

Att köpa och sälja IPR (skyddad kunskap)

Allt större värde ligger idag i de immaterialrättsliga tillgångar (IPR) som skapas av innovativa företag. Den stora utmaningen är att faktiskt göra bättre affärer genom sin IPR, för ett företags IPR är inget annat än en portfölj med affärsmöjligheter. I många fall skulle företagen kunna tjäna pengar på att licensiera ut eller sälja sin IPR till andra företag som kan dra fördel av dem. Att sälja och köpa IPR är en affärsmöjlighet för både säljaren och köparen. Säljaren tjänar pengar på någon annans affärer. Köparen skapar sig en konkurrensfördel genom att köpa rätten till en innovation som är värdefull i företagets verksamhet.

Statistik visar tydligt att vi i Sverige satsar mycket på forskning och utveckling, och som en följd av detta även på patent. Samtidigt kan vi konstatera att vi har en relativt låg effektivitet, vi får helt enkelt inte full utväxling av våra satsningar i form av lönsamma affärer och sysselsättning. Väljer man att se det positiva i detta så är det en enorm möjlighet för Sverige som land och för svenska företagare att fokusera mer på att kommersialisera alla innovationer, för dem har vi ju redan.

Ser man på innehållet i många svenska företags IPR-portföljer så finns det idag mängder av patent som inte används. Företagen har helt enkelt inte produkter eller tjänster som drar fördel av den IPR man utvecklat. Ibland för att idén kanske inte var så bra, och då finns det ingen anledning att fortsätta betala för sin exklusivitet. Ibland för att företaget utvecklat sig bort från idén, men idén är fortfarande bra och kan vara värdefull för andra. Ofta för att företaget inte ser att man sitter på en tillgång som andra är beredda att betala för. Samtidigt finns det företag som jobbar aktivt med att identifiera andra företag som skulle kunna vara intresserade av de egna patenten. Vi får fler och fler uppdrag där vi aktivt hjälper våra kunder att paketera sitt erbjudande och sedan identifiera, söka upp och förhandla med möjliga intressenter.

Även om man själv inte ser något konkret värde i den egna verksamheten för sin IPR kan den alltså vara värdefull för någon annan. Det ligger då i både säljarens och köparens intresse att bedöma värdet på den IPR man förhandlar om. Både säljaren och köparen vill i och för sig se ett så högt värde som möjligt, men i förhandlingssituationen ligger det i köparens intresse att prislappen blir så låg som möjligt. Säljaren och köparen ska helt enkelt svara på olika frågor.

- Hur tydligt är det vad du säljer?
 - Säljaren vill presentera den fulla potentialen så tydligt som möjligt
 - Utgå inte från att köparen ”hittar värdet”, presentera allt från den bästa sidan
- Vet du vad du köper?
 - Köparen vill bedöma affärspotentialen i de rättigheter man köper utifrån sina förutsättningar
 - Utgå från att säljaren tydligt visar sina fördelar och möjligheter men inte alltid lika tydligt visar eventuella risker

Att bedöma värdet på IPR är inte enkelt, särskilt om den inte omsatts i produkter eller tjänster ännu, men utväxlingen på ett grundligt arbete är mycket stor. Alltså är due diligence, som detta arbete vanligtvis kallas, en oerhört viktig fråga när man pratar om att köpa och sälja IPR. Att göra en IPR due diligence är helt enkelt en möjlighet för säljaren och en nödvändighet för köparen.

Säljaren kan genom ett förberedande arbete säkerställa att köparen faktiskt ser, och till fullo förstår, vad den IPR man förhandlar om har för potential. Det handlar om att visa värdet på det man skyddat på dess mest fördelaktiga sätt. Det gör man inte genom att bara hänvisa till sammanställningar och t ex patentskrifter. Då överlåter man helt till köparen att själv bilda sig en uppfattning om den fulla potentialen. Genom att beskriva fördelar, jämföra med existerande lösningar, produkter, tjänster eller erbjudanden och visa på hur stor marknad som kan ha nytta av fördelarna ger man ett underlag att beräkna ett värde utifrån. Man gör det helt enkelt lätt för köparen att se den fulla potentialen.

Ofta hör man att IPR due diligence för köparen innebär att säkerställa att säljaren verkligen äger de immateriella rättigheter som ingår i köpet. Detta är mycket viktigt, men det är långt ifrån tillräckligt. Ett klassiskt misstag ur detta perspektiv kan vara företaget som köper en patentskyddad produkt men som snart ser ”kopior” från sina värsta konkurrenter. Patentet var säkert i sin ordning, men om man skrapat lite på ytan hade man ganska enkelt sett att det som egentligen skyddades bara var en mindre väsentlig del av lösningen. Att för en konkurrent ”utveckla runt” den skyddade tekniken visade sig vara enkelt. Ett annat vanligt misstag är att köparen trots sina nyligen förvärvade patent snart inser att ett antal licenser till fler patent är nödvändiga för att kunna utveckla och sälja en produkt.

I själva verket skall en IPR due diligence för köparen vara att ”vidta rimliga åtgärder” för att förstå och värdera den IPR man förhandlar om. Då måste man rimligtvis bilda sig en uppfattning om vad som egentligen är skyddat och vad värdet på det skyddet kan vara.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att enda anledningen att skydda sin kunskap och sina innovationer är att man anser dem vara värdefulla. Ett företags IPR är inget annat än en portfölj med affärsmöjligheter, och även om man inte ser något konkret värde i den egna verksamheten kan den ändå vara värdefull för någon annan. Att sälja och köpa IPR är en affärsmöjlighet för både säljaren och köparen. Säljaren tjänar pengar på någon annans affärer. Köparen skapar sig en konkurrensfördel genom att köpa rätten till en innovation som är värdefull i företagets verksamhet. Att vid en sådan affär göra en grundlig utvärdering, en IPR due diligence, är en möjlighet för säljaren och en nödvändighet för köparen. Säljaren kan öka värdet väsentligt genom att göra det lätt för köparen att se den fulla potentialen. Köparen måste vidta rimliga åtgärder för att förstå både potential och begränsningar med det man köper.

Peter Friedrichsen, Bergensträhle & Lindvall AB
peter.friedrichsen@bergenstrahle.se