.E.N voor vragen rond intellectuele eigendom en ten slotte Annemie Hautekiet. Zij is adviseur intellectuele eigendom bij E.E.N. Tineke, jij bent juriste bij het Benelux Bureau voor de Intellectuele Eigendom en je mag de spits afbijten. Bij intellectuele eigendom denken mensen misschien vooral aan artistieke werken of uitvindingen, maar het omvat veel meer dan dat. Wat is intellectuele eigendom eigenlijk?

Tineke Van Hoey: Wel, intellectuele eigendom is eigenlijk een verzamelnaam voor allerlei soorten rechten die betrekking hebben op het beschermen van creaties die mensen gemaakt hebben. En er zijn verschillende rechten eigenlijk die elk een eigen soort gebied beschermen, zullen we zeggen. Dus je hebt bijvoorbeeld auteursrecht, copyright, ook bekend onder de mensen. En dat slaat dan eigenlijk op het beschermen van de vorm, bijvoorbeeld van een artistiek werk. En als die vorm origineel is. Maar er is ook bijvoorbeeld zoets, je haalde het al aan, uitvindingen die worden beschermd door het octrooirecht. Dan heb jij het alleenrecht op het gebruik van een technische oplossing die je bedacht hebt voor een technisch probleem. Een ander gekend merk of een andere gekend recht liever is bijvoorbeeld merkrecht. Daar bescherm je dan eigenlijk de naam of de logo die jij bedacht hebt en die je bedacht hebt om jouw producten of diensten te onderscheiden van die van jouw concurrenten. En de laatste die ik nog wil meegeven die ook wel vaak gebruikt wordt, is tekeningen- en modellenrecht en dat beschermt eigenlijk de vormgeving van een bepaald voorwerp. En dat kan dan gaan over iets 2D, dus bijvoorbeeld design van een bepaalde stof, maar ook 3D, het uiterlijk van een mooie horloge bijvoorbeeld. Als het maar nieuw is en als het een eigen karakter heeft. Dus dat het een algemene indruk geeft die anders is dan wat er al op de markt bestond. Dus eigenlijk een heel arsenaal aan rechten die eigenlijk allemaal verschillende dingen beschermen, aspecten van dingen die mensen ontwikkeld hebben.

Interviewer: *En hoe kan je eigenlijk intellectuele eigendom claimen? Of hoe gaat dat juist in zijn werk?*

Tineke Van Hoey: Dat hangt eigenlijk af van het bepaald soort recht. Bij auteursrecht is het zo eigenlijk dat je niets hoeft te doen om het te claimen. Dat is het mooie daaraan eigenlijk. Dat ontstaat automatisch. Dus vanaf het moment dat je bijvoorbeeld een origineel muziekwerk maakt of een originele foto maakt, dan ontstaat onmiddellijk dat auteursrecht. Dat is anders bij de andere rechten die ik daarnet noemde. Dus het octrooirecht, tekeningen- en modellenrecht en merkenrecht. Daarvoor moet je eigenlijk om het merk te verwerven een aanvraag gaan doen bij een bepaalde instantie, bijvoorbeeld voor het merkenrecht of het tekeningen- en modellenrecht, als je bescherming daarvoor wil, dan ga je dat aanvragen in een bepaald gebied. Dat kan dan bijvoorbeeld de Benelux zijn. Dan vraag je dat merkrecht of dat modelrecht aan bij ons bureau, het Benelux Bureau voor Intellectuele Eigendom.

Interviewer: Oké, dat is dan niet onmiddellijk over heel de wereld beschermd?

Tineke Van Hoey: Nee, dus een recht eigenlijk als je dat die aanvraag doet, dat heeft dan altijd betrekking op een bepaald gebied. In België is het zo je hebt niet zoiets als een Belgisch merk, het zal altijd onmiddellijk een Benelux merk zijn. En dat is zo omdat de landen dat destijds met elkaar afgesproken hebben dat ze dat op Benelux niveau zouden regelen. Bijvoorbeeld bij een octrooi is dat weer anders. Daar heb je bijvoorbeeld wel een Belgisch octrooi.

Interviewer: Oké. En wat gebeurt er eigenlijk als je er niets aan doet als bedrijf of als maker?

Tineke Van Hoey: Ja, als je niets doet met je intellectuele eigendom, dan loop je eigenlijk het risico dat iemand anders eigenlijk zonder jouw toestemming jouw creatie kan gaan gebruiken, kan kopiëren. En dat is eigenlijk doodzonde van alle tijd, geld en moeite die je daar hebt ingestoken. En met intellectuele eigendomsrechten zorg je er net voor dat jij eigenlijk degene bent die het recht houdt op jouw creatie, die ervoor kan zorgen dat je zegt van ja, ik heb het alleenrecht op het gebruik van mijn merk en als jij mijn merk wil gebruiken, dan heb je daar mijn toestemming voor nodig. Dus daarom zijn intellectuele eigendomsrechten toch echt wel ja cruciaal in het beschermen van jouw creatie.

Interviewer: De WIPO staat voor World Intellectual Property Office, organiseert jaarlijks op 26 april de World Intellectual Property Day. Dat is een dag waarop intellectuele eigendom in de kijker staat. Annemie Hautekiet. Jij bent adviseur intellectual property voor Enterprise Europe Network. Merk jij in je werkveld dat er weinig geweten is over dit thema?

Annemie Hautekiet: Toch wel. We merken dat vooral bij kmo's, dat die eigenlijk niet stilstaan bij Intellectuele eigendom. Die denken vaak dat is heel duur, dat is enkel voor hele grote bedrijven, dat is niet voor mijn zaak, maar dat is eigenlijk niet waar, want elk bedrijf heeft hoe dat je het draait of keert, intellectuele eigendom. Ze hebben een eigen naam, ze hebben een domeinnaam, ze hebben producten, ze hebben een bepaalde knowhow. Dus al die zaken kunnen eigenlijk beschermd worden, zoals dat Tineke zei, in een bepaald gebied door een bepaald intellectueel eigendomsrecht. Het feit dat jaarlijks die dag georganiseerd wordt, is dan ook heel belangrijk om het in de picture te zetten en om mensen eigenlijk bewust te maken van het feit dat intellectuele eigendom bestaat en dat het ook voor hen van toepassing is. Elk jaar is er trouwens een thema waar dat ze op werken en dit jaar is dat de jonge ondernemer. Dus ook voor jonge ondernemers is intellectuele eigendom een item. Het is eigenlijk bij alle bedrijven een beetje hetzelfde, alhoewel dat we natuurlijk wel zien dat bij startende bedrijven ook het financiële plaatje wel eens meespeelt. Maar dan moeten we toch wel zeggen dat er bepaalde beschermingsmogelijkheden zijn die heel betaalbaar zijn. Ik zal efkes verwijzen naar de merkenbescherming. Vanaf een 244 euro heb je in de Benelux bescherming voor uw merk voor tien jaar. Dus dat is zeker een haalbare bescherming voor startende bedrijven, maar ook in de loop van de jaren, waar dat bedrijven meer producten en dergelijke gaan ontwikkelen, blijven intellectuele eigendom natuurlijk ook wel belangrijk. Maar we kunnen niet zeggen dat oudere bedrijfsleiders meer op de hoogte zijn dan jongere, dat niet.

Interviewer: Oké. Ik heb vernomen dat de Enterprise Europe Network en het Benelux Bureau voor de Intellectuele Eigendom vaak samenwerken. Op welke manier?

Annemie Hautekiet: Dus wij hebben alle twee de taak om eigenlijk bedrijven te gaan informeren en sensibiliseren. Dus uiteraard gaan we dat ook samen doen, want Benelux Bureau is eigenlijk de officiële instantie waar je merken en modellen kunt gaan deponeren. Wij geven informatie. Dus wij gaan eigenlijk gaan samenwerken rond informatie geven, publicaties, workshops, zitdagen en dergelijke. We doen dat trouwens niet alleen met het Benelux bureau, maar ook met de andere instanties waar

intellectuele eigendomsrechten kunnen geregistreerd worden. Bijvoorbeeld de dienst intellectuele eigendom van de federale overheidsdienst.

Interviewer: Oké. Dus de federale overheidsdienst heeft ook een eigen instantie?

Annemie Hautekiet: De FOD Economie, daar worden bijvoorbeeld de Belgische octrooiaanvragen behandeld.

Interviewer: Ja, oké. Misschien dan een algemene vraag, maar wat kan Enterprise Europe Network doen voor kmo's inzake intellectuele eigendom?

Annemie Hautekiet: Ze kunnen met al hun vragen rond intellectuele eigendom bij ons terecht. Dat kunnen heel concrete, punctuele vragen zijn. Bijvoorbeeld ik heb een Benelux merk en ik wil het uitbreiden naar het Uniemerkt. Hoe doe ik dat? Of ik wil internationaliseren, waar moet ik op letten als ik nieuwe markten ga benaderen? Of we kunnen ook tewerk gaan, zoals dat we bij Ines tewerk gegaan zijn. We gaan in gesprek met het bedrijf en gaan eigenlijk kijken waar het staat op het vlak van intellectuele eigendom. Wat is er allemaal aanwezig? Wat zijn verbeterpunten? Zijn er bepaalde actiepunten en op die manier eigenlijk een inventarisatie gaan maken.

Interviewer: En wat moet een CEO of iemand van een bedrijf doen om dat proces te starten?

Annemie Hautekiet: Gewoon contact opnemen met ons, heel simpel.

Interviewer: En jullie begeleiden het vervolg?

Annemie Hautekiet: Dat klopt.

Interviewer: Oké. Handig. Dus kmo's kunnen voor heel veel zaken bij Enterprise Europe Network terecht. Inzake intellectuele eigendom, maar nog andere dingen. Maar specifiek over intellectuele eigendom. Wie verleent deze diensten?

Annemie Hautekiet: Dat zal ik dan eigenlijk zijn. Binnen Enterprise Europe netwerk hebben bepaalde adviseurs een specialisatie. Voor mij is dat intellectuele eigendom. En in die context, ben ik dan ook ambassadeur voor het European IPR helpdesk? Dat is eigenlijk een Europees initiatief waar dat bedrijven ook terecht kunnen met hun vragen rond intellectuele eigendom. Dan kunnen ze hun vragen stellen ofwel via mij, ofwel rechtstreeks. In die European IPR helpdesks zijn eigenlijk IP advocaten actief die binnen de drie dagen een antwoord kunnen geven op uw vraag. Dat is ook gratis en dat is ook eerstelijns advies. Dus dat is ook een bron waar dat bedrijven eigenlijk terecht kunnen, maar ze kunnen dat altijd via mij doen, ofwel rechtstreeks.

Interviewer: Zijn er kosten gebonden aan dit advies? En kunnen bedrijven subsidie krijgen voor het registreren van intellectuele eigendom?

Annemie Hautekiet: Ons advies, een eerstelijns advies, is altijd gratis. Ik wil er ook wel bij zeggen dat wij geen activiteiten gaan doen die door private spelers aangeboden worden. Dan gaan wij doorsturen naar de private markt. Maar het eerstelijns advies dat wij geven is altijd gratis. Uw vraag van zijn er subsidies, ja, er zijn subsidies voor het registreren van intellectuele eigendom. We hebben op niveau van Vlaanderen subsidie in het kader van de KMO portefeuille. En ook in het kader van ontwikkelingsprojecten voor kmo's kunnen er ook subsidies gevraagd worden voor het registreren van intellectuele eigendom. Maar ook Europa vindt het heel belangrijk dat kmo's overgaan naar intellectuele eigendom en hebben ook een aantal subsidievormen voorzien. Een eerste is dat je gratis advies kunt krijgen voor een paar uur. Een tweede is een Horizon IP scan, waar bedrijven die een onderzoeksproject gaan doen samen met een kennisinstellingen, hun positie rond intellectuele

eigendom eens kunnen aftoetsen. En een laatste, een heel betaalbare en een heel goeie subsidie, de IP voucher. Daar kunnen bedrijven een beroep op doen om eigenlijk geld terug te krijgen van registraties, van merken, modellen en octrooien.

Interviewer: Ja. Zouden jullie iets meer kunnen vertellen over die Europese IP voucher?

Tineke Van Hoey: Ja, die voucher is eigenlijk een initiatief van de Europese Commissie via het SMI Fund en wordt uitgevoerd dus door de European Intellectual Property Office. Die is inderdaad, zoals Annemie al zei, echt bedoeld om kmo's in de EU te ondersteunen bij de bescherming van hun intellectuele eigendom. En hoe gaat het in zijn werk gaan? Men vraagt echt een voucher aan. Men krijgt daar dan binnen twee weken via IPO een goedkeuring op en dan kan men zijn merk of model gaan aanvragen. En om u concreet een voorbeeld te geven, momenteel kan je bijvoorbeeld als je een merk aanvraagt in de Benelux, Annemie haalde het al aan, normaal gezien 244 euro voor tien jaar, maar nu kan je tot 75% van die aanvraagkosten terugkrijgen. Hetzelfde geldt ook voor een model in de Benelux, maar ook op EU niveau. En voor wat betreft de nationale octrooi aanvraag kan je tot 50% terugkrijgen van de kosten. En er is ook zo iets als IP scan, ook daar kan je zelfs tot 90% van de kosten terugkrijgen. En dat is dan dat een expert van de dienst intellectuele eigendom van de FOD Economie echt in jouw bedrijf gaat kijken van wat is hier aan intellectuele eigendom en wat kan er voor jou nuttig zijn?

Interviewer: Ja oké. veel mogelijkheden dus. Een vraag voor Ines De Backer, jij hebt beroep gedaan op die Enterprise Europe Network. Hoe kwam je in contact met hen en hoe hebben ze je geholpen eigenlijk rond jouw vraag?

Ines De Backer: Toen we wilden opstarten met ons internationaal merk, we hebben dat ontwikkeld voor export naar Europa, kwamen we in contact met FIT, dus Flanders Investment and Trade en zij hebben eigenlijk bij ons een exportmeting afgenomen. En op basis van die exportmeter, stelden we vast dat het merk dat we ontwikkeld hadden, nog niet gedeponeerd was op onze naam. Ze hebben ons dan eigenlijk in contact gebracht met Enterprise Europe Network en Vlaio. En vandaaruit stellen we vast dat Frelicious, het merk eigenlijk al gedeponeerd was door een Australisch bedrijf. Nu, die verjaringstermijn was gelukkig wel vervallen, waardoor dat we het toch konden deponeren, dan uiteindelijk, op onze naam. Maar ook daar hebben we dan moeten Tineke inschakelen omdat we zeker wilden zijn dat we als we het deponeerden en onze ontwikkelingskosten maakten voor het merk, voor de verpakkingen, dat we toch wel zeker waren dat het Australisch bedrijf daar geen aanspraak niet meer op kon doen.

Interviewer: Ja. En hoe heet het?

Ines De Backer: Frelicious.

Interviewer: Dat is een product van jullie?

Ines De Backer: Ja, Frelicious is eigenlijk een nieuw merk dat we ontwikkeld hebben voor export en dat bevat op zich alles waar ons merk voor staat, de naam, dus free from, dus vrij van allergenen en delicious, lekkere chocolade.

Interviewer: Ja, want ik had gelezen dat jullie producten ook zonder noten of,...?

Ines De Backer: Ja. Dus we zijn eigenlijk een Vlaams bedrijf die volledig allergenvrije chocolade produceert, maar ook vegan. En inderdaad in het geval van chocolade is het voornaamste dat het vrij is van noten, melk, soja en gluten bijvoorbeeld.

Interviewer: En hoe was dat voor u als ondernemer om rond dit thema te werken? Want dit is iets waar dat de meeste mensen heel weinig over weten?

Ines De Backer: Ja. Op zich heel leuk omdat we daar toch wel pioniers in waren. En dat is ook de reden waarom dat we toch wel op die intellectuele eigendom mee aan de slag gegaan zijn. Dat is een heel groeiende markt. En ja, we willen toch wel zeker zijn dat al ons werk, maar ook ons geld voor die oprichting van dat nieuw merk, dat dat toch niet verloren gaat. Dat is ook de reden waarom dat we daar toch wel daar enorm belang aan hechten dat zowel ons merk, beeldmerk en woord merk, de naam zelf eigenlijk en het logo dus, gedeponereerd wordt op Europees niveau. Dus wij hebben er voor gekozen om het op Europees niveau te deponeren, omdat we ook op export willen eerst beginnen in Europa. Dus voor ons was het minder relevant om het op Benelux te doen of wereldwijd, omdat we daar nog niet zitten.

Ines De Backer: Het kan zijn binnen twee jaar wel.

Interviewer: Ja. Dus jullie zijn eigenlijk in heel Europa verkrijgbaar of nog niet?

Ines De Backer: Nog niet. We hebben het volledig ontwikkeld, we zijn ook eigenlijk met een marketingbureau daarvoor aan de slag gegaan, zodanig dat we ons verpakking en ons logo volledig hadden. Dat eigenlijk volledig oké was voor de doelgroep die we wouden bereiken. Daarom vonden we het echt wel belangrijk dat we dat konden deponeren.

Interviewer: Ja. En hoe lang duurde het hele proces?

Ines De Backer: Het deponeren? Wij hebben ook natuurlijk die IP voucher aangevraagd. En we waren daar eigenlijk op een tweetal weken mee rond. Kregen we direct de goedkeuring dat we die subsidie hadden. En dan nu de aanvraag, dat duurt een drietal maand. Dus er is een termijn eigenlijk in waarbij dat de andere bedrijven nog kunnen in tegenspraak komen. En daar zitten we nu. Dat is die drie maand dat we nog mee bezig zijn eigenlijk op dit moment, dat er geen tegenspraak komt van een extern bedrijf.

Interviewer: En dus dan moet je een termijn wachten. En hoe gaat dat dan juist in zijn werk?

Tineke Van Hoey: Ja, als een merk aangevraagd wordt, bijvoorbeeld als ik dan kijk naar ons bureau, dat komt dan binnen, wij gaan kijken van hebben we een duidelijke naam, een duidelijke aanduiding van de waren en diensten die men wil claimen onder dat merk. Dan doen we eigenlijk een eerste check, dan zetten we dat op oké en dan gaan we het publiceren in het register. Vanaf dan gaat er eigenlijk een termijn lopen van twee maand, een oppositietermijn heet dat, dat is eigenlijk een termijn die oudere merkhouders toelaten om bezwaar te maken tegen een jongere merk inschrijving, als zij van oordeel zijn dat die een probleem zou kunnen vormen met hun oudere recht. Dus vandaar eigenlijk altijd dat, die termijn is wettelijk bepaald, dus dat een merk aanvraag toch altijd iets rond ongeveer een drietal maand duurt, omdat je die oppositie termijn hebt. En parallel daaraan gaan wij als bureau ook altijd kijken of dat het merk dat aangevraagd wordt eigenlijk wel een merk kan zijn. Wat betekent dat? Ik zei het eerder al, een merkrecht is een alleenrecht, je hebt een exclusief recht op iets. Dus dat betekent dat een ander dat niet mag gebruiken. Maar als je dan bijvoorbeeld een soortnaam zou claimen, mocht Ines bij ons chocolade aanvragen als merk voor chocoladeproducten, zouden wij zeggen dat moet geweigerd worden, want het is niet wenselijk dat Ines het alleenrecht zou hebben op gebruik van het woord chocolade als ik bijvoorbeeld ook morgen een nieuwe chocoladelijn zou willen gaan ontwikkelen. En dat is eigenlijk ook iets dat parallel loopt als bureau. Dus eigenlijk als wij daar dan oké ook op zetten en die oppositie termijn, oftewel is er geen oppositie ofwel is ze niet succesvol, dan pas komt er eigenlijk de inschrijving van het merk.

Interviewer: Wel, dat doet mij denken aan melkproducenten die proberen te vermijden dat een Alpro of zo het woord melk gebruikt. Dus dan is er misschien toch nog een opening om dat soort zaken af te dwingen of denk je dat dat dan nooit zal lukken?

Tineke Van Hoey: Nee, omdat dat is echt gewoon een soortnaam. Die moeten vrij voor iedereen te gebruiken blijven. En daarom eigenlijk moeten wij ook als bureau en elk bureau doet dat ook, dat is BOIP, het Europese bureau doe dat doen ook die check, om net te gaan kijken van bon, is het wenselijk dat dit door iemand gemonopoliseerd wordt? Dus melk kan niet gemonopoliseerd worden voor melkproducten. Maar ik zeg maar iets, als men het woord melk voor brandblussers bijvoorbeeld zou deponeren, dat zou wel kunnen. Apple is een mooi voorbeeld van. Als je Apple zou hebben voor fruitproducten, zouden wij het weigeren, maar Apple voor computers wordt een prima merk.

Interviewer: Oké. Ja, op die manier.

Tineke Van Hoey: Dus zo wordt elk merk eigenlijk telkens individueel beoordeeld in relatie tot de producten en diensten waarvoor dat je het aanvraagt. En op die manier kunnen bijvoorbeeld ja dezelfde merken ook naast elkaar bestaan. Je hebt een merk Lotus voor auto's, maar een merk Lotus ook voor speculaas. Dat hoeft elkander dan ook niet te bijten.

Interviewer: Oké, het is pas vooral wanneer dat het producten zijn die in elkaars buurt komen dat er misschien disputen kunnen ontstaan?

Tineke Van Hoey: Ja.

Interviewer: Ines, wat is jouw advies naar collega ondernemers op het vlak van intellectuele eigendom natuurlijk?

Ines De Backer: Goh, naar collega ondernemingen is vooral het belang echt van uw merk en al uw werk en uw tijd dat je eigenlijk gestoken hebt in een creatie van een product. Maakt niet echt uit of dat het op vlak van een receptuur is of een vorm, maar dat die echt wel gedeponereerd wordt, dat je daar zeker van bent dat dat van jou is. Ik denk dat dat op zich het grootste advies is. Anderzijds ja, is Enterprise Europe Network daar een gigantische hulp in omdat die ook bij jullie bedrijf langskomen en dan adviezen daarover gaan meedelen waar dat je nog sterker in kan zijn om die intellectuele eigendom toch nog te versterken. Dat kan op elk niveau zijn. Bijvoorbeeld bij ons was dat concreet een clause in ons aanwerving contract toevoegen, waarbij dat de intellectuele eigendommen van het bedrijf die ontwikkeld zijn tijdens een arbeidscontract die dat dan ook toegeëigend worden aan het bedrijf. Dus dat was bij ons een advies dat we zeer concreet zelf hebben kunnen toepassen. Anderzijds hebben we bijvoorbeeld ook domeinnamen, dus op Google, zoveel mogelijk domeinnamen eigenlijk, relevante domeinnamen natuurlijk, gekocht. Wat dat bijvoorbeeld bij ons allergenevrijchocolade.be is en dan komen zij eigenlijk, gaan zij direct herleid worden naar onze website. Dus dat is ook zeer simpel, zeer goedkoop eigenlijk ook. Want dan is dat vijf euro op een jaar of zo. Dat we daarover spreken en dat ge dan toch wel uw visibiliteit hebt en ook uw kenmerken eigent aan uw eigen bedrijf. Die twee, denk ik, dat dat en dan het deponeren van de merk.

Interviewer: Ja. Achteraf bekeken was het dus echt de moeite om die stap te zetten.

Ines De Backer: Ja, waanzinnig. Op zich kruipt daar niet zoveel werk in, in tegenstelling tot het ontwikkelen van uw merk, het ontwikkelen van uw logo, uw verpakkingen, is dit gewoon eigenlijk het finetunen van alles, al uw werk wat dat daaraan voorafging.

Interviewer: Ja. Dus de kers op de taart?

Ines De Backer: Voilà. Dat is het.

Interviewer: Ik zou aan jullie ook willen vragen of dat er nog iets is dat jullie zouden willen meegeven aan de luisteraar dat jullie belangrijk vinden? Annemie?

Annemie Hautekiet: Wat ik nog heel belangrijk vind, is als bedrijven nieuwe markten willen gaan opgaan, dat ze niet alleen kijken voor hun eigen bescherming, moeten ze zeker doen, maar dat ze ook moeten kijken als ze in andere markten gaan of dat anderen daar geen rechten hebben waar dat zij eventueel een inbreuk op kunnen plegen. Dus dat is ook een heel belangrijke dat ze moeten meenemen.

Interviewer: Ja, zou je daar misschien een voorbeeld van kunnen geven?

Tineke Van Hoey: Ja, ik denk, het is belangrijk inderdaad om gewoon een beetje uw huiswerk te doen vooraf denk ik ook. Als je bijvoorbeeld een merk gaat aanvragen ook denk ik, ik zeg altijd dan tegen mensen op zitdagen ook van je moet inderdaad een beetje huiswerk doen. Eerst gaan nadenken over welke producten en diensten wil ik beschermen? En ten tweede, dat je gaat nadenken over wat dat ik eerder zei, dat je niet een merknaam kiest die te beschrijvend is, omdat die dan geweigerd zou kunnen worden. En dat is dan jammer, want dan heb je de taksen wel betaald voor de aanvraag, maar dan ben je die kwijt. Dus dat wil je vermijden. En ten derde, dan komen op Annemie haar punt, dat je kijkt in ons register van wat bestaat er al in de Benelux. Dat je vermijdt dat je een aanvraag doet en dat in die oppositietermijn, die bezwaartermijn, er dan toch ineens een ouder merk blijkt dat zegt stop, ik heb hier een recht in dit territorium, een ouder recht. Dus jij kan niet verder omdat je een gelijke naam, maar ook hebt een naam die er op lijkt. Die kan je dan ook tegen houden. Een mooi voorbeeld inderdaad, in de Benelux is het voorbeeld van een snackbar in Zeeland die het merk had op het woord Wendy's en die hier al veel eerder waren dan de grote Amerikaanse snackbar Wendy's. En die wouden zich hier komen vestigen in de Benelux. Maar waarbij dan die Zeeuwse snackbar toch kon zeggen, maar wij hebben het oudere recht, jullie willen hier een zelfde naam gebruiken voor dezelfde diensten. Wij geven daar ons akkoord niet voor en dan toch roet in het eten gegooid van de plannen van zo'n grote Amerikaanse speler.

Interviewer: Oké. Dus dat is de reden waarom dat Wendy's nog niet in de Benelux is?

Tineke Van Hoey: Ja.

Interviewer: Ongelooflijk eigenlijk. En zijn er nog zo voorbeelden dat je misschien zou kunnen geven?

Tineke Van Hoey: Goh ja, veel eigenlijk. We horen vaak van mensen die inderdaad niet op voorhand echt op Google gekeken hebben ook, maar inderdaad in die merkenregisters gedoken zijn van wat bestaat er al? En ons merkenregister is online toegankelijk via onze website, hetzelfde geldt ook Europees, kan je gewoon gaan kijken van wat bestaat er al? We hebben zelfs ook een search die je kan doen op basis van beeldjes. Dus dan kan je eigenlijk uw logo gaan uploaden en dan gaat het systeem kijken van wat bestaat er al eerder? De voorbeelden zijn legio, waar dat mensen toch begonnen zijn en soms echt al de website klaar hebben, promotiemateriaal en dan toch ineens bij wijze van spreken daags voor de grote lancering toch een brief op de mat krijgen, ingebrekestelling van iemand die zegt ja maar beste, ik heb het oudere merk, ik wil dat u hiermee stopt. En dan is het zuur natuurlijk en jaagt het u op kosten om alles te moeten gaan aanpassen. Dus vandaar toch wat huiswerk.

Interviewer: Oké. En dat is dan op de websites?

Tineke Van Hoey: Ja, www.boip.int vind je eigenlijk ook zo die stappen die je moet doorlopen voor je merkaanvraag, vind je ons merkenregister, dus daar kan je verder kijken.

Interviewer: Zeer handig dus. Zeer belangrijk.

Tineke Van Hoey: En ik denk, nog een laatste tip die ik heel belangrijk vind, is het is nooit te laat om er iets mee te doen, met intellectueel eigendom. Ik Bedoel, met de Vlaio-zitdagen kan je gaan babbelen gratis met een expert. Als je denkt van is het ook iets voor mij, ga zeker, duikt er eens in, contacteer EEN. Als je denkt ik moet er iets mee, wacht er niet mee.

Interviewer: Oké. Belangrijke boodschap, denk ik. Dan zijn we aan het einde gekomen van deze aflevering. Ik wil onze gasten hartelijk bedanken voor hun deelname. En aan de luisteraar, vond je deze aflevering interessant? Vergeet dan zeker niet te abonneren om de volgende afleveringen niet te missen.